

Referências bibliográficas

ALMEIDA, C. M. P. A Relação entre Comunicação e Confiança no Ambiente de Trabalho: Análise da Pesquisa “Melhores Empresas para Trabalhar”. **International Journal of Marketing, Communication and New Media.** ISSN: 2182-9306. v. 1, n. 1, Julho/dezembro 2013.

BURCHELL, M. **A melhor empresa para trabalhar: como construí-la, como mantê-la e porque isso é importante.** BURCHELL, M.; ROBIN, J. tradução: COSTA, F. A. revisão técnica: Equipe GreatPlacetoWork Brasil. – Porto Alegre: Bookman, 2012.

CAMARGO, D. **Psicologia organizacional.** Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração. UFSC; [Brasília]: CAPES : UAB. 126p. 2009.

CAPPELLI, P. **Career Jobs "Are" Dead.** California Management Review., UniversityofCalifornia Press. v. 42, n. 1, p. 146-167. Fall 1999.

CARMO, R. M. **A importância do talento humano como recurso estratégico: um estudo sobre as políticas para retenção de profissionais em organizações de Tecnologia da Informação.** Romeu Mendes Carmo; orientador: Eduardo Moresi. – 2007

COHEN, J. **Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences.** Hillsdale: Erlbaum, 1988.

COLLINS, J. C.; HANSEN, M. T. **Vencedoras por Opção.** São Paulo: HSM Editora, 2012.

_____.; PORRAS, J. I. **Feitas para Durar: práticas bem-sucedidas de empresas visionárias.** Tradução SCHIROS, S. Rio de Janeiro: Rocco, 1985.

CRESWELL, J. W. **Projeto de Pesquisa: Métodos qualitativo, quantitativo e misto,** 3a ed. – Porto Alegre: Artmed, 2010.

DRUCKER, P. **As árvores não crescem até o céu.** Entrevista concedida a José Salibi Neto, director editorial de HSM Management. HSM Management, v. 54, p. 1-21. Janeiro/Fevereiro, 2006.

EDMANS, A. **The Link Between Job Satisfaction and Firm Value, with Implications for Corporate Social Responsibility** (August 17, 2012). Academy of Management Perspectives. v. 26(4), p. 1-19, November 2012. Disponível em: <<http://ssrn.com/abstract=2054066>>. <<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2054066>>.

FAVA, L. R. **A Pessoa Talentosa Tem Que Ter C.H.A.P.A.** Fevereiro, 2010. Disponível em: <<http://ogerente.com.br/rede/favaconsulting/vocacao-talento/>>. Acesso em: 02/02/2014.

- FLECK, D. L. **Archetypes of Organizational Success and Failure.** Proceedings of the 2005. Academy of Management Meeting, 2005.
- _____. Crescimento, Dominância Continuada e Declínio da Empresa: Insights das Histórias da General Electric e da Westinghouse. **RAC**, Edição Especial: v. 79-106. 2004.
- _____. **The Dynamics of Corporate Growth.** McGill University Faculty of Management, National Library of Canada. 0-612-75632-7: 2001, Research in partial fulfillment of the requirements of the degree of Doctor in Philosophy.
- _____. **The Dynamics of Corporate Growth.** 2001. 358p. Tese (Ph.D. degree). Faculty of Graduate Studies and Research, McGill University, Montreal. Integrante de **III Encontro de Estudos de Estratégias**, SP, 9 a 11/05/2007.
- GERING, J.; CONNER, J. **A Strategic Approach to Employee Retention.** Healthcare Financial Management, November 2002.
- GEUS, A. **A Empresa Viva.** HSM Management 13. março-abril 1999
- _____. **A Empresa Viva.** Tradução de Lenke Peres. Rio de Janeiro: Campus; São Paulo: Publifolha, 1999.
- GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa.** 5^a ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- GUIA 2012 VOCÊ S/A. **As Melhores Empresas Para Você Trabalhar,** Setembro/2012.
- HOISCH, M. C. **Organizational Factors Influencing Longevity in Managerial, Professional, and Administrative Employee Retention.** Dissertation Submitted to the Faculty of the Graduate School of the University of Louisville In Partial Fulfillment of the Requirements for the degree of Doctor of Education. Co-chairs Dr. Stephen K. Miller, Dr. Mike A. Boyle. October, 2001
- HORA, M. A. **Um Estudo com o Coeficiente Alfa de Cronbach.** [S.I.]: Produto & Produção, p. 85-103. 2010.
- HSM Management**, organizada por Lizandra Magon de Almeida. v. 92, p. 124-133. maio-junho/12.
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Demografia das Empresas 2005.** Estudos e pesquisas; Informação Econômica, n.6. Rio de Janeiro: 2007.
- IBPT – Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário, **Causas de Desaparecimento das Micros e Pequenas Empresas.** Abril 2013, disponível em:
<https://www.ibpt.org.br/img/uploads/novelty/estudo/701/CausasDeDesaparecimentoDasMicrosEPequenasEmpresas.pdf>. Acesso em: 02/10/2013.
- JOHNSON, R. **Employee Retention.** Supply House Times, November 2007.
- KRELL, T. C. **Organizational longevity and technological change** - Journal of Organizational Change Management. # MCB University. v. 13, n. 1, p. 8-13. 2000.
- KUTNER M. H. et al. **Applied Linear Models.** 5th ed, 2005.

- LEVERING, R. **Transformando a cultura do ambiente de trabalho: a perspectiva do GreatPlacetoWorkInstitute, 25 primeiros anos.** Organizado por Robert Levering; [tradução Link Language Traduções], São Paulo: Primavera Editorial, 2010.
- LIMA, E.; CORRAR, L. Comparação de Desempenho entre as Empresas Melhores e Maiores apontadas como Melhores para Trabalhar. **Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ** (online), ISSN 1984-3291. Rio de Janeiro. v. 14, n. 3, p. 27-43, set./dez, 2009.
- MARINS, L. **Desmistificando a Motivação no Trabalho e na Vida** / Luiz Marins. São Paulo: HARBRA, 2007.
- MARREVIJK, M. V. The Social Dimension of Organizations: recent experiences with Great Place to Work ® assessment practices. **Journal of Business Ethics**, v. 55, p. 135-146, 2004.
- MARTINS, G. J. T. **Os desafios da gestão rumo a longevidade organizacional: estudo em três organizações do setor têxtil de Santa Catarina.** Florianópolis, 2008.
- MAYO, A. **Measuring Human Capital - GOOD PRACTICE GUIDELINE**, FACULTY OF FINANCE AND MANAGEMENT, ISBN 1-84152-184-1. Issue 42, June 2003.
- MILONE, G. **Estatística Geral e Aplicada**, 2009.
- MONGAN, G. **Imagens da Organização**. Tradução BERGAMINI. C. W.; CODA, R. 1.Ed. v. 14. Reimpr. São Paulo: Atlas, 2010.
- NETTER, J. **Applied Linear Statistical Models**, terceira edição, 1990
- PELOSO, A. C.; YONEMOTO, H. W. **Atração, Desenvolvimento e Retenção de Talentos.** ETIC - ENCONTRO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA. ISSN 21-76-8498, v. 6, n. 6. 2010.
- PINTO, V. **Fatores que Influenciam a Retenção.** PUC-Rio. RELATÓRIO FINAL DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO II, 2008.
- POSSI, M. et al. **Gerenciamento de Projetos Guia do Profissional.** Aspectos Humanos e Interpessoais, Rio de Janeiro, Ed Brasport, v. 2, 2006.
- REVISTA ÉPOCA – AS 130 MELHORES EMPRESA PARA TRABALHAR**, Agosto/2013.
- REVISTA EXAME – Melhores & Maiores, as 1000 Maiores Empresas do Brasil**, Julho/2013.
- SENGE, P. M. **Prefácio de A Empresa Viva, Arie de Geus.** Tradução de Lenke Peres– Rio de Janeiro: Campus; São Paulo: Publifolha, 1999
_____. **A Quinta Disciplina – Arte, teoria e prática da organização de aprendizagem.** Tradução de Regina Amarante. Ed Best Seller. São Paulo, 1990.

SHAW, J. D. et al. Turnover, Social Capital Losses, and Performance. **The Academy of Management Journal**, v. 48, n. 4, p. 594-606. Aug. 2005.

SILVA, D. J. C. **Melhores empresas para se trabalhar: uma investigação sobre a rentabilidade das empresas listadas no guia anual das revistas Você S/A**. Exame. Recife: UFPE, 2009.

SILVA, P. J. C. A dor da alma nas reflexões sobre a vaidade de Matias Aires (1752). **Revista Latino Americana de Psicopatologia Fundamental**, São Paulo, v. 12, n. 2, p. 366-378, jun. 2009.

SPECTOR, P. E. **Psicologia nas Organizações**. Tradução Cristina Yamagami - 4.ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

TOLEDO, M. C. **A sociedade de propósito específico no âmbito do direito empresarial brasileiro**. Nova Lima/MG. Faculdade de Direito Milton Campos. 2009.

ANEXOS

ANEXO I – Pesquisa GPTW 2013 – Com funcionários

Pesquisa de Ambiente de Trabalho - Great Place to Work®



Prezado(a) colaborador(a)

Você foi selecionado(a) para participar da pesquisa de ambiente de trabalho do Great Place to Work® e poderá opinar sobre o ambiente de trabalho da sua empresa.

O formulário utilizado nesta pesquisa contém afirmativas que foram desenvolvidas pelo Great Place to Work® e são utilizadas em mais de 49 países para seleções de Melhores Empresas para Trabalhar. Preencha o formulário de forma sincera e honesta. O Great Place to Work® garante o sigilo e anonimato de suas respostas que serão enviadas diretamente ao Instituto e sua empresa não terá acesso às respostas individualmente.

Para cada afirmativa existem 5 opções de respostas e você deve assinalar somente uma. Caso você não queira ou não saiba responder uma afirmativa, deixe-a em branco.

Instruções para o preenchimento da pesquisa

Leia todas as afirmativas abaixo e marque uma única resposta para cada coluna. Considere suas respostas sob dois pontos de vista: Visão Área e Visão Empresa.

Visão Área: Corresponde à área na qual você trabalha, às pessoas que são mais próximas no seu dia a dia e que fazem parte de sua equipe. Neste caso, por exemplo, ao avaliar o enunciado "Os chefes deixam claras suas expectativas", tenha em mente o seu chefe imediato.

Visão Empresa: Refere-se à sua Empresa como um todo. Neste caso, por exemplo, ao avaliar o enunciado "Os chefes deixam claras suas expectativas", tenha em mente toda a liderança da sua Empresa.

Códigos de resposta

Em cada uma das colunas (Visão Área e Visão Empresa) existem 5 opções de respostas, conforme descrito abaixo:

- 1 – Nunca é verdade
- 2 – Na maioria das vezes não é verdade
- 3 – Às vezes é verdade, às vezes não
- 4 – Na maioria das vezes é verdade
- 5 – Sempre é verdade

EXEMPLO

Este é um lugar amigável para trabalhar

ÁREA

EMPRESA

Ao escolher sua resposta, preencha totalmente o campo com caneta esferográfica azul ou preta, conforme exemplo acima. Os campos que não estiverem totalmente preenchidos não serão considerados.

Se por qualquer motivo você não souber ou não quiser responder a uma questão, deixe-a em branco.

IMPORTANTE: Não é necessário identificar-se. Após o preenchimento da pesquisa, deposita-a na urna disponibilizada pela empresa. O formulário será enviado diretamente ao Great Place to Work®.

Sua empresa não está autorizada a:

1. Entregar ao funcionário o questionário com respostas.
2. Influenciar ou dificultar de alguma forma a liberdade dos funcionários nas respostas da pesquisa.
3. Reunir os funcionários para o preenchimento do formulário em papel ou via internet.
4. Recolher diretamente os questionários dos funcionários.
5. Oferecer prêmios de qualquer espécie aos funcionários na tentativa de obter classificação entre as Melhores Empresas para Trabalhar.
6. Atrelar a PLR dos funcionários não líderes à pesquisa Melhores Empresas para Trabalhar.
7. Insinuar ou indicar possibilidade de punições aos funcionários caso a empresa não obtenha um lugar entre as Melhores Empresas para Trabalhar.
8. Entregar brindes aos funcionários que responderem à pesquisa.

Caso você vivencie alguma dessas situações, por favor, entre em contato conosco.

Agradecemos muito por sua participação,

Great Place to Work®

Como preencher esse formulário:		Marque assim:	NÃO marque assim:	
Código de respostas				
1 . Nunca é verdade	2 . Na maioria das vezes não é verdade	3 . Às vezes é verdade, às vezes não	4 . Na maioria das vezes é verdade	5 . Sempre é verdade
1. Este é um lugar amistoso para trabalhar.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
2. Eu recebo os equipamentos e recursos necessários para realizar meu trabalho.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
3. Este é um lugar fisicamente seguro para trabalhar.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
4. Todos aqui têm a oportunidade de receber um reconhecimento especial.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
5. As pessoas aqui estão dispostas a dar mais de si para concluir um trabalho.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
6. Pode-se contar com a colaboração das pessoas por aqui.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
7. Os chefes deixam claras suas expectativas.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
8. Posso fazer qualquer pergunta razoável aos chefes e obter respostas diretas.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
9. A empresa me oferece treinamento ou outras formas de desenvolvimento para o meu crescimento profissional.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
10. Os chefes agradecem o bom trabalho e o esforço extra.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
11. As pessoas aqui são pagas adequadamente pelo serviço que fazem.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
12. Meu trabalho tem um sentido especial. Para mim, não é só "mais um emprego".			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
13. Quando as pessoas mudam de função ou de área, a empresa faz com que se sintam rapidamente "em casa".			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
14. É fácil se aproximar dos chefes e é também fácil falar com eles.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
15. Os chefes reconhecem erros não intencionais como parte do negócio.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
16. Os chefes incentivam idéias e sugestões e as levam em consideração de forma sincera.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
17. Quando vejo o que fazemos por aqui, sinto orgulho.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
18. Acredito que a quantia que recebo como participação nos resultados da empresa é justa.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
19. Os chefes me mantêm informado sobre assuntos importantes e sobre mudanças na empresa.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
20. Os chefes têm uma visão clara de para onde estamos indo e como fazer para chegar lá.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
21. Os chefes confiam que as pessoas fazem um bom trabalho sem precisar vigiá-las.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
22. Os chefes envolvem as pessoas em decisões que afetam suas atividades e seu ambiente de trabalho.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
23. Os chefes evitam o favoritismo.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
24. Eu me sinto bem com a forma pela qual contribuímos para a comunidade.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
25. Os chefes sabem coordenar pessoas e distribuir tarefas adequadamente.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
26. Os chefes aqui dão autonomia às pessoas.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
27. Este é um lugar psicológica e emocionalmente saudável para trabalhar.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
28. As pessoas aqui são bem tratadas independentemente de sua idade.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
29. As promoções são dadas às pessoas que realmente mais merecem.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
30. As pessoas aqui têm vontade de vir para o trabalho.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
31. Posso ser eu mesmo por aqui.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
32. Os chefes cumprem o que prometem.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
33. As pessoas aqui são bem tratadas independentemente de sua cor ou raça.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
34. Aqui as pessoas se importam umas com as outras.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
35. Os chefes agem de acordo com o que falam.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
36. Nossas instalações contribuem para um bom ambiente de trabalho.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
37. As pessoas aqui são bem tratadas independentemente do seu sexo.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
38. Tenho orgulho de contar a outras pessoas que trabalho aqui.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
39. Existe um sentimento de "família" ou de "equipe" por aqui.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
40. Nós sempre comemoramos eventos especiais.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
41. Acredito que os chefes só promoveriam reduções de quadro como último recurso.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
42. As pessoas evitam fazer "politicagem" e intrigas como forma de obter resultados.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
43. As pessoas são encorajadas a equilibrar sua vida profissional e pessoal.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
44. As pessoas aqui são bem tratadas independentemente de sua opção (ou orientação) sexual.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
45. Os chefes são competentes para tocar o negócio.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
46. Se eu for tratado injustamente, acredito que será ouvido e acabarei recebendo um tratamento justo.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
47. Temos benefícios especiais e diferenciados aqui.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
48. Sinto que estamos todos "no mesmo barco".			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
49. Os chefes são honestos e éticos na condução dos negócios.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
50. Os chefes mostram interesse sincero por mim como pessoa e não somente como empregado.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
51. Pretendo trabalhar aqui por muito tempo.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
52. Sou eu considerado importante independentemente de minha posição na empresa.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
53. Posso me ausentar do trabalho quando necessário.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
54. Sinto que eu faço a diferença aqui.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
55. Quando se entra nesta empresa, fazem você se sentir bem-vindo.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
56. Este é um lugar descontraído para trabalhar.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
57. Os chefes contratam pessoas que se enquadram bem aqui.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
58. Levando-se tudo em conta, eu diria que este é um excelente lugar para trabalhar.			1 2 3 4 5	1 2 3 4 5

Como preencher esse formulário:

Marque assim: ●

NÃO marque assim: ○ ✗ □ ○

1. O principal motivo que me faz permanecer na empresa é:

- 1. O fato de ele me proporcionar equilíbrio entre minha vida pessoal e profissional.
- 2. A remuneração e benefícios oferecidos.
- 3. O fato de saber que só serei demitido em último caso.
- 4. A oportunidade que tenho de crescer e me desenvolver.
- 5. O alinhamento dos meus valores com os valores da empresa.

