



# EDITORIAL

Caríssimos leitores, apresentamos a vocês o primeiro número de 2017 da Revista Eletrônica de Ciência Administrativa – RECADM. O início deste ano marca uma etapa nova na vida da Revista. Este será um ano de várias mudanças na publicação, que incluem a reestruturação do corpo editorial, renovação da identidade visual do site, modernização do design da revista e outras alterações que terão por objetivo aumentar a qualidade do trabalho realizado na revista e projetar a imagem da RECADM no cenário nacional. Uma amostra deste trabalho pode ser conferida nos quatro artigos que integram a presente edição.

O primeiro artigo é assinado por Rodrigo Cunha da Silva, Joel Souza Dutra, Elza Fátima Rosa Veloso e Leonardo Nelmi Trevisan. A partir de estudo comparativo de casos em duas organizações, os autores destacam que poucas são as práticas formais empregadas para a gestão de empregados de diferentes gerações. Eles acrescentam que embora práticas de recursos humanos potencialmente promovam a motivação dos funcionários independentemente de questões geracionais, existe espaço para uma atuação mais focada dos recursos humanos na formalização da gestão de gerações.

O segundo trabalho é de autoria de Rodrigo Alves Silva, Anderson Ara, Evandro Marcos Saidel Ribeiro. Neste trabalho, os autores avaliam a relevância de medidas de acurácia total para a seleção de modelos de *credit scoring*. A análise dos autores demonstra a insuficiência dessas medidas, que carecem de complemento por métricas financeiras a fim de possibilitar a seleção de modelos mais rentáveis para a firma.

O terceiro artigo foi escrito por Rafael Sales Almendra, Alessandra Carvalho de Vasconcelos, Rayane Nogueira Aragão e Ione Azevedo Cysne. O foco central do artigo é a análise da influência da estrutura de capital de indústrias listadas na BM&FBOVESPA. Os resultados encontrados reforçam a teoria pecking order, destacando a importância de recursos de terceiros para inovação na forma de registro em patentes.

O último artigo é de Taís Pasquotto Andreoli, Váldeson Amaro Lima e Leandro Campi Prearo. Nesta contribuição, os autores apresentam dois experimentos que buscaram avaliar o impacto dos selos verdes sobre o comportamento dos consumidores. As análises dos dados coletados acerca da percepção dos consumidores sugerem que os selos verdes são pouco efetivos no que concerne ao comportamento dos consumidores e sugerem hipóteses alternativas associadas ao *greenwashing* ou à busca por legitimação por parte das empresas.

Boa leitura a todos!

Diego Maganhotto Coraiola  
Editor da RECADM