

EDITORIAL

Prezados autores e leitores da Revista Economia & Gestão,

A 3ª edição de 2025 começa com o artigo **Toward an understanding of gender logics in startups: A critical review**. Os autores são Manoel Bastos Gomes Neto (PUC Minas), Lucas Emmanuel Nascimento Silva (Universidade de São Paulo -FEA-USP), Rebeca da Rocha Grangeiro (Université Paris Nanterre e Universidade Federal do Cariri -UFCA). Este artigo conceitual realizou uma revisão da literatura para discutir se as startups são tão marcadas por questões de gênero quanto as organizações tradicionais para mulheres em cargos de gerência média e, em caso afirmativo, como isso ocorre. Trabalhou-se com a suposição de que características intrínsecas à sua estrutura organizacional, como flexibilidade na carga de trabalho, horizontalidade da hierarquia organizacional, colaboração multifuncional, mentalidade de grupo, cultura descolada e ambiente amigável à família permitem que as startups escapem das políticas e práticas organizacionais de gênero e mitiguem as barreiras enfrentadas pelas mulheres. Para investigar como as características inerentes às startups podem exacerbar e/ou reduzir a desigualdade de gênero no trabalho, foram coletadas experiências de mulheres a partir de estudos empíricos anteriores e as analisamos de acordo com proposições baseadas em seis conceitos (organização de gênero, segregação horizontal e vertical, teto de vidro, fenômeno da abelha-rainha, firewall e labirinto). Os resultados mostraram que as startups de fato favorecem o desenvolvimento de carreira das mulheres, mas ainda refletem uma lógica de gênero em suas práticas e estrutura.

O título do 2º. artigo é **Ageism in Organizations: Intergenerational Dynamics, Inclusion Practices, and Healthy Longevity**, tendo como autores Renata Carolina Fernandes (Fundação Getúlio Vargas, FGV-EAESP), Anderson Sant'Anna (Fundação Getúlio Vargas, FGV-EAESP), Daniela Martins Diniz (Universidade Federal de São João del'Rei – MG). Este estudo investiga o ageísmo, as dinâmicas intergeracionais e as práticas organizacionais no ambiente de trabalho, com foco em seus impactos no bem-estar, nas trajetórias de carreira e na longevidade saudável dos colaboradores. Utilizando uma abordagem qualitativa, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com profissionais de diferentes coortes geracionais em uma empresa multinacional de tecnologia localizada em São Paulo, Brasil. Os resultados revelam a prevalência do ageísmo nos contextos organizacionais, impulsionado por estereótipos e vieses que afetam a contratação, o avanço profissional e o desenvolvimento de competências. A pesquisa destaca a importância de políticas inclusivas, mentorias intergeracionais e arranjos de trabalho flexíveis para combater o ageísmo e promover um ambiente de trabalho colaborativo e diverso em termos etários.

O 3º. trabalho é **COCRIAÇÃO DE VALOR E EMPREENDEDORISMO DIGITAL: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA**. Os autores são Naiche van der Poel (Uninove – SP) e Benny Kramer Costa (Uninove – SP). Por meio de uma RSL sobre 135 artigos da base WoS, discorre-se sobre o entrelaçamento da cocriação de valor com o empreendedorismo digital. Os resultados indicam que há forte ligação entre ambos, em diversos modelos de negócios, geografias, setores da economia e tipos de empresas. A cocriação de valor pode anteceder o empreendedorismo digital e vice-versa e representamos essa contribuição em um framework teórico, identificando cinco clusters que evidenciam a conexão: 1) Colaboração, aprendizagem e compartilhamento de conhecimento; 2) Estratégica e gestão voltadas para a

inovação digital; 3) Performance das organizações e transformação digital; 4) Criação e cocriação de valor entre stakeholders; 5) Inovação como elemento para cocriar valor e empreender digitalmente. O estudo apresenta importantes contribuições empíricas para gestores de empresas, organizações e empreendedores, concatenando descobertas anteriores já publicadas, como: descrição de formatos de negócios digitais, desenho de estratégias na economia digital, modelos digitais de expansão de mercado, orientações sobre interação com stakeholders, processos e tecnologias digitais, importância da tecnologia da informação, plataformas e formatos digitais de atuação comercial, tipos de inovações digitais, dentre outras que contribuem, em um cenário de elevada competição e transformação digital.