2. Indique a quantidade de reuniões que você teve com seu chefe imediato, durante os últimos 12 meses, para discutir seu desempenho ou receber feedback:

- 1. Nenhuma
- 2. Uma
- 3. Dúas
- 4. Mais de duas

3. Cargo:

- 1. Membro do Conselho
- 2. Presidente / CEO
- 3. Diretor
- 4. Gerente
- 5. Supervisor
- 6. Técnico
- 7. Vendedor
- 8. Administrativo
- 9. Operacional
- 10. Estagiário

4. Idade:

- 1. Menos de 25 anos
- 2. Entre 26 anos e 34 anos
- 3. Entre 35 anos e 44 anos
- 4. Entre 45 anos e 54 anos
- 5. Mais de 55 anos

5. Sexo:

- 1. Feminino
- 2. Masculino

6. Tempo de casa:

- 1. Menos de 2 anos
- 2. Entre 2 e 5 anos
- 3. Entre 6 e 10 anos
- 4. Entre 11 e 15 anos
- 5. Entre 16 e 20 anos
- 6. Mais de 20 anos



Como preencher esse formulário:

Marque assim: ●

NÃO marque assim: ○ ✗ ● ○

7. Área de trabalho:

- 1. Administrativo / Financeiro
- 2. Jurídico / Auditoria
- 3. Logística / Supply Chain
- 4. Manutenção
- 5. Marketing
- 6. Produção / Operação
- 7. Qualidade
- 8. Recursos Humanos
- 9. Regionais / Agências
- 10. Tecnologia da Informação
- 11. Vendas / Comercial

8. Estado em que trabalha:

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="radio"/> 1. SP - São Paulo | <input type="radio"/> 10. ES - Espírito Santo | <input type="radio"/> 19. PI - Piauí |
| <input type="radio"/> 2. RJ - Rio de Janeiro | <input type="radio"/> 11. GO - Goiás | <input type="radio"/> 20. PR - Paraná |
| <input type="radio"/> 3. AC - Acre | <input type="radio"/> 12. MA - Maranhão | <input type="radio"/> 21. RN - Rio Grande do Norte |
| <input type="radio"/> 4. AL - Alagoas | <input type="radio"/> 13. MG - Minas Gerais | <input type="radio"/> 22. RO - Rondônia |
| <input type="radio"/> 5. AM - Amazonas | <input type="radio"/> 14. MS - Mato Grosso do Sul | <input type="radio"/> 23. RR - Roraima |
| <input type="radio"/> 6. AP - Amapá | <input type="radio"/> 15. MT - Mato Grosso | <input type="radio"/> 24. RS - Rio Grande do Sul |
| <input type="radio"/> 7. BA - Bahia | <input type="radio"/> 16. PA - Pará | <input type="radio"/> 25. SC - Santa Catarina |
| <input type="radio"/> 8. CE - Ceará | <input type="radio"/> 17. PB - Paraíba | <input type="radio"/> 26. SE - Sergipe |
| <input type="radio"/> 9. DF - Distrito Federal | <input type="radio"/> 18. PE - Pernambuco | <input type="radio"/> 27. TO - Tocantins |

COMENTÁRIOS

Por favor completar com letra de forma. Como na seção anterior, seus comentários são confidenciais.

O que torna a sua empresa um excelente lugar para trabalhar?

O que precisa ser melhorado na sua empresa?

Qualquer dúvida, entre em contato com o Great Place to Work® (horário comercial)

GREAT PLACE TO WORK®
 São Paulo - (11) 3093-7771
 e-mail: melhores@gptw.com.br

Preenchido descrevendo o topo para pela Agente - (11) 4382-2890 - Cód. 5425-6 MM: 01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11 12 Ano: 13 14

Great Place to Work® Institute, Inc. 2013. All Rights Reserved.



ANEXO II – Pesquisa GPTW 2013 – Com a Empresa



PESQUISA COM A EMPRESA - 2013
Great Place to Work® Culture Audit®
Parte II – Questões Abertas

Este questionário é parte integrante da Pesquisa com a Empresa. Nos itens que se seguem serão apresentadas as perguntas e instruções para suas respostas.

Após o preenchimento o formulário deve inserido na área restrita da empresa.

Materiais adicionais que exemplifiquem estes dados devem ser encaminhados para:

Great Place to Work®
 Av. Brig. Faria Lima, 201 - 8º andar - cj 81
 05426-100 Pinheiros São Paulo SP

Suas respostas serão avaliadas pelo Great Place to Work® e serão consideradas na nota final da sua empresa, além de servirem de **base para a formação de um perfil** das empresas participantes do processo "**Great Place to Work® - Melhores Empresas para Trabalhar**".

Qualquer dúvida ligue: 11 3093 7771

Inscrição em Grupo? (sim ou Não)	
Nome fantasia (aquele que aparecerá no guia). Em caso de inscrição em Grupo, preencha com o nome do Grupo, em caso de inscrição de uma empresa pertencente a um grupo, identifique claramente a empresa a que se refere:	
Razão social Em caso de inscrição em Grupo, preencha com a Razão Social do Grupo, em caso de inscrição de uma empresa pertencente a um grupo, identifique claramente a empresa a que se refere:	
CNPJ Em caso de inscrição em Grupo, preencha com o CNPJ do Grupo, em caso de inscrição de uma empresa pertencente a um grupo, identifique claramente a empresa a que se refere:	

INSTRUÇÕES

O Culture Audit® Parte II inclui uma série de questões abertas, elaboradas para nos auxiliar a entender quais são as práticas diferenciais na cultura da sua organização. Estamos particularmente interessados no que é especial, único ou não usual.

As questões estão agrupadas de acordo com as 9 Práticas Culturais necessárias para criar um Great Workplace.

Importante: não há respostas certas ou erradas. Avaliaremos a qualidade e o conteúdo das respostas, não o tamanho ou estilo, portanto, forneça somente as informações necessárias para que possamos entender o propósito e o conteúdo das práticas ou políticas, assim como sua relação com a cultura da empresa.

Nós também estamos interessados em conhecer como sua empresa se compara com outras do mesmo segmento de indústria, portanto informe qualquer dado comparativo relevante que você tiver disponível, citando a fonte sempre que possível.

Caso alguma prática ou programa seja relevante para mais de uma questão, descreva-o em detalhes em apenas uma questão. Nas outras questões, faça somente uma referência à essa prática ou programa.



PESQUISA COM A EMPRESA - 2013
Great Place to Work® Culture Audit®
 Parte II – Questões Abertas

Se sua empresa já participou e preencheu o Culture Audit® parte II em 2012, você tem a opção de apenas atualizar suas práticas através da planilha "Atualização Culture Audit 2013.xls", basta solicitar o modelo para a Equipe Melhores através do e-mail melhores@gptw.com.br. Se você preferir preencher o Culture Audit® parte II novamente, por favor indique com "NOVO!" as novas práticas culturais de sua empresa.

Caso a sua empresa tenha enviado a planilha de atualização em 2012, haverá a necessidade de preencher o Culture Audit® novamente.

Critérios de Avaliação

Durante as avaliações, levaremos em consideração os critérios descritos abaixo. Portanto, esteja certo de que esses aspectos, quando aplicáveis, fiquem claros em suas respostas:

Variedade: diversidade e quantidade de práticas da sua empresa;
Originalidade: criatividade e distinção dos programas e práticas;
Abrangência: grau de inclusão dos funcionários nas práticas, independentemente de localização ou cargo;
Calor Humano: grau que os programas têm de empatia, compreensão e compaixão dos funcionários, como pessoas na empresa;
Integração: grau de interação dos programas entre si e desses programas com a filosofia da empresa.

O preenchimento das práticas deverá ser feito em arquivo Word com tamanho máximo de 5 megas.

Ao responder às questões, é importante que você envie separadamente materiais ilustrativos adicionais, como jornais internos, revistas, vídeos, anuários, fotos, etc, pois eles nos auxiliam a compreender melhor as práticas descritas. Enumere e faça referência em suas respostas a esses materiais em arquivo a parte.



PESQUISA COM A EMPRESA - 2013
Great Place to Work® Culture Audit®
 Parte II – Questões Abertas

QUESTÕES ABERTAS

INFORMAÇÕES GERAIS

Faça uma breve descrição da principal atividade da sua empresa. Inclua informações sobre o ramo de atividade da sua organização, seus principais produtos e/ou serviços, clientes e concorrentes.

1. CONTRATAR E RECEBER

- **Contratar**
 - A. Quais são as características que sua empresa busca nos novos funcionários, além do conhecimento necessário para executar o trabalho?
 - B. Como o processo de contratação (recrutamento, seleção, entrevistas etc.) garante que os novos contratados se enquadram na cultura da empresa?
- **Receber**
 - C. Como é recebido o novo contratado na empresa e como é realizada a sua integração?

2. INSPIRAR

Como sua empresa inspira seus funcionários a sentirem que seu trabalho tem um sentido e um significado maior do que apenas a simples execução de tarefas? Para responder a essa questão, detalhe aspectos específicos da cultura de sua empresa que criam nos funcionários o sentimento de que estão fazendo algo único e especial, como:

- Práticas que ajudam a reforçar a missão, visão e valores.
- Práticas que mostram ao empregado o valor de seu trabalho para os clientes e / ou para a sociedade
- Estórias que reforçam o orgulho pela empresa e pela qualidade dos produtos

3. FALAR

Quais são as maneiras distintas pelas quais os gestores, principalmente a alta liderança, compartilham informações com os funcionários (incluindo frustrações ou más notícias) e reforçam a cultura de transparência na empresa?



PESQUISA COM A EMPRESA - 2013
Great Place to Work® Culture Audit®
 Parte II – Questões Abertas

4. ESCUTAR

- **Escutar**

Quais são os canais que os funcionários utilizam para fazer perguntas e dar feedback, ou seja, como os empregados se comunicam com os gestores, principalmente com a alta liderança.

- **Colaborar**

- A. Quais os programas que a empresa disponibiliza para que os funcionários possam dar sugestões ou se envolver mais nas tomadas de decisões que afetam suas atividades, o ambiente de trabalho ou a empresa como um todo;
- B. Quais os mecanismos criados especificamente para que os funcionários possam criticar e apelar às situações indesejadas no ambiente de trabalho, às decisões tomadas pela liderança ou conflitos com a mesma.

5. AGRADECER

Como a sua empresa mostra agradecimento e reconhecimento pelo bom trabalho, esforço extra e conquista dos funcionários?

Ao escrever sobre programas específicos de reconhecimento dê detalhes das diferentes formas utilizadas (por exemplo: presentes, prêmios em dinheiro, etc) e quantos funcionários são impactados por essas práticas anualmente.

6. DESENVOLVER (PESSOAL E PROFISSIONAL)

Quais oportunidades sua empresa oferece e que auxiliam os empregados a descobrir e desenvolver seus talentos, gerenciar sua carreira, crescer profissionalmente e se desenvolver como pessoa. Descreva abaixo:

- A. Planejamento carreira
- B. Treinamentos
- C. Formas de identificar e desenvolver talentos e competências



PESQUISA COM A EMPRESA - 2013
Great Place to Work® Culture Audit®
 Parte II – Questões Abertas

7. CUIDAR

- **Apoiar**

Descreva como a empresa apoia os funcionários em momentos significantes (momentos de necessidade, crises pessoais, doenças na família, aniversário, casamento, nascimento de filhos etc). Quais benefícios únicos ou especiais oferecidos que mostram que a sua empresa cuida das pessoas como indivíduos - e não apenas como funcionários.

- **Equilibrar**

De que maneira sua empresa ajuda os funcionários a equilibrar sua vida profissional e pessoal? Descreva as práticas de flexibilidade de horário e/ou time-off, saúde, bem estar, serviços disponibilizados no site da empresa etc.

- **Incluir**

Descreva os programas e políticas utilizados para promover a diversidade na sua empresa e a filosofia que está por trás desta abordagem. Conte também como sua empresa garante a inclusão de funcionários independentemente da orientação sexual, sexo, idade, cor, raça e portadores de necessidades especiais. Apresente dados que comprovem como esses programas têm mudado a demografia e a diversidade no ambiente de trabalho.

8. CELEBRAR

- **Celebrar**

Como a sua empresa celebra os sucessos da equipe e da organização?

- **Confraternizar**

Como a empresa promove um clima descontraído e de camaradagem entre os funcionários?



PESQUISA COM A EMPRESA - 2013

Great Place to Work® Culture Audit®

Parte II – Questões Abertas

9. COMPARTILHAR

- **Recompensar**

Como a forma de remuneração total de sua empresa promove um senso de justiça dentro da companhia? Ao responder a esta pergunta, é importante descrever também:

- Métodos de compensação que os empregados consideram única ou especial como programas de distribuição de lucros e/ou programa de bônus, stock options etc.
- Políticas e práticas que promovem o sentimento de equidade entre empregados e líderes
- **Contribuir**

Descreva as ações de responsabilidade social, ambiental ou outras iniciativas de sua empresa. Explique como os funcionários participam e/ou tomam conhecimento e enxergam valor nessas ações.

QUESTÕES ADICIONAIS

1. Você tem alguma evidência (análise de resultados ou experiência vivida) que mostra que sua cultura organizacional contribui para o sucesso da empresa?

2. Quais práticas você destacaria como diferenciais na sua empresa que são representativas de sua cultura organizacional e que mereçam ser divulgadas em publicações e eventos? Atenção: não há necessidade de descrevê-las novamente caso tenham sido mencionadas anteriormente. Nesse caso, basta fazer menção a elas. O objetivo dessa pergunta é saber quais práticas ou políticas a empresa considera realmente como seus maiores destaques.

3. Informe as práticas, políticas e benefícios especiais e exclusivos para atrair e reter os seguintes grupos de funcionários na sua empresa (excluindo aqueles que são obrigatórios por lei ou já informados em questões anteriores):

- **EXECUTIVOS**
- **MULHERES**
- **JOVENS** (Estagiários, Trainees e funcionários até 25 anos)

4. Pergunta para o presidente: Qual o perfil de pessoas que você procura para trabalhar na sua organização? Como são os funcionários da sua empresa? Utilize, no máximo, 10 linhas para responder essa questão).

Atenção: é preciso que esta pergunta seja respondida pelo presidente da empresa. Para isso, encaminhe um e-mail solicitando a resposta a esta pergunta e depois copie e cole o texto enviado pelo presidente da sua empresa.



PESQUISA COM A EMPRESA - 2013
Great Place to Work® Culture Audit®
 Parte II – Questões Abertas

5. Feedback

Você algum *feedback* a nos dar em relação ao Culture Audit® ou ao processo como um todo? Idéias e sugestões que podem melhorar nosso processo são muito bem vindas! Reforçando que sua resposta não afetará sua avaliação de nenhuma forma.

Declaro que os dados fornecidos estão corretos e assumo total responsabilidade pela veracidade das informações, estando ciente de que elas poderão, sem consulta prévia, ser publicadas pelo Great Place to Work®.

Nome:	
Cargo:	
Telefone:	
E-mail:	

ANEXO III – Pesquisa GPTW 2013 – Critérios de Avaliação CultureAudit ®

Práticas Culturais			Empresa:			Notas (0 a 5)				
			CNPJ:			Variedade	Originalidade	Abrangência	Calor Humano	Integração
			Avaliador:							
1	Contratar e Recrutar	Processo de Contratação e Recrutamento							0,00	0,50
2	Implicar	Formas de disseminar Missão, Visão e Valores e outras práticas							0,00	0,50
3	Falar	Comunicação							0,00	1,00
4	Escutar	Proximidade da liderança							0,00	0,50
		Canais de Sugestões + envolvimento em decisões							0,00	0,25
		Mecanismos de apreço							0,00	0,25
5	Agradecer	Reconhecimento							0,00	1,00
6	Desenvolver	Planejamento carreira							0,00	1,00
		Treinamentos							0,00	1,00
		Formas de identificar talentos e competências							0,00	1,00
7	Cuidar	Benefícios especiais, únicos ou diferenciados							0,00	0,50
		Equilíbrio vida profissional e pessoal							0,00	0,50
		Programas de Diversidade							0,00	0,00
8	Coletar	Celebrar conquistas e eventos especiais							0,00	1,00
		Programas de integração							0,00	1,00
9	Compartilhar	Práticas e políticas de compartilhamento de lucro e resultados financeiros							0,00	0,50
		Programas de Responsabilidade Social							0,00	0,50
		Envolvimento dos funcionários							0,00	0,00
10	Mulheres								0,00	0,00
	Jovens								0,00	0,00
	Executivos								0,00	0,00
Impressões Gerais (GESTALT) - bala sobre os PONTOS POSITIVOS da empresa - o que faz dela uma empresa atraente (utilize comentários da Questão Adicional 1 do Culture Audit)									0,00	2,50
Pergunta ao Responsável pela Pesquisa									0,00	1
Resposta									0,00	0,00
Comentários avaliador									0,00	0,00
Highlights para consultores - CASES PARA JORNALISTA (chamar atenção para algo inusitado ou uma situação que mereça uma "investigação")									0,00	0,00

nome da empresa:	
cnpj:	
nota final: obs: não é a média das demais notas	
nota final base 100	0
nota intensidade:	
nota especificidade:	
nota variedade:	
nota calor humano:	
nota critica construtiva:	
resumo de sua percepção da empresa:	
comentários de denuncia:	
tema mais frequente:	
comentários que refletem o que a empresa é para os funcionários:	

ANEXO IV – Pesquisa GPTW ® - Correlação perguntas do questionário com a base de dados

