



EDITORIAL

Neste presente número 2019.1 a Revista Pesquisa em Administração reitera a vocação de ser um espaço analítico sistemático acerca das mudanças recentes na administração empresarial. Este volume procura estar afinado com a diversidade de temas e perspectivas que têm caracterizado a nossa disciplina, tratando assuntos caros a administração como Empreendedorismo, Consumo e Liderança. Dada a complexidade desses temas devemos passar a veicular de modo regular essas reflexões contribuindo para o quadro de discussões presentes dos cursos de graduação e pós-graduação.

O artigo que abre o volume, de Davi Lemos Reis, Fabiane Fidelis Querino, Fernanda Teixeira Franco Ribeiro e Rafaela da Silva Gomes, trata dos impactos econômicos resultantes da criação do Microempreendedor Individual (MEI). Para tanto, os pesquisadores utilizam como base conceitual a temática do empreendedorismo, as formas de risco envolvidas na criação de empresas, a natureza do MEI e do Portal do Empreendedor. Constatam que os períodos de maior surgimento de MEIs coincidiram com épocas de variação positiva do Produto Interno Bruto (PIB), apesar da desaceleração da economia brasileira desde o final do ano 2014. O Portal do Empreendedor também contribuiu para o crescimento do surgimento do MEI, já que simplifica e acelera os trâmites do empreendedor, em contraponto aos antigos procedimentos de criação de pessoas jurídicas.

No artigo “O ato de presentear: uma análise no comportamento do consumidor feminino”, Amanda Nyanne Ferreira da Silva, Maria Raiza Ferreira de Moura e Marconi Freitas da Costa começam por investigar o ato de presentear como parte de

um comportamento universal para explorar os significados explícitos e implícitos presentes nos hábitos de presentear consumidor feminino. Realizaram entrevistas com mulheres moradoras do município de Riacho das Almas, interior de Pernambuco, estruturando as perguntas em quatro categorias analíticas: hábitos de compra, motivações para a compra, processo de escolhas e significados do ato de presentear. Os resultados corroboraram com a literatura acadêmica da área ao constatar a preferência feminina por presentes neutros, escolher ocasiões especiais, sendo direcionados para familiares e amigos próximos.

O artigo de Maria de Fátima dos Santos, Luiza Cristina Jordão Braga Vilaça da Rocha e Cleysson Ricardo Jordão Braga analisa empiricamente a liderança feminina no modelo transformacional, pela percepção de colaboradores que atuam num departamento de uma empresa conhecida no Brasil e no exterior pela produção de acumuladores. A partir da identificação de comportamentos que tornam possível a mensuração da liderança transformacional (Podsakoff, Mackenzie, Moorman, & Fetter, 1990) e aplicação de questionário aos colaboradores, os dados apontaram que estes podem contribuir para eficácia da liderança feminina neste estilo de organização e os sete comportamentos indicados no modelo teórico parecem adequados à expectativa dos colaboradores, sendo vistos com um grau de importância considerável.

Os Editores
Karina Mikosz, Dra.
Nelson Fernandes, Dr.