O título do 4º. artigo é **Gestão urbana orientada para os stakeholders: uma análise da cidade de Romaria – MG sob a ótica do EESSGG** e tem como autores Mayara Abadia Delfino dos Anjos (PPGADM Universidade Federal de Uberlândia – MG) e Cintia Rodrigues (PPGAdm/FAGEN - Universidade Federal de Uberlândia – MG). Este estudo aborda a incorporação da perspectiva dos stakeholders na gestão municipal de Romaria, MG, sob a ótica da estratégia de EESSGG para promover o desenvolvimento sustentável. O objetivo foi analisar como os gestores municipais integram os interesses dos stakeholders nas políticas públicas de Romaria. Utilizou-se uma abordagem qualitativa, com análise documental, além de dados do IDSC-BR. Os resultados indicam que a estratégia de EESSGG pode fortalecer a participação dos stakeholders na governança municipal, contribuindo para políticas mais inclusivas e alinhadas com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. No entanto, foram identificadas limitações na efetividade da integração de todas as vozes dos stakeholders, sugerindo a necessidade de maior engajamento e transparência. A pesquisa contribui para a literatura sobre gestão pública e sustentabilidade, especialmente no contexto de pequenas cidades. Ela destaca a importância da estratégia de EESSGG e como ela pode ser adaptada para diferentes contextos municipais. Fornece recomendações práticas para gestores municipais sobre como melhorar a inclusão dos stakeholders, aumentar a transparência e promover o desenvolvimento sustentável.

O 5º. Artigo é **DAI E DAR-SE-VOS-Á”: RELAÇÕES ENTRE FINANCIAMENTO DE CAMPANHAS ELEITORAIS, MERCADO E NÃO-MERCADO**, tendo como autores Maria Luiza Souza Ferreira (Universidade Estadual de Montes Claros – UNIMONTES), Paula Ferreira Ribeiro (Universidade Estadual de Montes Claros – UNIMONTES), Ana Luiza de Souza Fonseca (Universidade Estadual de Montes Claros – UNIMONTES) e Felipe Fróes Couto (Universidade Estadual de Montes Claros – UNIMONTES). Esta pesquisa analisou como se caracterizou a dinâmica de interesses de mercado e não-mercado que nortearam o financiamento de campanha do partido Republicanos nas eleições municipais de 2020 no estado de Minas Gerais, a fim de analisar a prática de financiamento de campanha como método de influência e intervenção no ambiente político. Utilizou-se uma abordagem quali-quantitativa, descritiva e exploratória na qual foram analisados os doadores dos 37 prefeitos eleitos nos municípios mineiros, que representam 17,53% dos candidatos eleitos pelo partido Republicanos em todo o país. Os dados foram extraídos do site do TSE no tópico de divulgação de candidaturas e contas eleitorais. Em seguida, foram investigados possíveis vínculos entre doadores e o poder público, averiguando se havia alguma relação de ganho econômico de qualquer natureza. Os dados foram tratados com auxílio dos *softwares* Microsoft Excel e Power BI. Ao extrair os dados e analisá-los, foi possível concluir que parte considerável dos recursos que financiam as campanhas dos candidatos eleitos têm origem em doações de pessoas físicas e, na maioria dos casos, tais doações possuem relação com obtenção de vantagens econômicas diretas ou, por vezes, benefícios patrimonialistas, como a nomeação para cargos comissionados.

A edição se encerra com o caso de ensino **ERA SIMPLES, ATÉ QUE...Dilemas sustentáveis de uma organização social** cujos autores são Camile Bruns (Univali – SC), Emanuelle Beatriz Westphal Ardigó (Univali – SC), Gabriella Pinheiro Servi (Univali – SC), Anete Alberton (Univali – SC), Sidnei Vieira Marinho (Univali – SC). Juntos por um Planeta Melhor (JPM) é uma ONG brasileira, formada por voluntários, que atua na divulgação e conscientização da Agenda 2030 e dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), mantendo suas atividades com recursos de apoiadores financeiros. Durante a participação de Silvia, a diretora da JPM, num evento voltado à sustentabilidade, a ONG recebeu a proposta de um representante do setor termelétrico carbonífero, sinalizando o desejo de apoiá-la financeiramente. Isso gerou um caloroso debate entre a equipe da JPM. A questão central do caso é se a ONG aceita ou não um apoiador financeiro proveniente de uma área cujos resultados de atuação, historicamente, produzem impacto negativo perante questões socioambientais. Embora tal fato seja contrário ao propósito da JPM, é preciso ressaltar que as empresas que se propõem a praticar uma transição justa estão atuando em consonância com os ODS e a Agenda 2030. Nesse sentido, o caso traz uma reflexão se isso poderia ser considerado um bom motivo para o aceite da proposta. É recomendada a utilização deste caso de ensino em cursos que abordam sustentabilidade e estratégia empresarial.

Desejamos boa leitura a todos.

Atenciosamente,

Prof. Dr. Rodrigo Baroni de Carvalho
Editor-Chefe

Profa. Dra. Carolina Maria Mota Santos
Editora Associada de Recursos Humanos (GPR), Estudos Organizacionais (EOR), Ensino e Pesquisa em Administração (EPQ) e Administração Pública (APB)

Prof. Dr. Humberto Elias Garcia Lopes
Editor Associado da área de Estratégia (ESO)

Prof. Dr. Ramon Silva Leite
Editor Associado da área de Marketing (MKT)