Ordem Banco de Dados	Ordem Tí	Afirmativas	dimension	sub_dimension	sub_subdimension	practice_cultural_car
19	1	Os chefes me mantêm informado sobre assuntos importantes e sobre mudanças na empresa	credibilidade	comunicação	informativa	falar
7	2	Os chefes deixam claras suas expectativas	credibilidade	comunicação	informativa	falar
8	3	Penso fazer pergunta razoável aos chefes e obter respostas diretas	credibilidade	comunicação	acessível	escutar
14	4	É fad se aproximar dos chefes e é também fád falar com eles	cooperatividade	cooperatividade	não se aplica	não se aplica
45	5	Os chefes são competentes para rocar o negócio	credibilidade	cooperatividade	cooperatividade	cooperatividade
57	6	Os chefes contratam pessoas que se enquadram bem aqui	credibilidade	cooperatividade	cooperatividade	cooperatividade
25	7	Os chefes sabem coordenar pessoas e distribuir tarefas adequadamente	credibilidade	cooperatividade	cooperatividade	cooperatividade
21	8	Os chefes confiam que as pessoas fazem um bom trabalho sem pressurizá-las	credibilidade	cooperatividade	cooperatividade	cooperatividade
26	9	Os chefes aqui dão autonomia às pessoas	credibilidade	cooperatividade	cooperatividade	cooperatividade
20	10	Os chefes têm uma visão clara para onde estamos indo e como fazer para chegar lá	credibilidade	cooperatividade	cooperatividade	cooperatividade
32	11	Os chefes cumprem o que prometem	credibilidade	cooperatividade	cooperatividade	cooperatividade
35	12	Os chefes agem de acordo com o que falam	credibilidade	cooperatividade	cooperatividade	cooperatividade
41	13	Acredito que os chefes só promovem reduções de quadro como último recurso	credibilidade	cooperatividade	cooperatividade	cooperatividade
49	14	Os chefes são honestos e éticos na condução dos negócios	credibilidade	cooperatividade	cooperatividade	cooperatividade
9	15	A empresa me oferece treinamento ou outras formas de desenvolvimento para o meu crescimento profissional	credibilidade	cooperatividade	cooperatividade	cooperatividade
2	16	Eu recebo os equipamentos de recursos necessários para realizar meu trabalho	respeito	apreço	apreço	apreço
10	17	Os chefes agradecem o bom trabalho e o esforço extra	respeito	apreço	apreço	apreço
15	18	Os chefes reconhecem erros não intencionais como parte do negócio	respeito	apreço	apreço	apreço
16	19	Os chefes incentivam ideias e sugestões e as levam em consideração de forma sincera	respeito	apreço	apreço	apreço
22	20	Os chefes envolvem as pessoas em decisões que afetam suas atividades e seu ambiente de trabalho	respeito	apreço	apreço	apreço
3	21	Este é um lugar fisicamente seguro para trabalhar	respeito	consideração	consideração	consideração
27	22	Este é um lugar psicológica e emocionalmente saudável para trabalhar	respeito	consideração	consideração	consideração
36	23	Nossas instalações contribuem para um bom ambiente de trabalho	respeito	consideração	consideração	consideração
53	24	Posso me ausentar do trabalho quando necessário	respeito	consideração	consideração	consideração
43	25	As pessoas são encorajadas a equilibrar sua vida profissional e pessoal	respeito	consideração	consideração	consideração
50	26	Os chefes mostram interesse sincero por mim como pessoa e não somente como empregado	respeito	consideração	consideração	consideração
47	27	Temos benefícios especiais e diferenciados aqui oferecidos pelo serviço que fazem	respeito	consideração	consideração	consideração
11	28	As pessoas aqui são pagas adequadamente pelo serviço que fazem	imparcialidade	equidade	imparcialidade	equidade
18	29	Acredito que a quantidade de recompensas como participação nos resultados da empresa é justa	imparcialidade	equidade	imparcialidade	equidade
4	30	Todos aqui têm a oportunidade de receber um reconhecimento especial	imparcialidade	equidade	imparcialidade	equidade
52	31	Eu sou considerado importante independente de minha posição na empresa	imparcialidade	equidade	imparcialidade	equidade
29	32	As promosções são dadas às pessoas que realmente merecem	imparcialidade	equidade	imparcialidade	equidade
23	33	Os chefes evitam o favoritismo	imparcialidade	equidade	imparcialidade	equidade
42	34	As pessoas evitam fazer "politicagem" e intrigas, como forma de obter resultados	imparcialidade	equidade	imparcialidade	equidade
28	35	As pessoas aqui são bem tratadas independentemente de sua idade	imparcialidade	equidade	imparcialidade	equidade
33	36	As pessoas aqui são bem tratadas independentemente de sua cor ou raça	imparcialidade	equidade	imparcialidade	equidade
37	37	As pessoas aqui são bem tratadas independentemente do seu sexo	imparcialidade	equidade	imparcialidade	equidade
44	38	As pessoas aqui são bem tratadas independentemente de sua opção (ou orientação) sexual	imparcialidade	equidade	imparcialidade	equidade
46	39	Se eu for tratado injustamente, acredito que serei ouvido e acbarrei recebendo um tratamento justo	imparcialidade	equidade	imparcialidade	equidade
54	40	Sinto que eu faço a diferença aqui	orgulho	orgulho	orgulho	orgulho
12	41	Meu trabalho tem um sentido especial para mim, não é só "mais um emprego"	orgulho	orgulho	orgulho	orgulho
17	42	Quando vejo o que fazemos aqui, sinto orgulho	orgulho	orgulho	orgulho	orgulho
5	43	As pessoas aqui são bem tratadas independentemente do seu gênero	orgulho	orgulho	orgulho	orgulho
51	44	Pretendo trabalhar aqui por muito tempo	orgulho	orgulho	orgulho	orgulho
38	45	Tenho orgulho de contar a outras pessoas que trabalho aqui	orgulho	orgulho	orgulho	orgulho
30	46	As pessoas aqui têm vontade de vir para o trabalho	orgulho	orgulho	orgulho	orgulho
24	47	Eu me sinto bem com a forma pela qual contribuímos para a comunidade	camaraderagem	camaraderagem	camaraderagem	camaraderagem
31	48	Posso ser meu me-smo por aqui	camaraderagem	camaraderagem	camaraderagem	camaraderagem
40	49	Nos sempre comemoramos eventos especiais	proximidade	proximidade	proximidade	proximidade
34	50	Aqui as pessoas se importam uns com as outras	camaraderagem	camaraderagem	camaraderagem	camaraderagem
1	51	Este é um lugar amistoso para trabalhar	proximidade	proximidade	proximidade	proximidade
56	52	Este é um lugar descontrulado para trabalhar	satisfação no trabalho	satisfação no trabalho	satisfação no trabalho	satisfação no trabalho
55	53	Quando se entra neste ambiente, fazem você se sentir bem-vindo	receptividade	receptividade	receptividade	receptividade
13	54	Quando as pessoas mudam de função ou de área, a empresa faz com que se sintam rapidamente "em casa"	comunidade	comunidade	comunidade	comunidade
39	55	Existe um sentimento de "família" ou de "equipe" por aqui	comunidade	comunidade	comunidade	comunidade
48	56	Sinto que estamos todos "no mesmo barco"	comunidade	comunidade	comunidade	comunidade
6	57	Pode-se contar com a colaboração das pessoas por aqui	comunidade	comunidade	comunidade	comunidade
58	58	Levando tudo em conta, eu diria que este é um excelente lugar para trabalhar	Restalt			

ANEXO V – Pesquisa GPTW 2013 – Análises e Resultados

2013	70 Grandes	30 Médias Multis	30 Médias Nacionais
Trust Index® (peso 62%)	79	82	89
Comentários (peso 5%)	80	84	85
Análise das Práticas (peso 33%)	72	72	64
Média Final	77	79	80

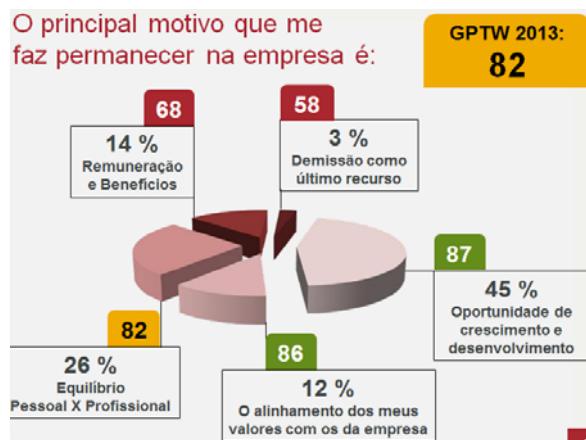


Figura 7: Pesquisa GPTW 2013, resultados.

Fonte: Adaptado pela autora a partir apresentações oficiais GPTW Brasil

Segundo a Booz&Company, os CEOs, no Brasil, que foram desligados em 2012 ficaram em média 2 anos e meio em seus cargos. A média de tempo dos ocupantes do cargo de CEO das empresas premiadas é de 7 anos (sem contar com os CEOs fundadores) e no mundo, de quase 5 anos.

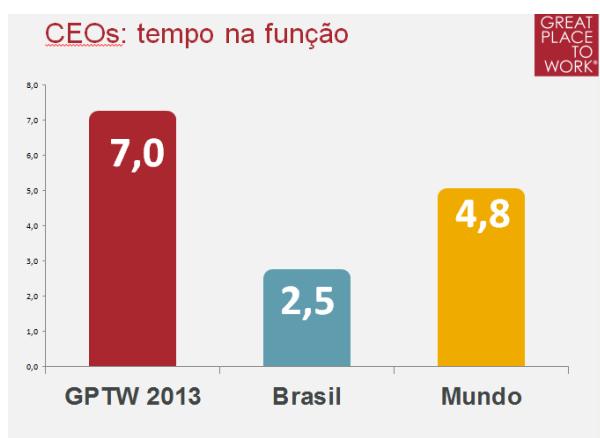


Figura 8: CEOs na função.

Fonte: Adaptado pela autora a partir apresentações oficiais GPTW Brasil, GPTW / Booz&Company – 2013

A GPTW apóia as empresas no seu processo de transformação organizacional para tornar-se escolha pelos funcionários e uma melhor empresa para trabalhar:

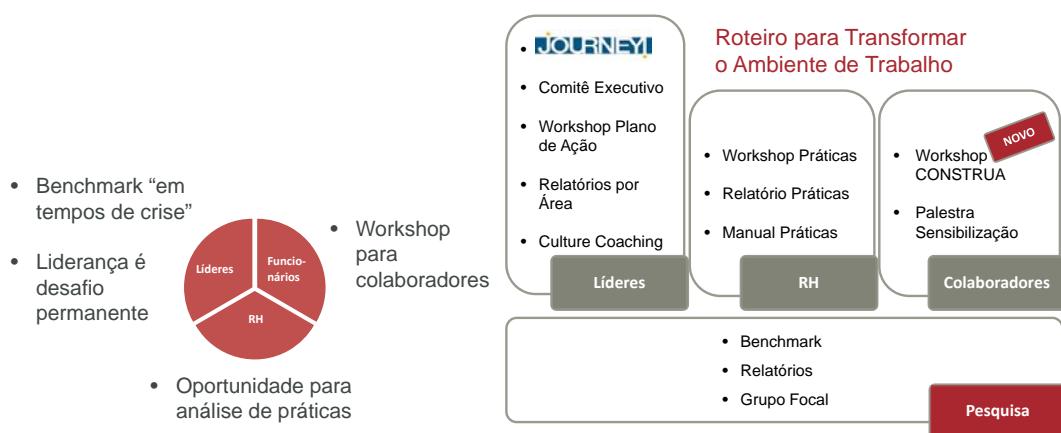


Figura 9: Serviços prestados GPTW

Fonte: Adaptado pela autora a partir apresentações oficiais GPTW Brasil

ANEXO VI – RESULTADOS ESTATÍSTICOS

Informações gerais

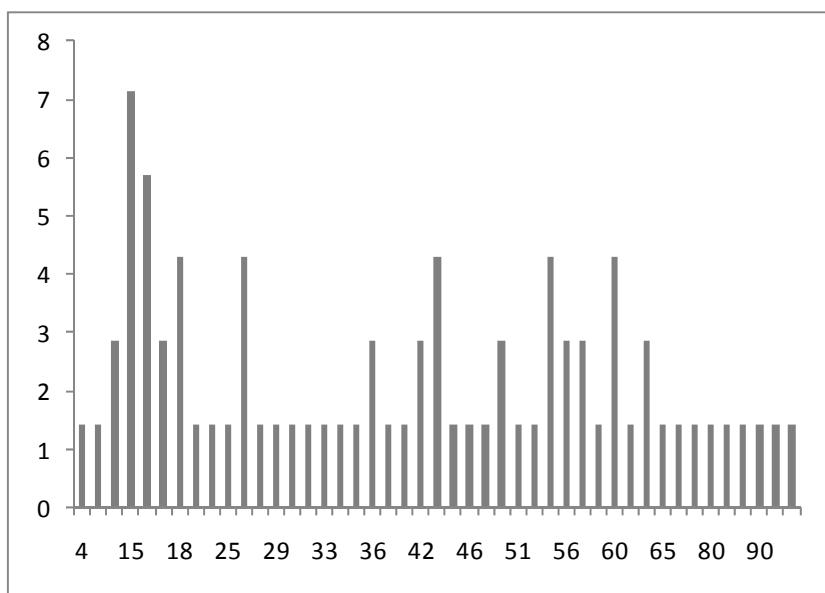


Gráfico 1: distribuição da idade (70 grandes e multinacionais premiadas)
Fonte: Elaborada pela autora

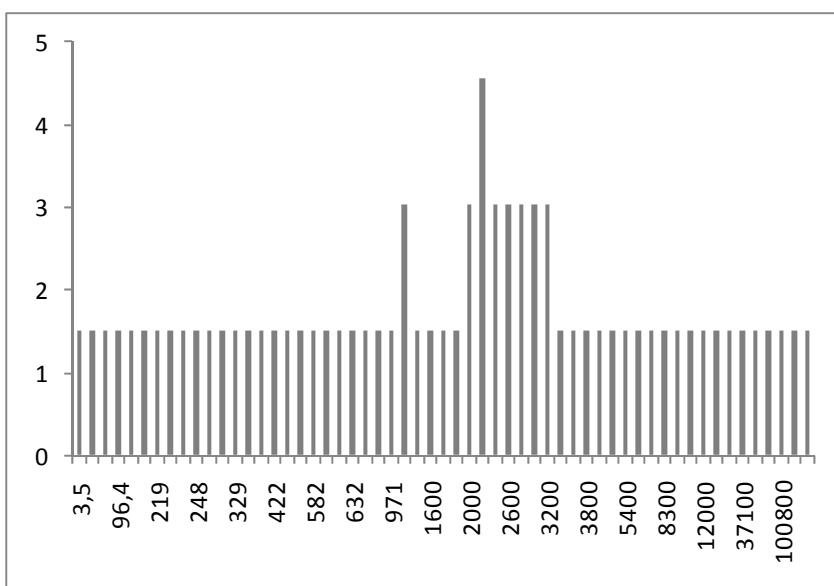


Gráfico 2: distribuição do faturamento (70 grandes e multinacionais premiadas)
Fonte: Elaborada pela autora

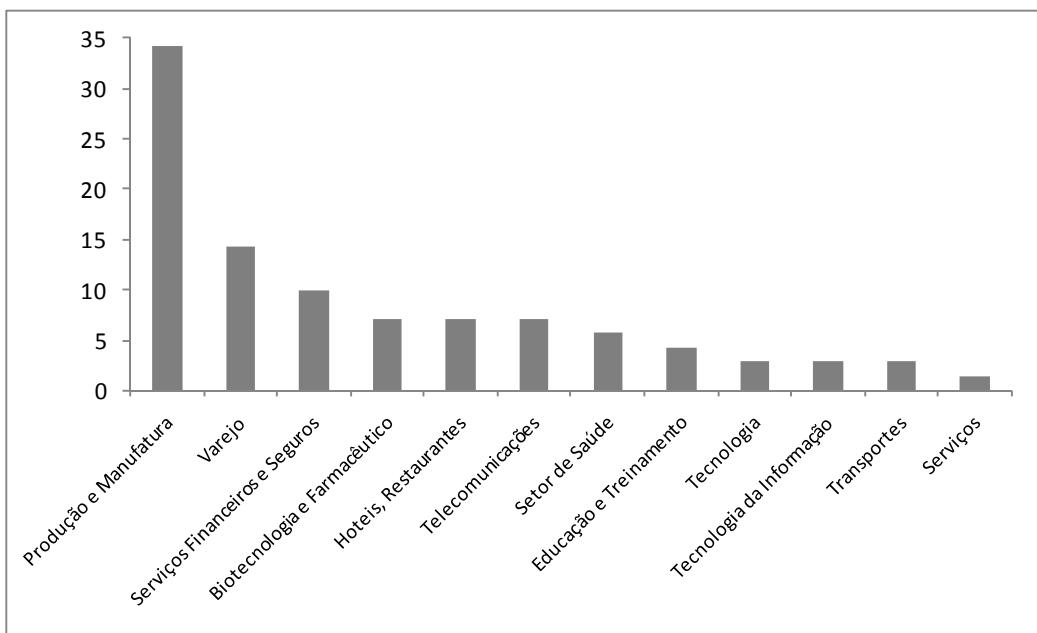


Gráfico 3: distribuição do setor de atuação (70 grandes e multinacionais premiadas)
Fonte: Elaborada pela autora

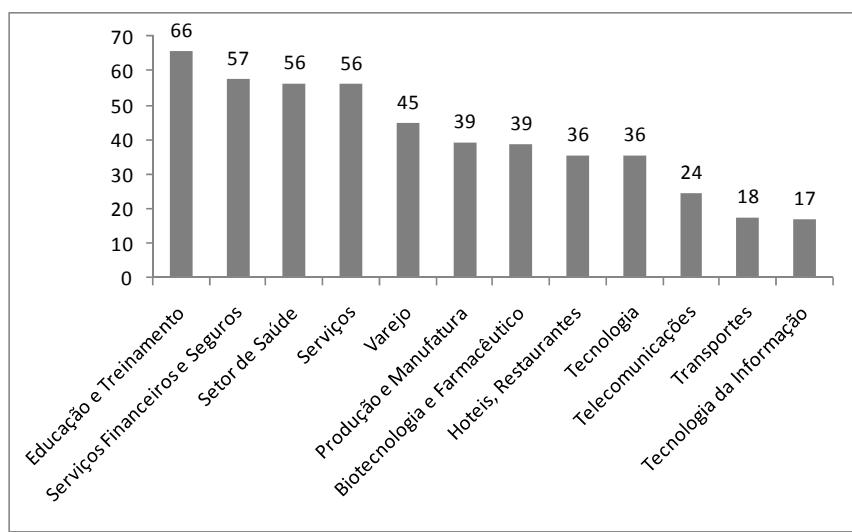


Gráfico 4: idade média por setor de atuação (70 grandes e multinacionais premiadas)
Fonte: Elaborada pela autora

Idade				
Idade	Freqüência	Percentual	Freqüência acumulada	Percentual acumulado
4	1	1,43	1	1,43
12	1	1,43	2	2,86
14	2	2,86	4	5,71
15	5	7,14	9	12,86
16	4	5,71	13	18,57
17	2	2,86	15	21,43
18	3	4,29	18	25,71
19	1	1,43	19	27,14
21	1	1,43	20	28,57
25	1	1,43	21	30
26	3	4,29	24	34,29
27	1	1,43	25	35,71
29	1	1,43	26	37,14
30	1	1,43	27	38,57
31	1	1,43	28	40
33	1	1,43	29	41,43
34	1	1,43	30	42,86
35	1	1,43	31	44,29
36	2	2,86	33	47,14
38	1	1,43	34	48,57
40	1	1,43	35	50
42	2	2,86	37	52,86
43	3	4,29	40	57,14
45	1	1,43	41	58,57
46	1	1,43	42	60
48	1	1,43	43	61,43
49	2	2,86	45	64,29
51	1	1,43	46	65,71
53	1	1,43	47	67,14
55	3	4,29	50	71,43
56	2	2,86	52	74,29
57	2	2,86	54	77,14
59	1	1,43	55	78,57
60	3	4,29	58	82,86
61	1	1,43	59	84,29
64	2	2,86	61	87,14
65	1	1,43	62	88,57
68	1	1,43	63	90
71	1	1,43	64	91,43
80	1	1,43	65	92,86
83	1	1,43	66	94,29
87	1	1,43	67	95,71
90	1	1,43	68	97,14
91	1	1,43	69	98,57
110	1	1,43	70	100

Tabela 12: Idade das empresas (70 grandes e multinacionais premiadas)
Fonte: Elaborada pela autora

Percepções dos funcionários (dimensões)	Correlação (r)	p-valor	Percepções dos funcionários (dimensões)	Correlação (r)	p-valor
P1	0.06	0.61	P30	0.03	0.79
P2	0.12	0.31	P31	0.05	0.70
P3	0.03	0.80	P32	-0.01	0.96
P4	-0.04	0.74	P33	0.03	0.82
P5	0.08	0.50	P34	0.10	0.42
P6	0.03	0.79	P35	0.05	0.71
P7	0.05	0.66	P36	-0.04	0.71
P8	-0.01	0.92	P37	0.03	0.79
P9	-0.08	0.52	P38	-0.03	0.77
P10	0.09	0.44	P39	0.06	0.63
P11	0.01	0.92	P40	0.04	0.75
P12	0.00	1.00	P41	0.05	0.69
P13	0.07	0.54	P42	0.18	0.13
P14	0.06	0.62	P43	0.04	0.75
P15	0.12	0.33	P44	0.07	0.55
P16	0.16	0.20	P45	0.13	0.28
P17	0.02	0.85	P46	0.05	0.65
P18	-0.01	0.91	P47	0.15	0.23
P19	0.01	0.93	P48	-0.01	0.96
P20	-0.03	0.81	P49	0.02	0.88
P21	0.07	0.57	P50	0.06	0.61
P22	0.05	0.68	P51	0.09	0.48
P23	0.12	0.33	P52	0.00	0.98
P24	0.04	0.73	P53	0.08	0.52
P25	0.15	0.20	P54	0.06	0.62
P26	0.05	0.70	P55	0.07	0.56
P27	-0.03	0.82	P56	0.12	0.30
P28	0.03	0.81	P57	0.04	0.77
P29	-0.01	0.96	P58	0.10	0.41

Tabela 13: correlação da idade com as 58 questões que compõem o questionário (70 grandes e multinacionais premiadas)

Fonte: Elaborada pela autora

Dimensão	Variável	Média	Desvio Padrão	Mínimo	Máximo
Credibilidade	P1	69	11	28	99
	P2	74	10	37	100
	P3	77	9	48	100
	P4	82	8	58	100
	P5	82	9	51	100
	P6	74	10	46	100
	P7	69	10	39	100
	P8	78	9	44	100
	P9	74	10	41	100
	P10	74	11	32	100
	P11	72	10	38	100
	P12	74	9	45	100
	P13	81	9	50	100
	P14	83	8	58	100
Respeito	P15	71	14	22	100
	P16	81	9	42	100
	P17	70	10	39	100
	P18	73	9	48	100
	P19	76	9	46	100
	P20	64	11	33	100
	P21	86	9	52	100
	P22	74	11	37	100
	P23	80	11	40	100
	P24	81	9	44	100
	P25	74	11	39	100
	P26	73	9	45	100
	P27	69	15	23	100
Imparcialidade	P28	58	14	22	99
	P29	50	17	11	100
	P30	65	12	29	100
	P31	75	9	47	100
	P32	62	12	29	100
	P33	63	10	33	100
	P34	70	10	42	99
	P35	90	7	42	100
	P36	95	5	56	100
	P37	94	4	77	100
	P38	94	5	70	100
	P39	78	9	32	100
Orgulho	P40	78	8	52	100
	P41	83	8	36	100
	P42	82	9	25	100
	P43	74	10	38	100
	P44	78	9	50	100
	P45	87	7	60	100
	P46	75	11	36	100
	P47	81	10	47	100
Camaradagem	P48	83	7	56	100
	P49	77	14	20	100
	P50	75	10	46	100
	P51	82	9	0	100
	P52	82	9	50	100
	P53	88	6	60	100
	P54	80	9	45	100
	P55	76	9	40	99
	P56	73	9	43	100
	P57	78	9	49	99
	P58	81	9	49	100
	Média GPW	77	8	52	100

Tabela 14: estatísticas das questões por dimensão para todas as 327 empresas participantes
Fonte: Elaborada pela autora

Temas	Questão	Média	Desvio Padrão	Mínimo	Máximo	Média do Tema
Implementar políticas claras para retenção de talento	P6	74	10	46	100	80
	P53	88	6	60	100	
	P40	78	8	52	100	
Reconhecimento e elogios	P17	70	10	39	100	69
	P18	73	9	48	100	
	P30	65	12	29	100	
Comemoração de conquistas e eventos sociais	P49	77	14	20	100	77
Saúde financeira - confiança no retorno financeiro sobre seu serviço	P13	81	9	50	100	65
	P27	69	15	23	100	
	P28	58	14	22	99	
	P29	50	17	11	100	
Práticas sociais	P47	81	10	47	100	81
	P54	80	9	45	100	
	P31	75	9	47	100	
	P35	90	7	42	100	
	P36	95	5	56	100	
Alinhamento com a empresa quanto a valores e expectativas	P37	94	4	77	100	85
	P38	94	5	70	100	
	P41	83	8	36	100	
	P26	73	9	45	100	
	P39	78	9	32	100	
Alinhamento com seus colegas quanto a valores e expectativas	P56	73	9	43	100	75
	P50	75	10	46	100	
	P55	76	9	40	99	
Infraestrutura para trabalho	P16	81	9	42	100	81
Oportunidades efetivas de desenvolvimento de sua carreira - treinamentos e novas funções	P15	71	14	22	100	77
	P48	83	7	56	100	
Incentivo ao crescimento pessoal e profissional - feedback, avaliação	P33	63	10	33	100	63
Recompensa pelo serviço prestado	P32	62	12	29	100	72
	P24	81	9	44	100	
	P25	74	11	39	100	
Comunicação efetiva - empresa e empregado	P3	77	9	48	100	75
	P4	82	8	58	100	
	P19	76	9	46	100	
	P1	69	11	28	99	
	P2	74	10	37	100	
	P10	74	11	32	100	
	P11	72	10	38	100	
	P12	74	9	45	100	
	P14	83	8	58	100	
	P20	64	11	33	100	
Trabalho desafiador e estimulante	P15	71	14	22	100	71
Orgulho de trabalhar aonde trabalha	P42	82	9	25	100	84
	P45	87	7	60	100	
	P51	82	9	0	100	

Tabela 15: estatísticas das questões por tema para todas as 327 empresas participantes
Fonte: Elaborada pela autora

Prática	Variável	GL	Estimativa dos Parâmetros	Estatística T	p-valor
Contratar e receber (R ² =0.89)	Intercepto	1	-5.09	-2.45	0.015
	P6	1	0.37	15.25	<.0001
	P48	1	0.25	7.90	<.0001
	P53	1	0.38	10.61	<.0001
Inspirar (R ² =0.94)	Intercepto	1	76.63	757.44	<.0001
	Componente	1	3.21	73.13	<.0001
Falar (R ² =0.76)	Intercepto	1	26.90	17.08	<.0001
	P1	1	0.20	6.49	<.0001
	P2	1	0.48	13.72	<.0001
Escutar (R ² =0.93)	Intercepto	1	76.63	691.48	<.0001
	Componente	1	3.58	66.36	<.0001
Desenvolver (R ² =0.86)	Intercepto	1	21.29	14.35	<.0001
	P15	1	0.09	6.11	<.0001
	P16	1	0.24	10.16	<.0001
	P32	1	0.16	5.91	<.0001
	P33	1	0.31	10.52	<.0001
Cuidar (R ² =0.92)	Intercepto	1	76.63	385.75	<.0001
	Componente	1	2.81	33.86	<.0001
Celebrar (R ² =0.90)	Intercepto	1	76.63	582.28	<.0001
	Componente	1	3.49	55.03	<.0001
Compartilhar (R ² =0.91)	Intercepto	1	11.82	8.90	<.0001
	P13	1	0.21	10.66	<.0001
	P28	1	0.04	3.22	0.001
	P29	1	-0.01	-0.54	0.593
	P31	1	0.26	7.71	<.0001
Agradecer (R ² =0,88)	Intercepto	1	24.85	20.16	<.0001
	P17	1	0.22	7.14	<.0001
	P18	1	0.29	10.35	<.0001
	P30	1	0.24	9.88	<.0001

Tabela 16: modelos de regressão para as nove práticas

Fonte: Elaborada pela autora

Tema	Variável	GL	Estimativa dos Parâmetros	Estatística T	p-valor
1 ($R^2=0,93$)	Intercepto	1	-7.21	-4.53	<.0001
	P6	1	0.29	14.89	<.0001
	P53	1	0.37	14.18	<.0001
	P40	1	0.38	17.70	<.0001
2 ($R^2=0,88$)	Intercepto	1	24.85	20.16	<.0001
	P17	1	0.22	7.14	<.0001
	P18	1	0.29	10.35	<.0001
	P30	1	0.24	9.88	<.0001
3 ($R^2=0,49$)	Intercepto	1	46.63	27.13	<.0001
	P49	1	0.39	17.72	<.0001
4 ($R^2=0,79$)	Intercepto	1	21.74	12.26	<.0001
	P13	1	0.45	18.02	<.0001
	P27	1	0.11	5.77	<.0001
	P28	1	0.19	10.41	<.0001
	P29	1	0.00	0.14	0.8918
5 ($R^2=0,45$)	Intercepto	1	34.51	13.35	<.0001
	P47	1	0.52	16.42	<.0001
6 ($R^2=0,96$)	Intercepto	1	76.63	453.81	<.0001
	Componente	1	2.82	41.37	<.0001
7 ($R^2=0,92$)	Intercepto	1	15.60	15.69	<.0001
	P56	1	0.41	17.60	<.0001
	P50	1	0.20	8.04	<.0001
	P55	1	0.21	6.84	<.0001
8 ($R^2=0,56$)	Intercepto	1	25.44	10.03	<.0001
	P16	1	0.63	20.31	<.0001
9 ($R^2=0,80$)	Intercepto	1	0.81	0.36	0.7155
	P15	1	0.19	12.86	<.0001
	P48	1	0.75	26.40	<.0001
10 ($R^2=0,71$)	Intercepto	1	36.74	25.43	<.0001
	P33	1	0.64	27.95	<.0001
11 ($R^2=0,87$)	Intercepto	1	20.54	14.07	<.0001
	P32	1	0.29	15.43	<.0001
	P24	1	0.18	9.88	<.0001
	P25	1	0.31	14.96	<.0001
12 ($R^2=0,94$)	Intercepto	1	76.63	766.61	<.0001
	Componente	1	2.61	74.07	<.0001
13 ($R^2=0,36$)	Intercepto	1	52.71	29.23	<.0001
	P15	1	0.34	13.50	<.0001
14 ($R^2=0,89$)	Intercepto	1	-0.31	-0.17	0.867
	P42	1	0.21	8.10	<.0001
	P45	1	0.21	5.06	<.0001
	P51	1	0.17	7.78	<.0001
	P50	1	0.37	15.96	<.0001

Tabela 17: modelos de regressão para os quatorze temas
Fonte: Elaborada pela autora

ACP para o bloco de modelos *percepções dos funcionários (dimensões)*

Fator	Autovalor	Credibilidade	
		Proporção de variabilidade explicada	
		Pontual	Acumulada
1	10.6658984	0.7618	0.7618
2	0.9218214	0.0658	0.8277
3	0.5147851	0.0368	0.8645
4	0.4573256	0.0327	0.8971
5	0.2854749	0.0204	0.9175
6	0.2393972	0.0171	0.9346
7	0.2346534	0.0168	0.9514
8	0.1517825	0.0108	0.9622
9	0.1216001	0.0087	0.9709
10	0.1083781	0.0077	0.9787
11	0.0935525	0.0067	0.9853
12	0.0808975	0.0058	0.9911
13	0.0728783	0.0052	0.9963
14	0.0515549	0.0037	1

Autovetores	
Variável	Componente
P1	0.249502
P2	0.270733
P3	0.289132
P4	0.268218
P5	0.274043
P6	0.269432
P7	0.273732
P8	0.24297
P9	0.252868
P10	0.269101
P11	0.276571
P12	0.289332
P13	0.236665
P14	0.273286

Respeito

Fator	Autovalor	Proporção de variabilidade explicada	
		Pontual	Acumulada
1	8.25538101	0.635	0.635
2	1.34527173	0.1035	0.7385
3	0.83276743	0.0641	0.8026
4	0.51223368	0.0394	0.842
5	0.39889717	0.0307	0.8727
6	0.35909996	0.0276	0.9003
7	0.28890164	0.0222	0.9225
8	0.23966576	0.0184	0.9409
9	0.19229162	0.0148	0.9557
10	0.17902515	0.0138	0.9695
11	0.14920039	0.0115	0.981
12	0.13832429	0.0106	0.9916
13	0.10894017	0.0084	1

Autovetores	
Variável	Componente
P15	0.202495
P16	0.271208
P17	0.300056
P18	0.310495
P19	0.322116
P20	0.301723
P21	0.242529
P22	0.290498
P23	0.266742
P24	0.231567
P25	0.291799
P26	0.317796
P27	0.223788

Imparcialidade

Fator	Autovalor	Proporção de variabilidade	
		Pontual	Acumulada
1	7.41522612	0.6179	0.6179
2	2.36293657	0.1969	0.8148
3	0.69028661	0.0575	0.8724
4	0.33496579	0.0279	0.9003
5	0.27762133	0.0231	0.9234
6	0.22091806	0.0184	0.9418
7	0.20436531	0.017	0.9589
8	0.14368422	0.012	0.9708
9	0.11289797	0.0094	0.9802
10	0.09721367	0.0081	0.9883
11	0.07949133	0.0066	0.995
12	0.06039302	0.005	1

Autovetores	
Variável	Componente
P28	0.237532
P29	0.182502
P30	0.318028
P31	0.31136
P32	0.31421
P33	0.312896
P34	0.320293
P35	0.293008
P36	0.234211
P37	0.288421
P38	0.268235
P39	0.342228

Orgulho

Fator	Autovalor	Proporção de variabilidade explicada	
		Pontual	Acumulada
1	5.99429371	0.7493	0.7493
2	0.65348017	0.0817	0.831
3	0.32282635	0.0404	0.8713
4	0.30061242	0.0376	0.9089
5	0.28740539	0.0359	0.9448
6	0.19264633	0.0241	0.9689
7	0.13473829	0.0168	0.9858
8	0.11399734	0.0142	1

Autovetores	
Variável	Componente
P40	0.359615
P41	0.342221
P42	0.366551
P43	0.334829
P44	0.364396
P45	0.364714
P46	0.362864
P47	0.331091

Camaradagem

Proporção de variabilidade explicada

Fator	Autovalor	Pontual	Acumulada
1	7.67765807	0.7678	0.7678
2	0.61316795	0.0613	0.8291
3	0.42832606	0.0428	0.8719
4	0.35408984	0.0354	0.9073
5	0.275571	0.0276	0.9349
6	0.20486036	0.0205	0.9554
7	0.14780313	0.0148	0.9701
8	0.12849205	0.0128	0.983
9	0.09841801	0.0098	0.9928
10	0.07161353	0.0072	1

Autovetores

Variável	Componente 1
P48	0.318011
P49	0.266543
P50	0.330335
P51	0.284995
P52	0.323695
P53	0.32521
P54	0.325707
P55	0.339583
P56	0.317075
P57	0.32404

ACP para o bloco de modelos *práticas*

Inspirar			
Fator	Autovalor	Proporção de variabilidade explicada	
		Pontual	Acumulada
1	5.34565743	0.7637	0.7637
2	0.64070053	0.0915	0.8552
3	0.38241061	0.0546	0.9098
4	0.26180916	0.0374	0.9472
5	0.15698458	0.0224	0.9697
6	0.14742915	0.0211	0.9907
7	0.06500853	0.0093	1

Autovetores	
Variável	Componente
P10	0.387951
P11	0.38876
P12	0.399515
P14	0.386167
P40	0.381295
P41	0.322961
P45	0.374076

Escutar			
Fator	Autovalor	Proporção de variabilidade explicada	
		Pontual	Acumulada
1	4.23552318	0.8471	0.8471
2	0.34127107	0.0683	0.9154
3	0.17406933	0.0348	0.9502
4	0.14856031	0.0297	0.9799
5	0.1005761	0.0201	1

Autovetores	
Variável	Componente
P3	0.459553
P4	0.444843
P19	0.458003
P20	0.419829
P39	0.452663

Cuidar

Fator	Autovalor	Proporção de variabilidade explicada	
		Pontual	Acumulada
1	5.74344192	0.6382	0.6382
2	1.45972075	0.1622	0.8004
3	0.6350127	0.0706	0.8709
4	0.45569312	0.0506	0.9215
5	0.21903078	0.0243	0.9459
6	0.19311551	0.0215	0.9673
7	0.13517246	0.015	0.9824
8	0.09941079	0.011	0.9934
9	0.05940197	0.0066	1

Autovetores

Variável	Componente
P24	0.304447
P25	0.292781
P26	0.338886
P27	0.21491
P35	0.377167
P36	0.334054
P37	0.374809
P38	0.36199
P50	0.36769

Celebrar

Fator	Autovalor	Proporção de variabilidade explicada	
		Pontual	Acumulada
1	4.30655076	0.7178	0.7178
2	0.5565817	0.0928	0.8105
3	0.50312042	0.0839	0.8944
4	0.30750442	0.0513	0.9456
5	0.20675171	0.0345	0.9801
6	0.11949098	0.0199	1

Autovetores

Variável	Componente
P42	0.362482
P49	0.382416
P51	0.374619
P52	0.427831
P54	0.441207
P55	0.452021

ACP para o bloco de modelos *temas*

Tema 6				
Fator	Autovalor	Proporção de variabilidade explicada		
		Pontual	Acumulada	
1	6.16136425	0.6846	0.6846	
2	1.52181463	0.1691	0.8537	
3	0.58235389	0.0647	0.9184	
4	0.21540236	0.0239	0.9423	
5	0.17671496	0.0196	0.962	
6	0.10527722	0.0117	0.9737	
7	0.0910784	0.0101	0.9838	
8	0.08685601	0.0097	0.9934	
9	0.05913827	0.0066	1	

Autovetores	
Variável	Componente
P54	0.34207
P31	0.316696
P35	0.355645
P36	0.311344
P37	0.351957
P38	0.340352
P41	0.255775
P26	0.33937
P39	0.372783

Tema 12

Fator	Autovalor	Proporção de variabilidade explicada	
		Pontual	Acumulada
1	8.06906842	0.8069	0.8069
2	0.50912972	0.0509	0.8578
3	0.35192058	0.0352	0.893
4	0.31762633	0.0318	0.9248
5	0.23630515	0.0236	0.9484
6	0.15514322	0.0155	0.9639
7	0.12663146	0.0127	0.9766
8	0.09962481	0.01	0.9865
9	0.08547957	0.0085	0.9951
10	0.04907074	0.0049	1

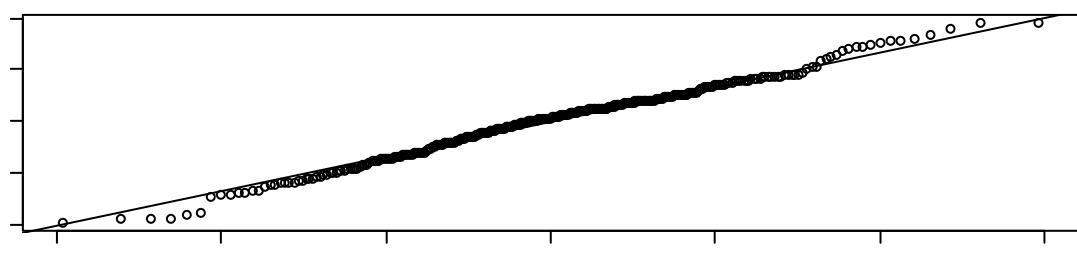
Autoweetores

Variável	Componente
P3	0.333445
P4	0.306356
P19	0.332156
P1	0.297776
P2	0.318673
P10	0.317598
P11	0.32123
P12	0.331212
P14	0.307107
P20	0.293831

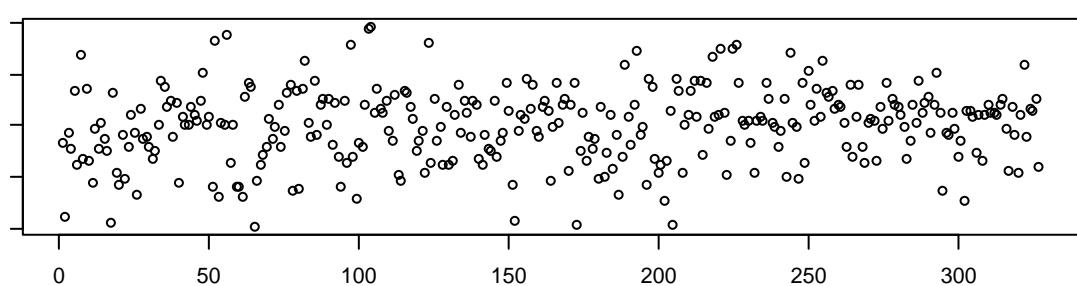
Análise de resíduos para o bloco de modelos *percepções dos funcionários (dimensões)*

Credibilidade

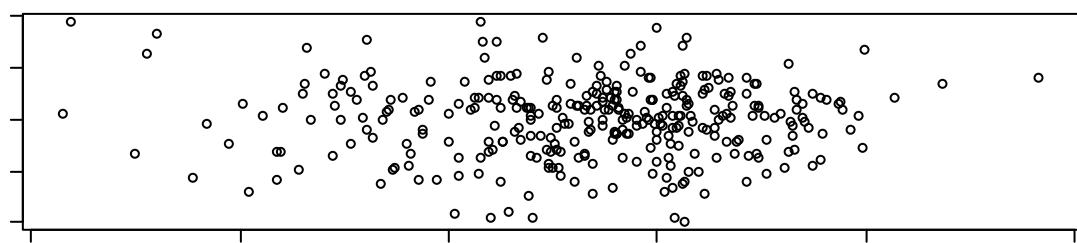
Normal Q-Q Plot



Resíduos x Ordem de coleta

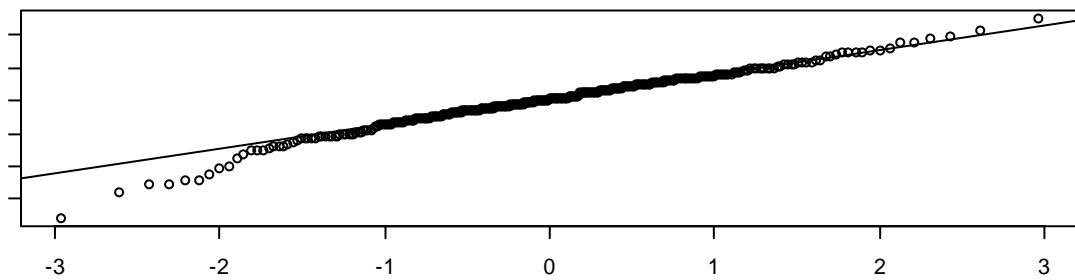


Resíduos x Preditos

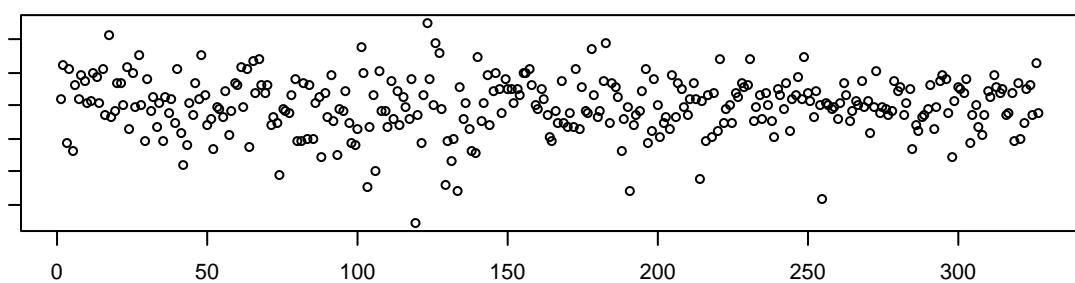


Respeito

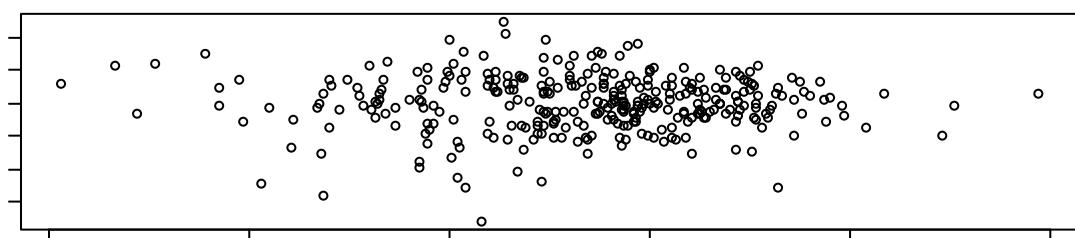
Normal Q-Q Plot



Resíduos x Ordem de coleta

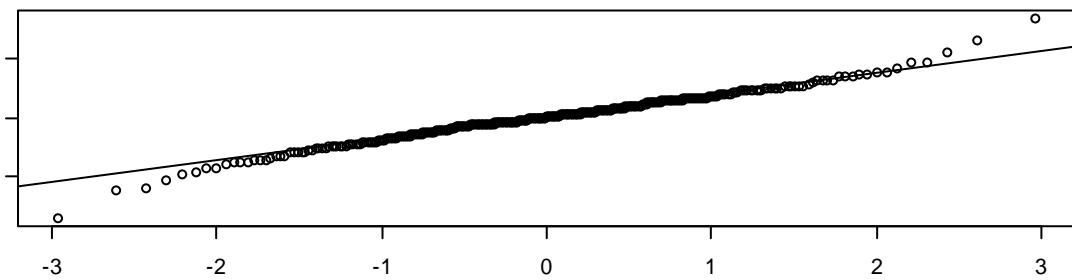


Resíduos x Preditos

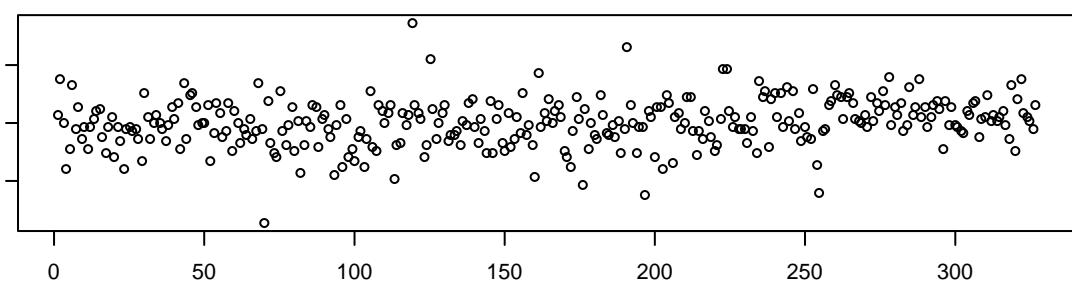


Imparcialidade

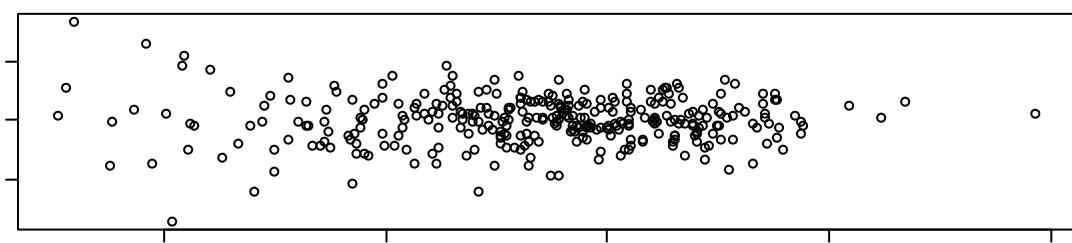
Normal Q-Q Plot



Resíduos x Ordem de coleta

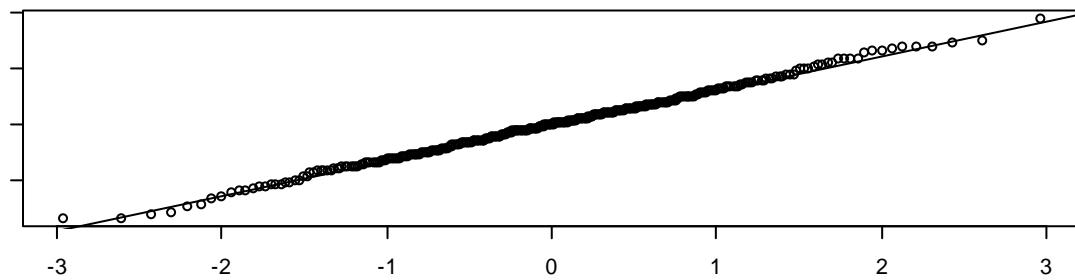


Resíduos x Preditos

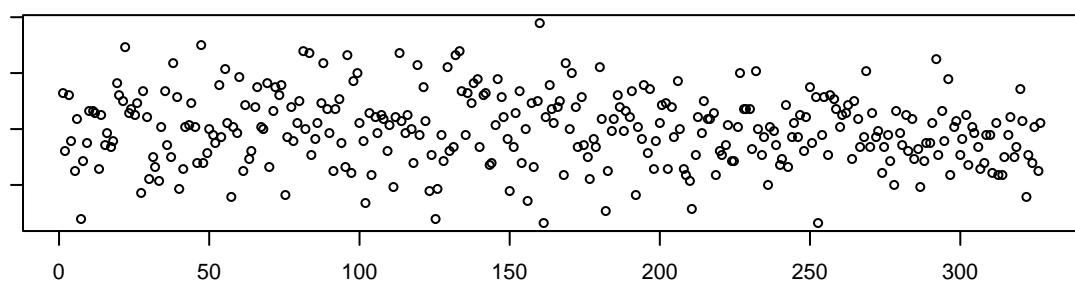


Orgulho

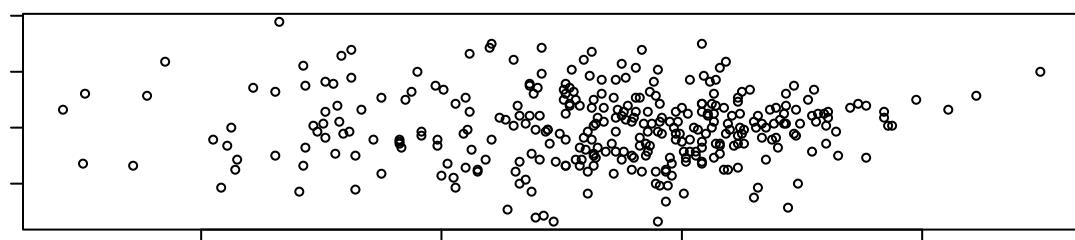
Normal Q-Q Plot



Resíduos x Ordem de coleta

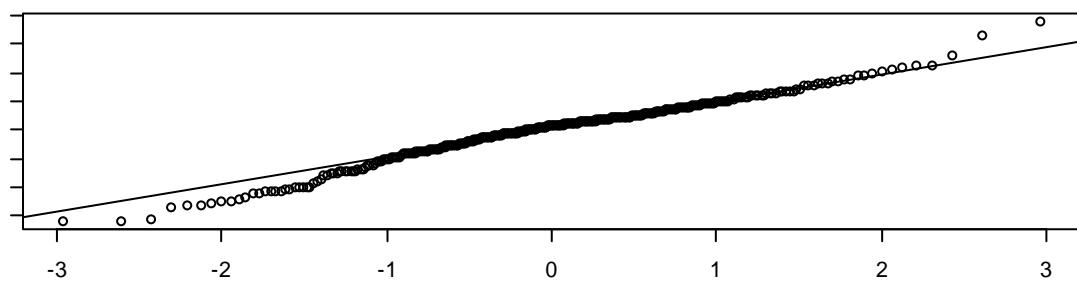


Resíduos x Preditos

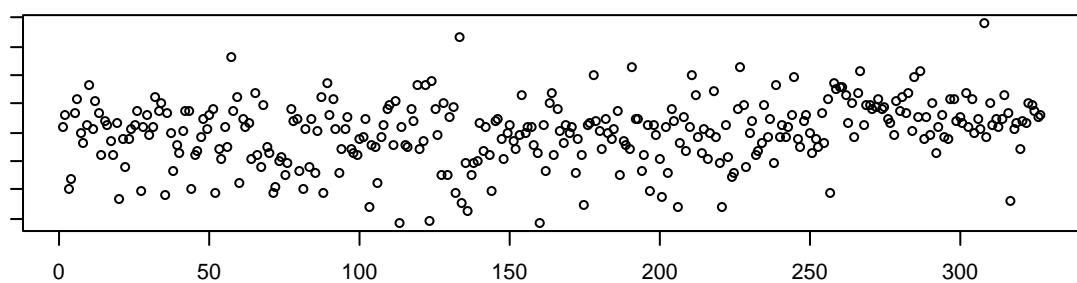


Camaradagem

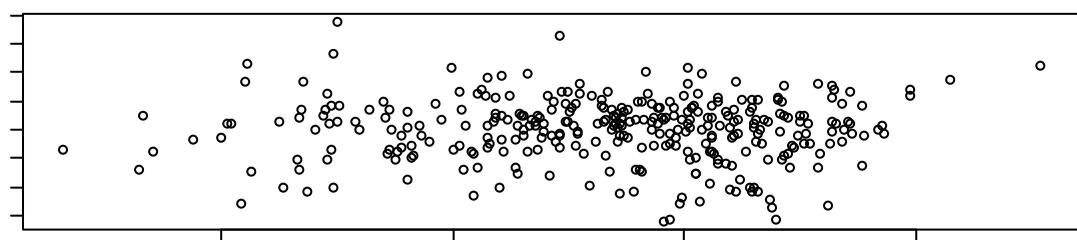
Normal Q-Q Plot



Resíduos x Ordem de coleta



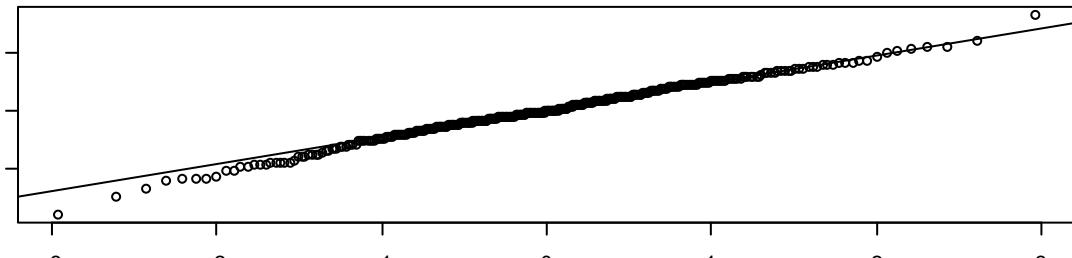
Resíduos x Preditos



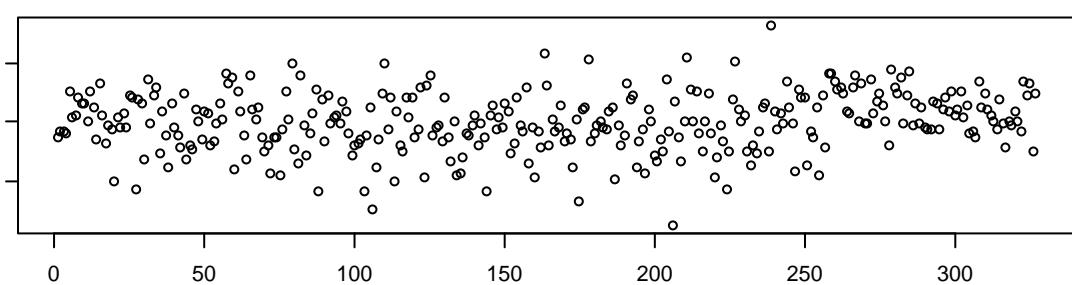
Análise de resíduos para o bloco de modelos práticas

Contratar e Receber

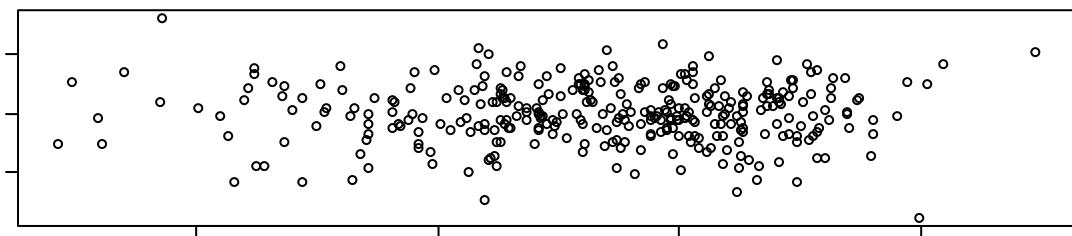
Normal Q-Q Plot



Resíduos x Ordem de coleta

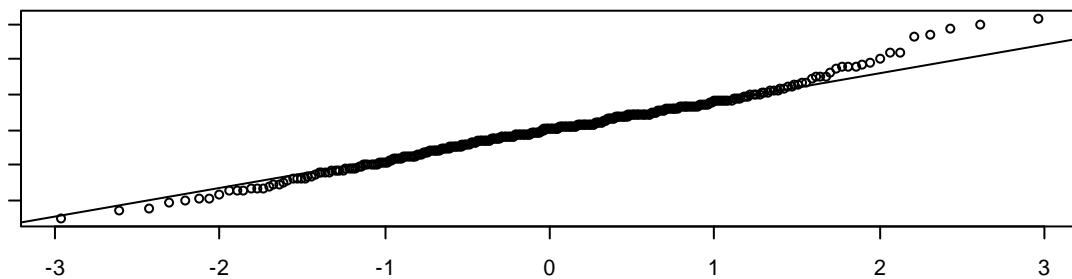


Resíduos x Preditos

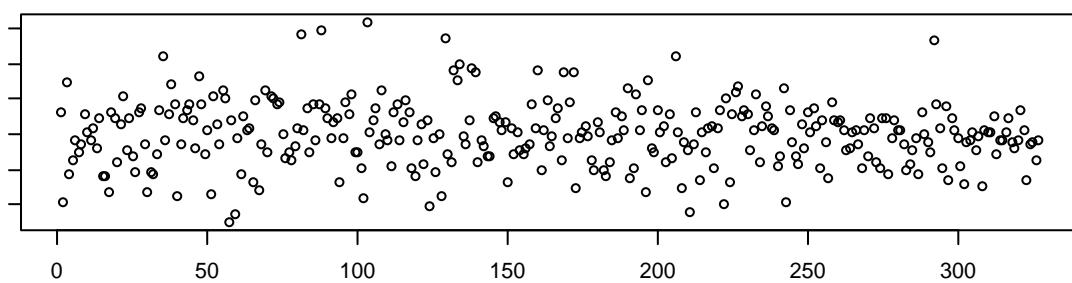


Inspirar

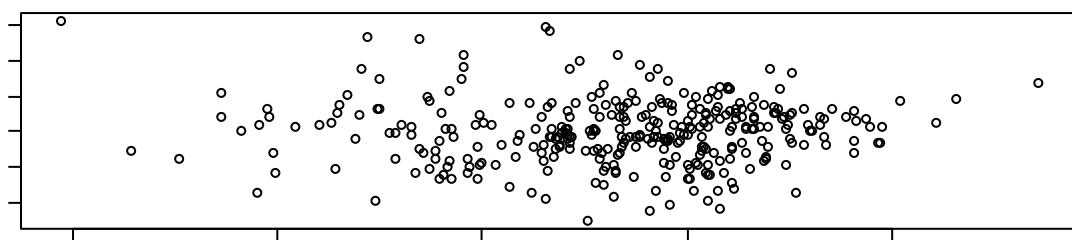
Normal Q-Q Plot



Resíduos x Ordem de coleta

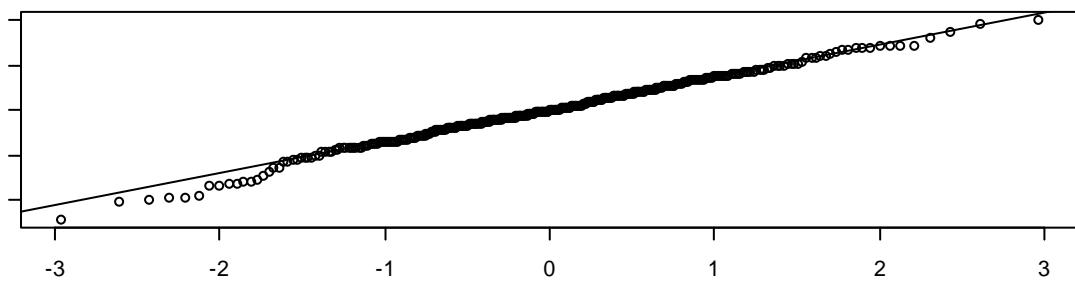


Resíduos x Preditos

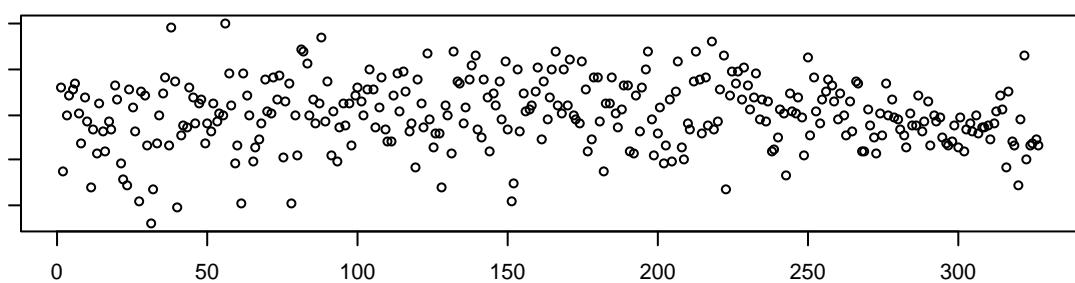


Falar

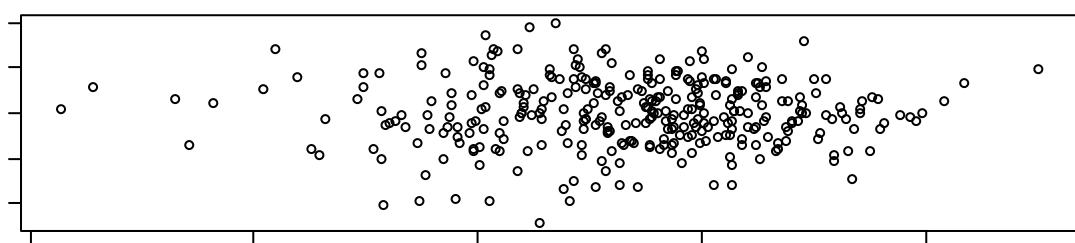
Normal Q-Q Plot



Resíduos x Ordem de coleta

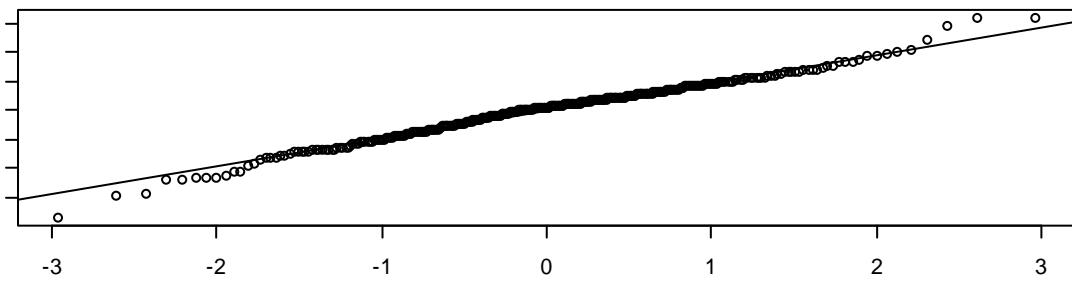


Resíduos x Preditos

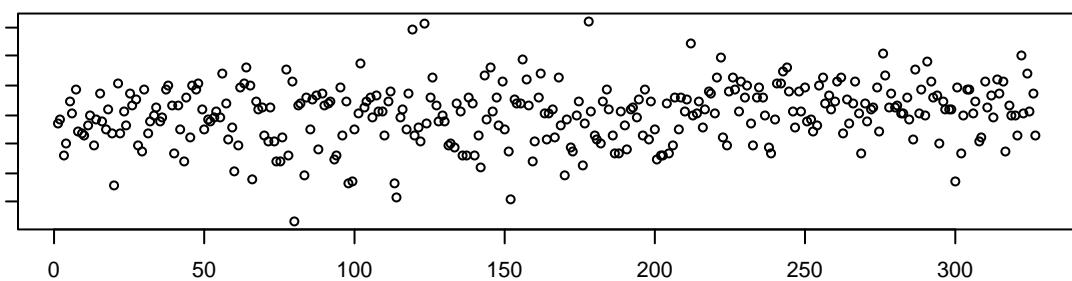


Escutar

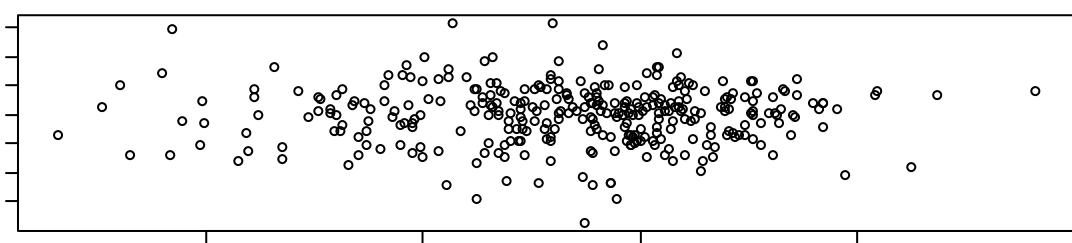
Normal Q-Q Plot



Resíduos x Ordem de coleta

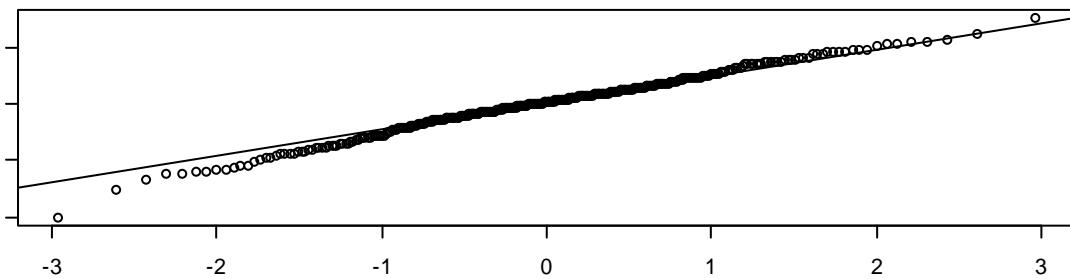


Resíduos x Preditos

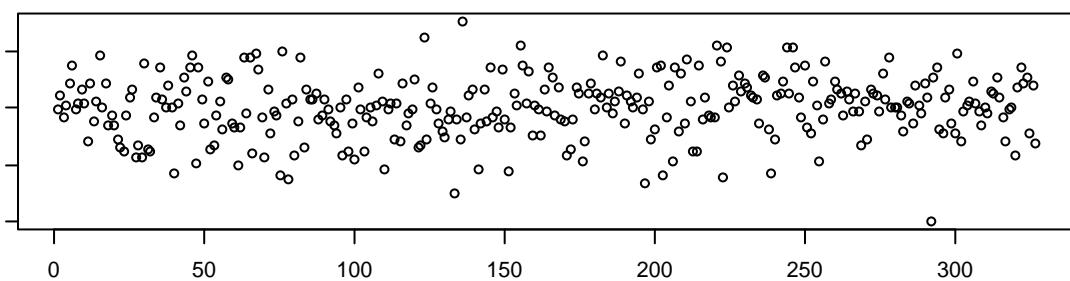


Agradecer

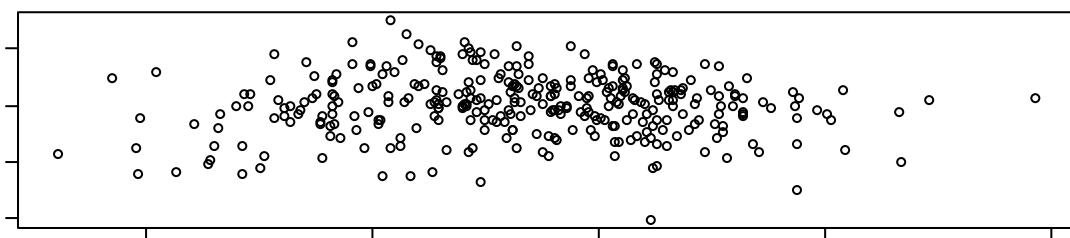
Normal Q-Q Plot



Resíduos x Ordem de coleta

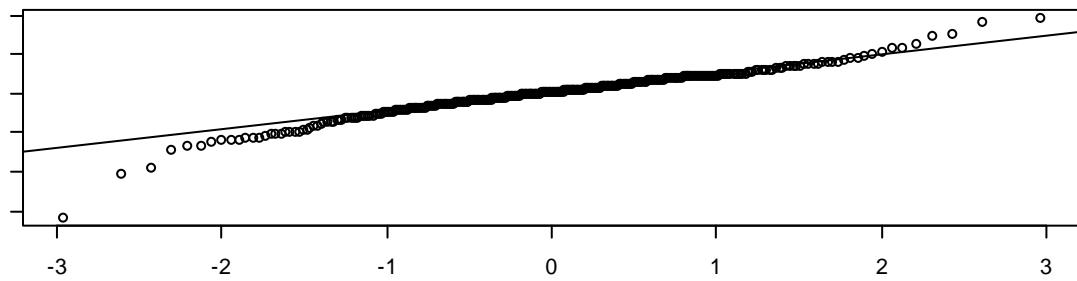


Resíduos x Preditos

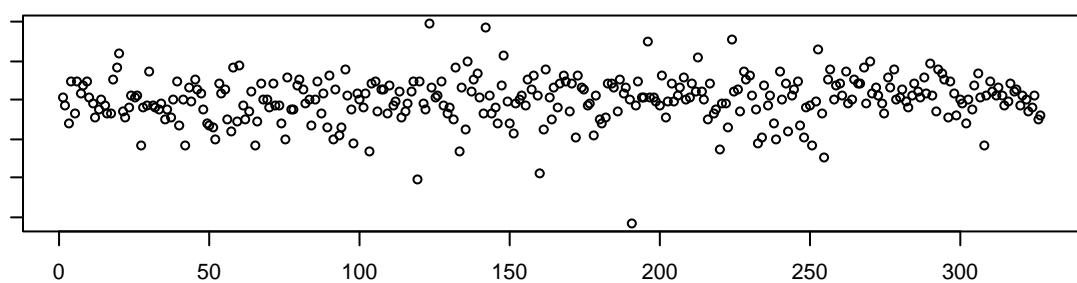


Desenvolver

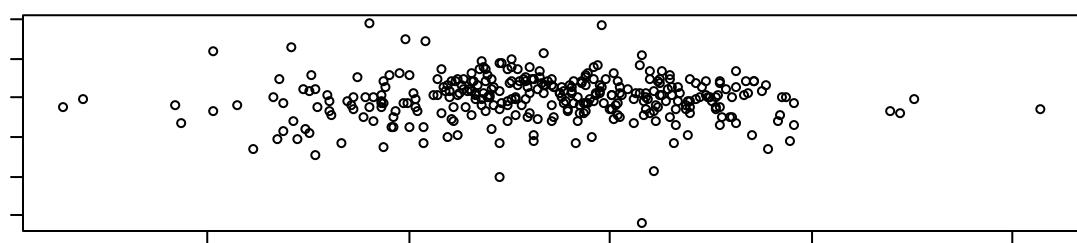
Normal Q-Q Plot



Resíduos x Ordem de coleta

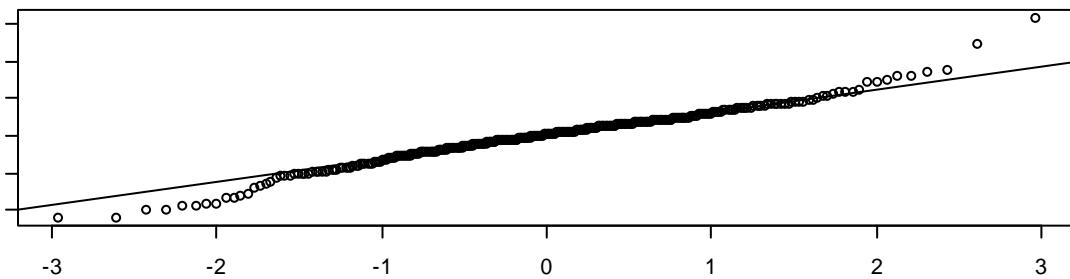


Resíduos x Preditos

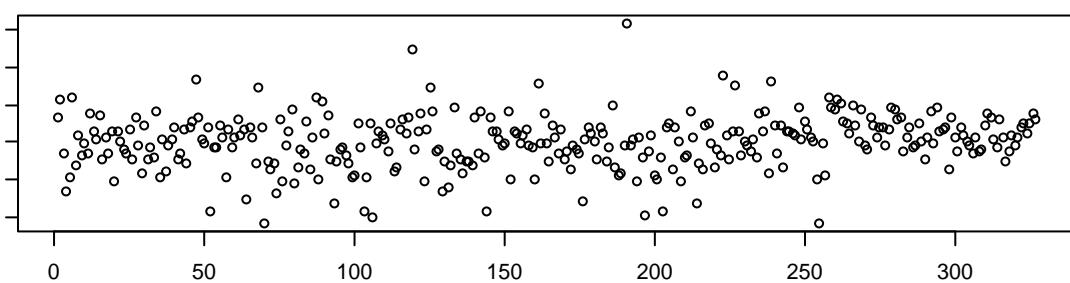


Cuidar

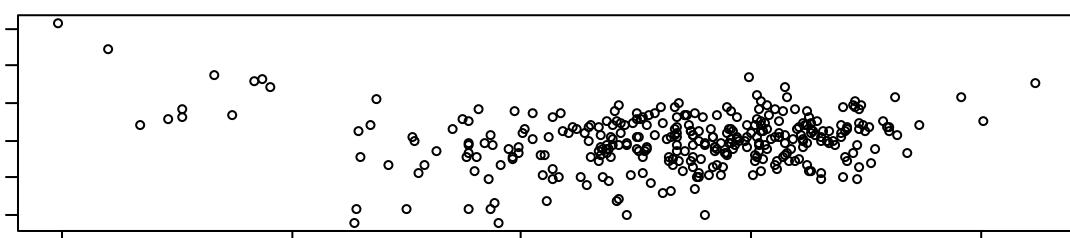
Normal Q-Q Plot



Resíduos x Ordem de coleta

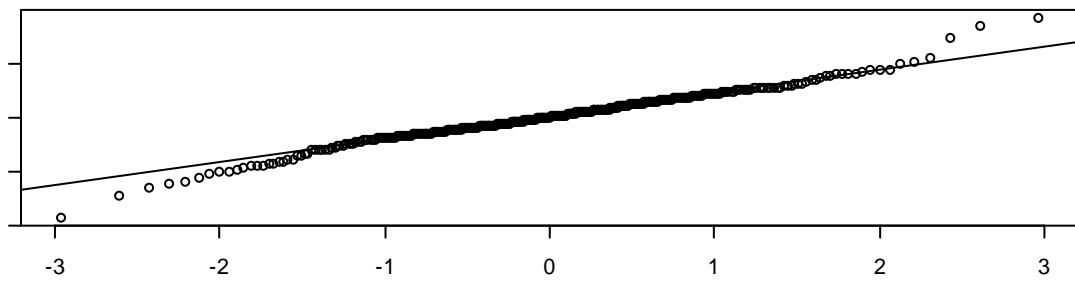


Resíduos x Preditos

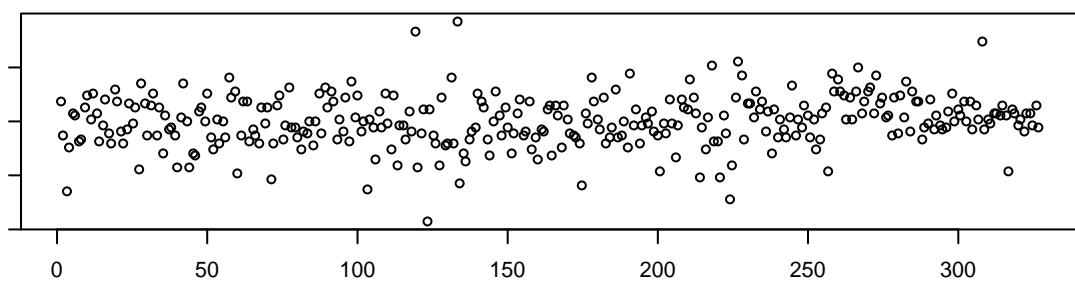


Celebrar

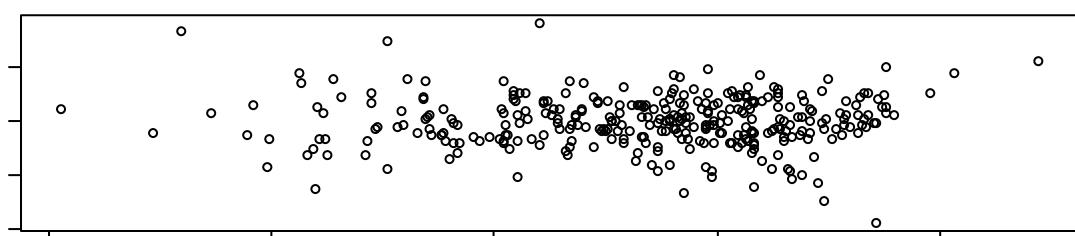
Normal Q-Q Plot



Resíduos x Ordem de coleta

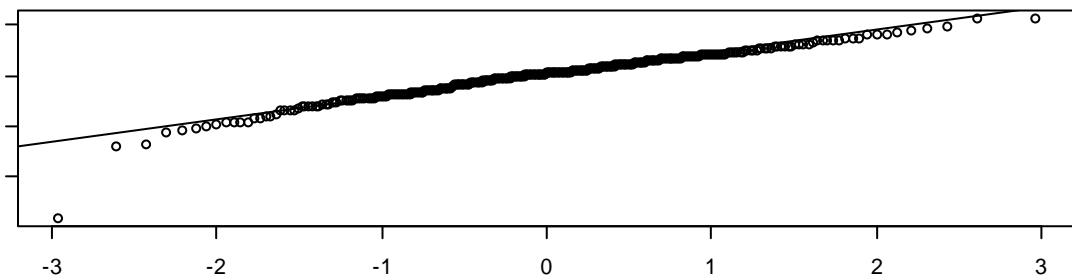


Resíduos x Preditos

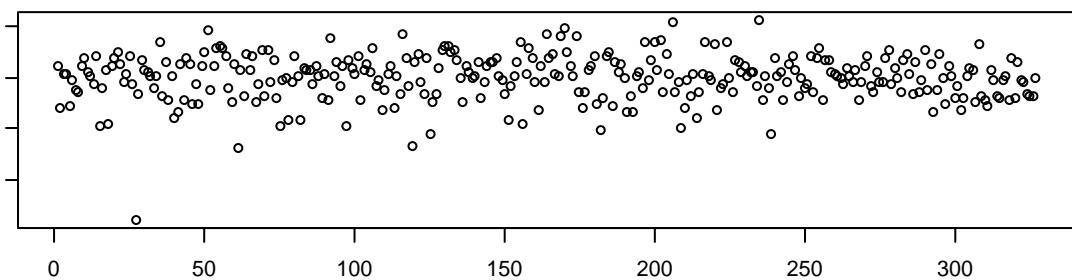


Compartilhar

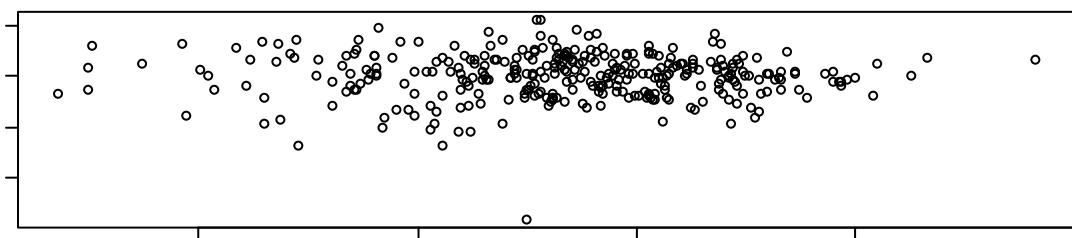
Normal Q-Q Plot



Resíduos x Ordem de coleta

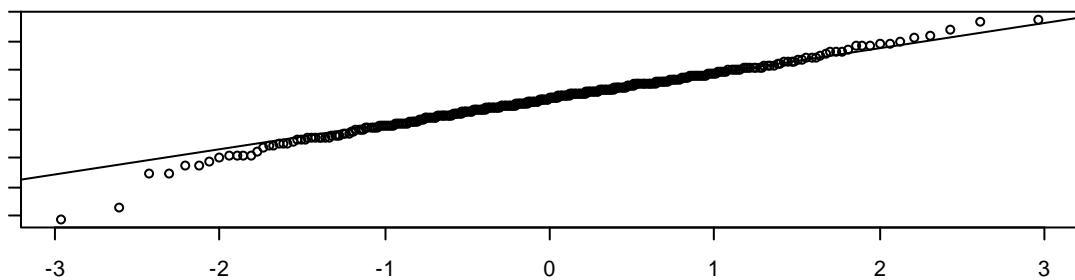
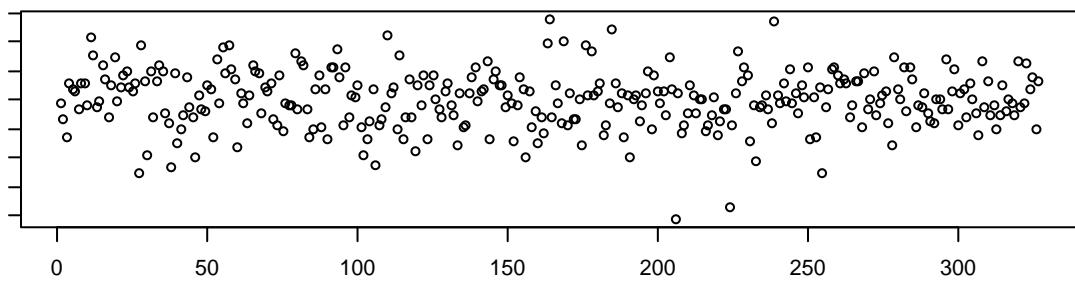
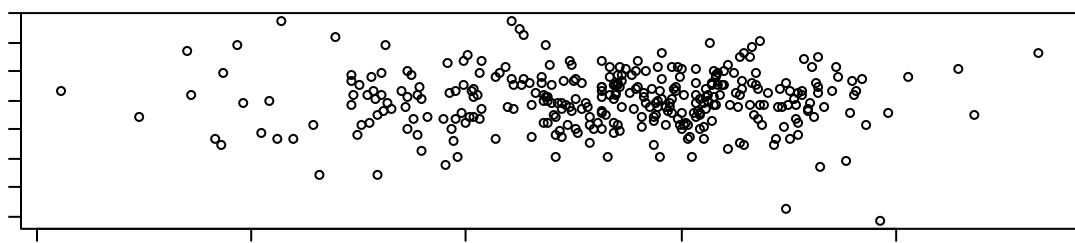


Resíduos x Preditos



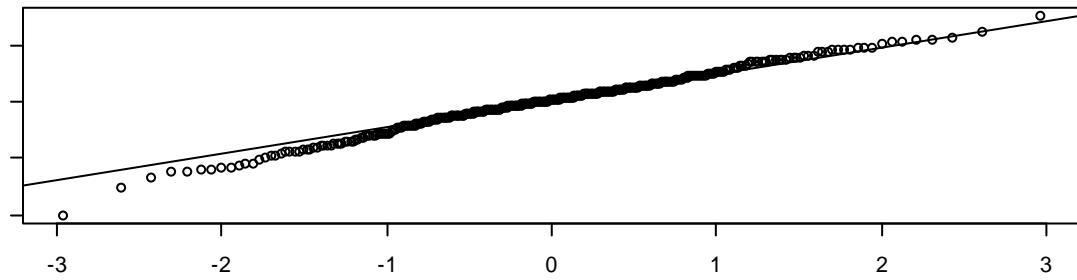
Análise de resíduos para o bloco de modelos *temas*

Tema
RT01

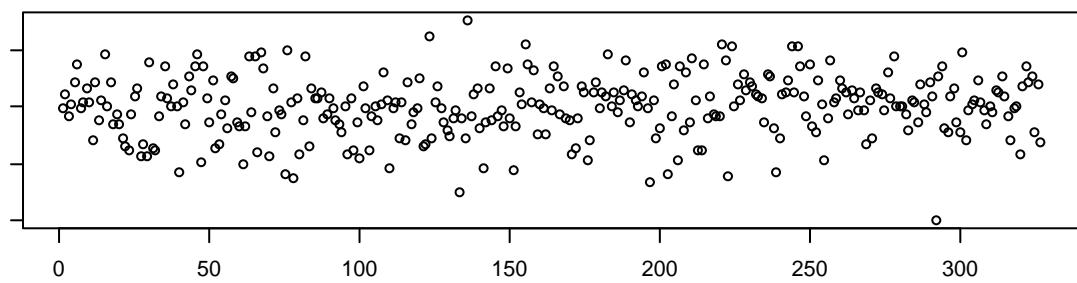
Normal Q-Q Plot**Resíduos x Ordem de coleta****Resíduos x Preditos**

Tema
RT02

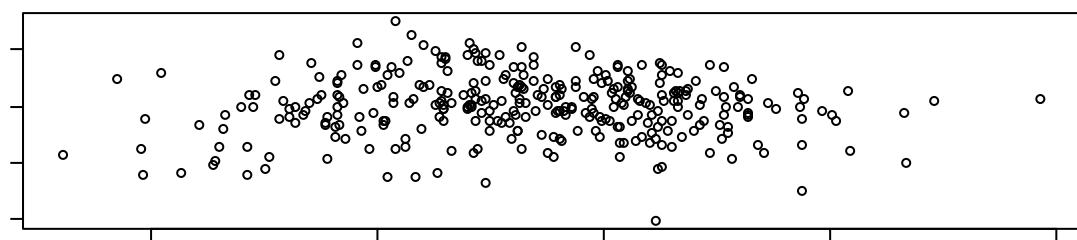
Normal Q-Q Plot



Resíduos x Ordem de coleta

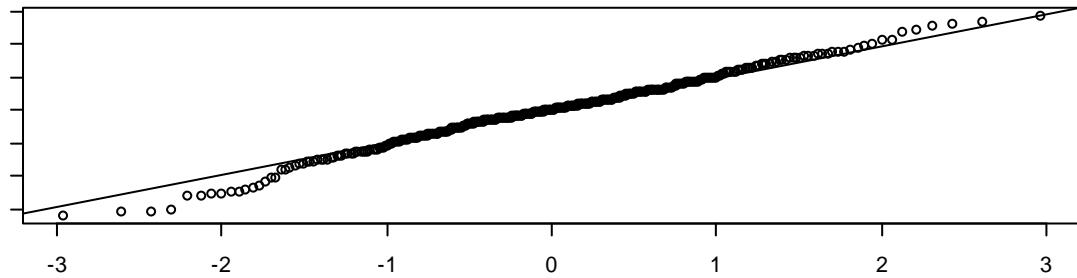


Resíduos x Preditos

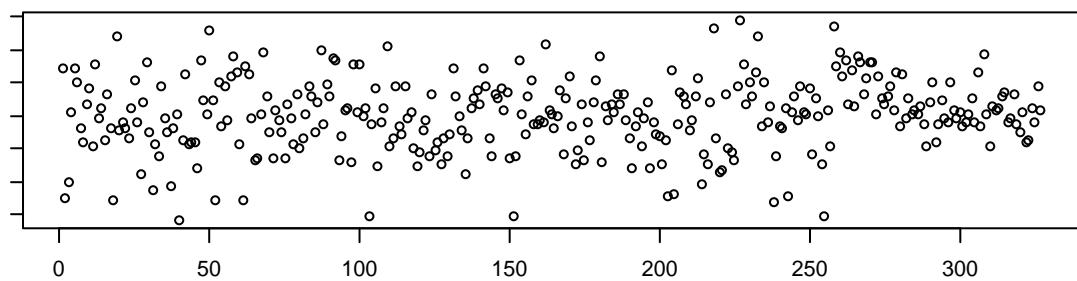


Tema
RT03

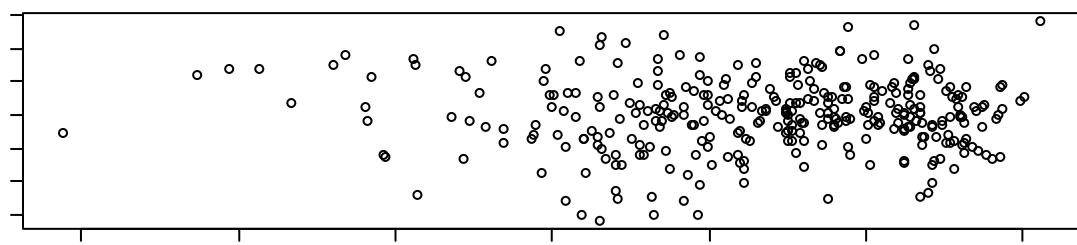
Normal Q-Q Plot



Resíduos x Ordem de coleta

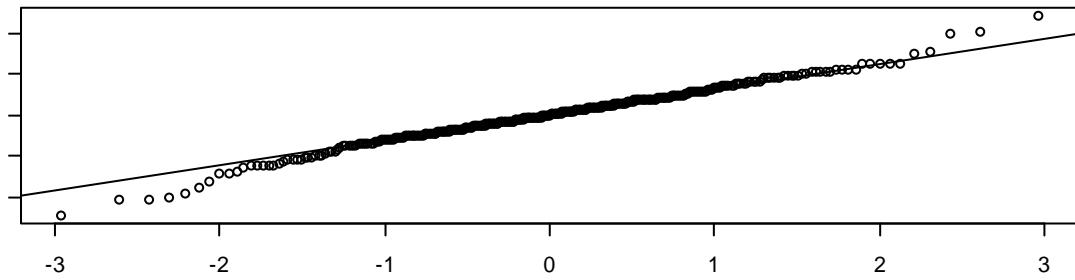


Resíduos x Preditos

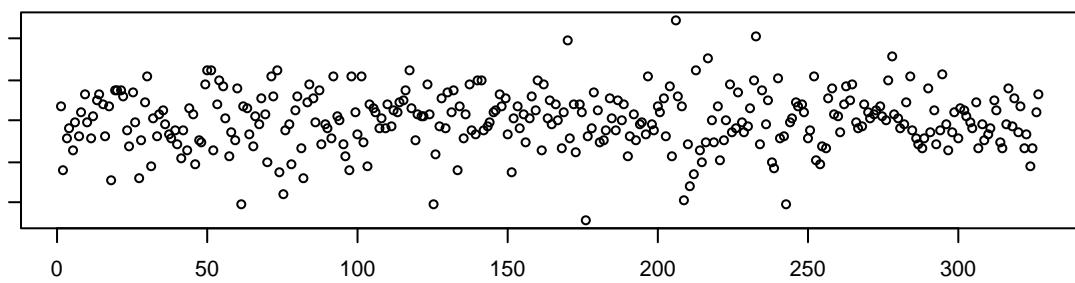


Tema
RT04

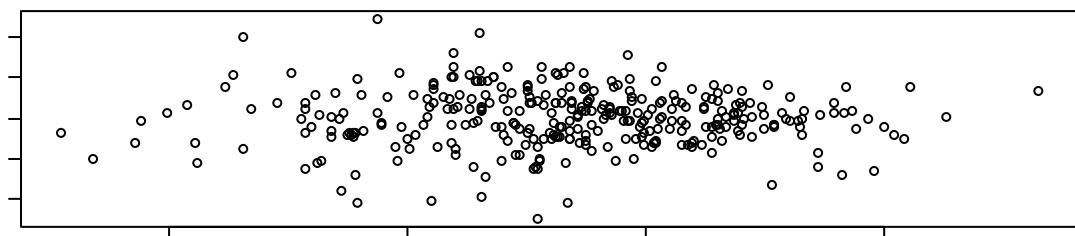
Normal Q-Q Plot



Resíduos x Ordem de coleta

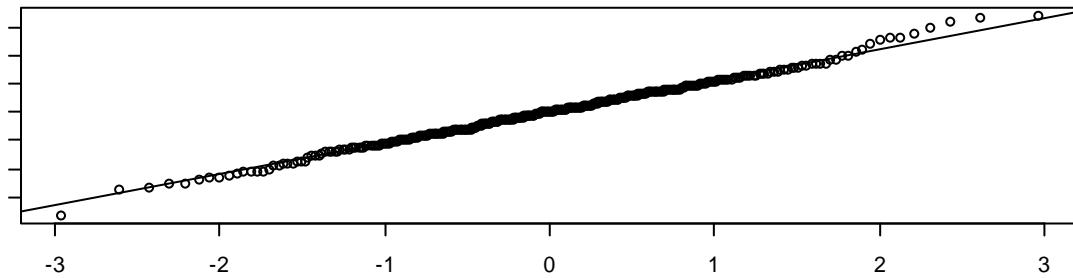


Resíduos x Preditos

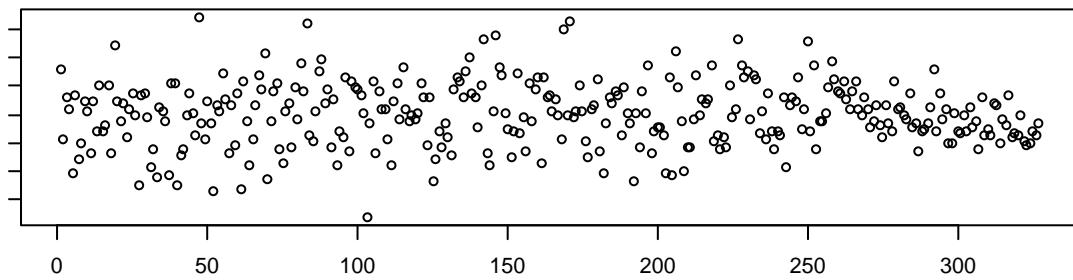


Tema
RT05

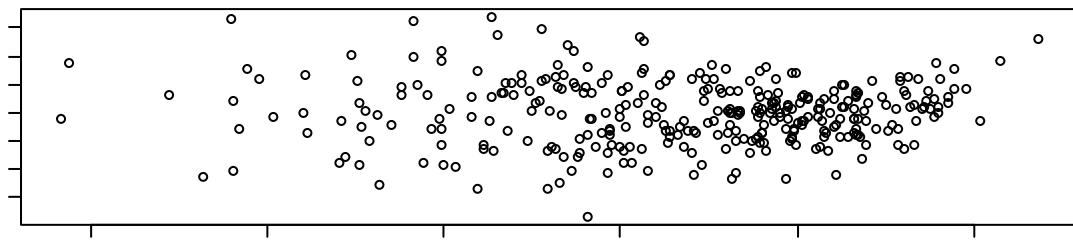
Normal Q-Q Plot



Resíduos x Ordem de coleta

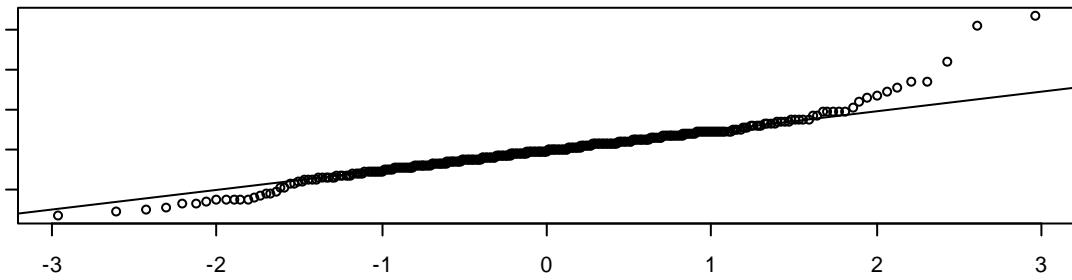


Resíduos x Preditos

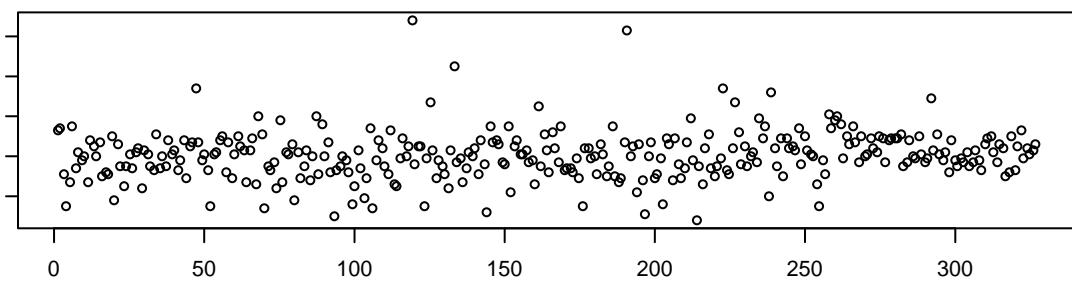


Tema
RT06

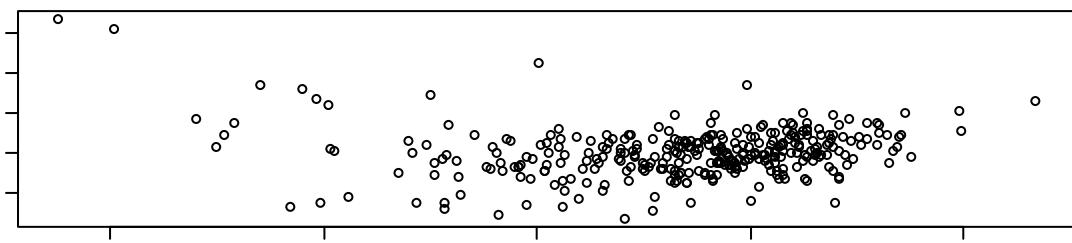
Normal Q-Q Plot



Resíduos x Ordem de coleta

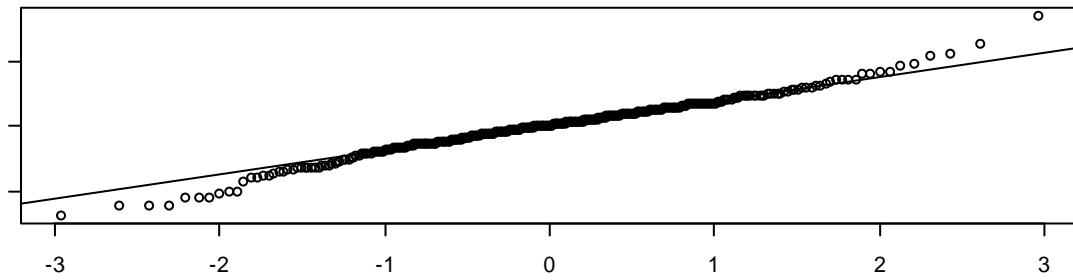


Resíduos x Preditos

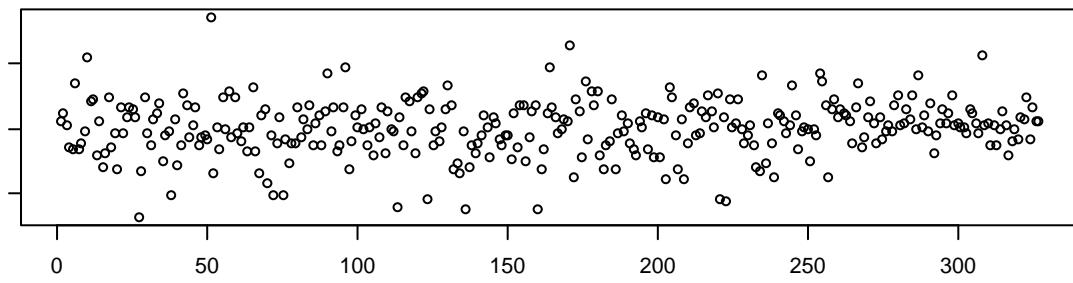


Tema
RT07

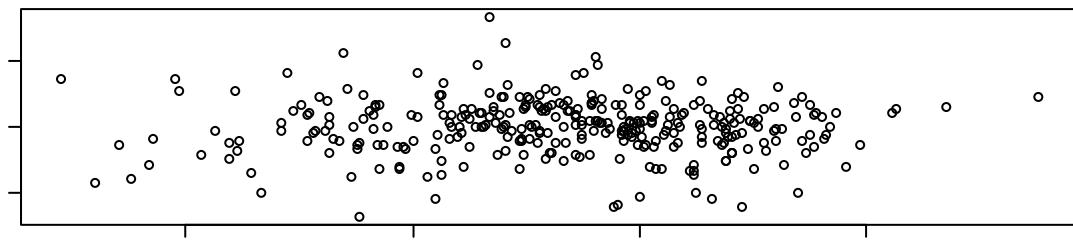
Normal Q-Q Plot



Resíduos x Ordem de coleta

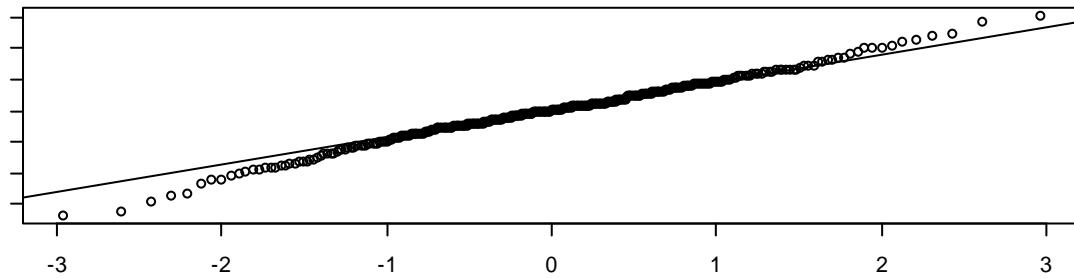


Resíduos x Preditos

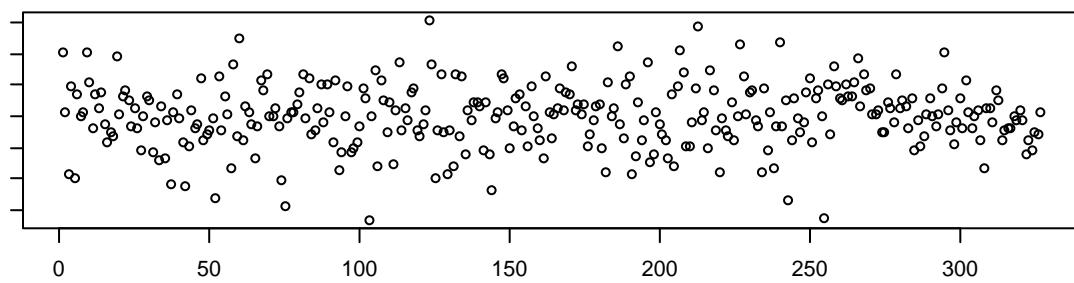


Tema
RT08

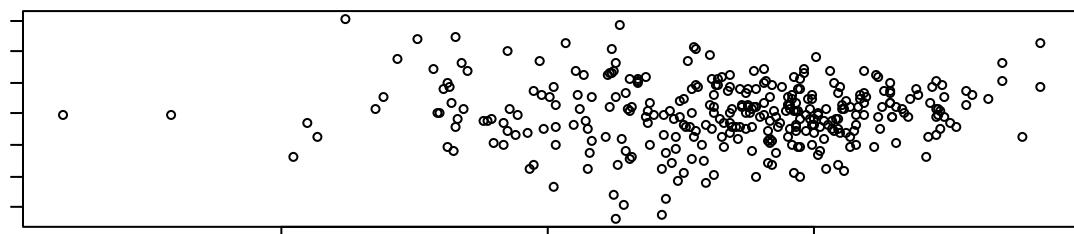
Normal Q-Q Plot



Resíduos x Ordem de coleta

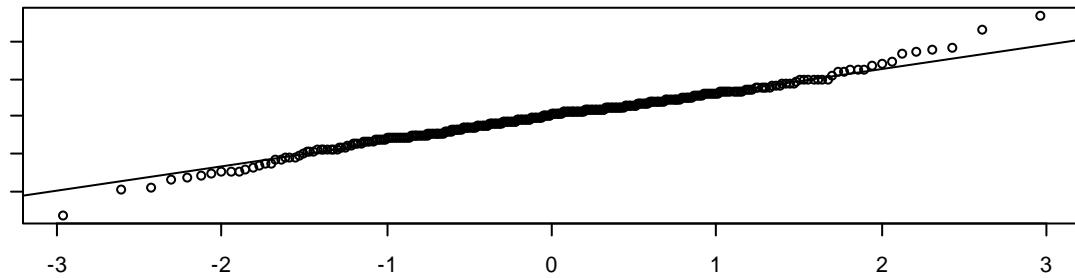


Resíduos x Preditos

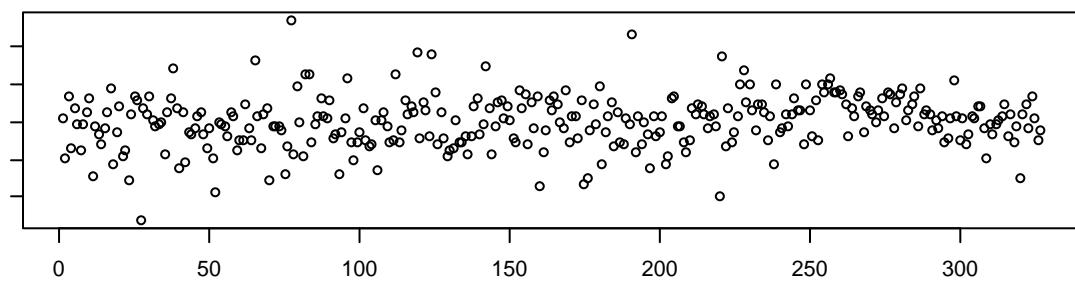


Tema
RT09

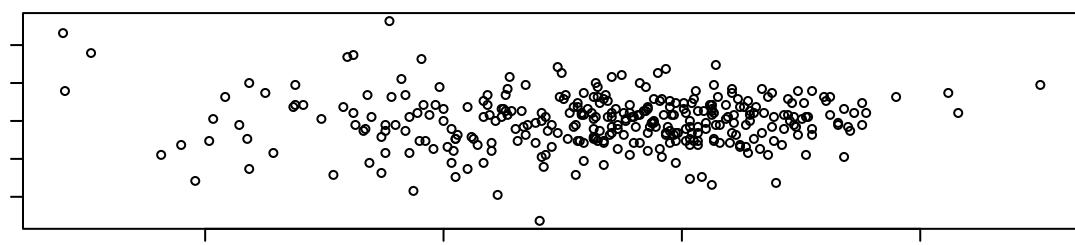
Normal Q-Q Plot



Resíduos x Ordem de coleta

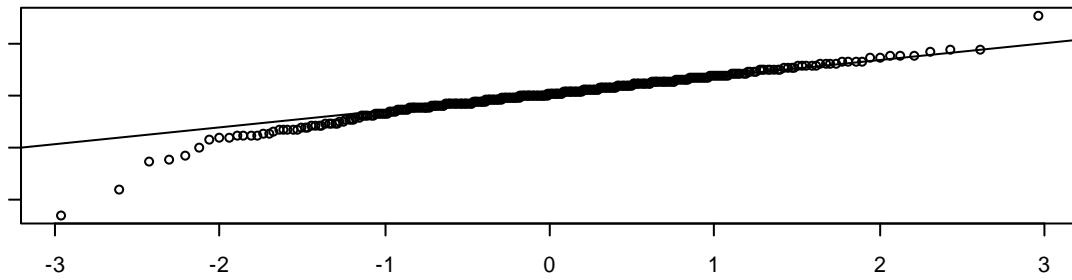


Resíduos x Preditos

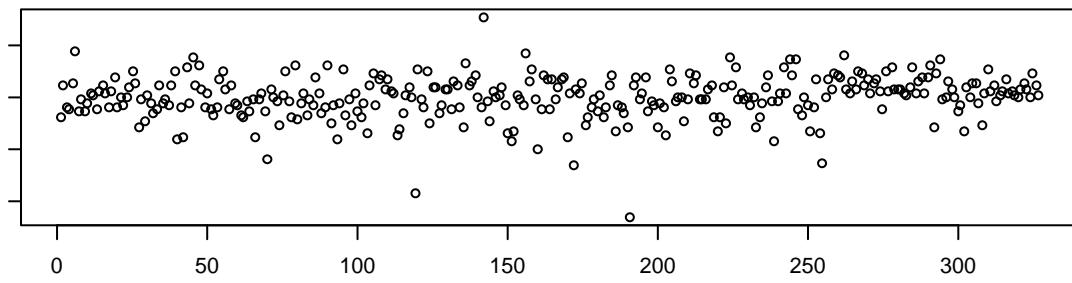


Tema
RT10

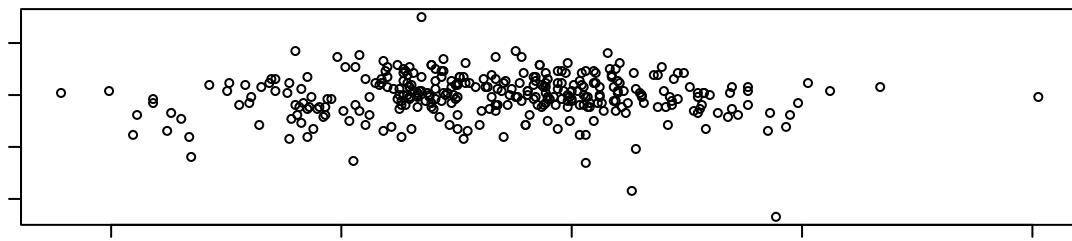
Normal Q-Q Plot



Resíduos x Ordem de coleta

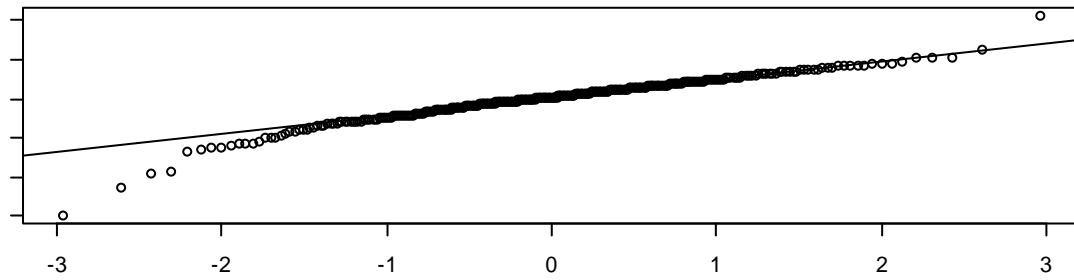


Resíduos x Preditos

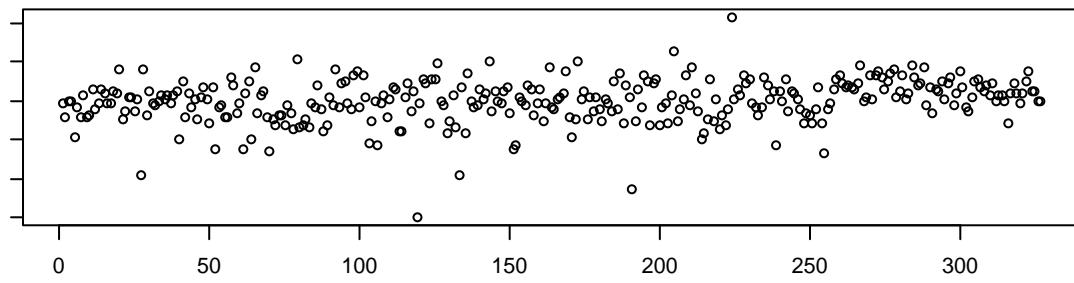


Tema
RT11

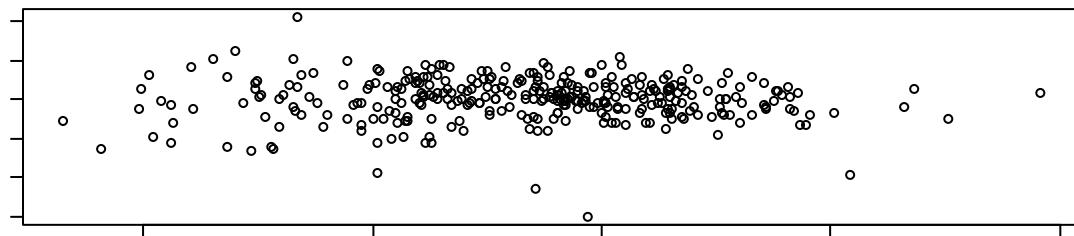
Normal Q-Q Plot



Resíduos x Ordem de coleta

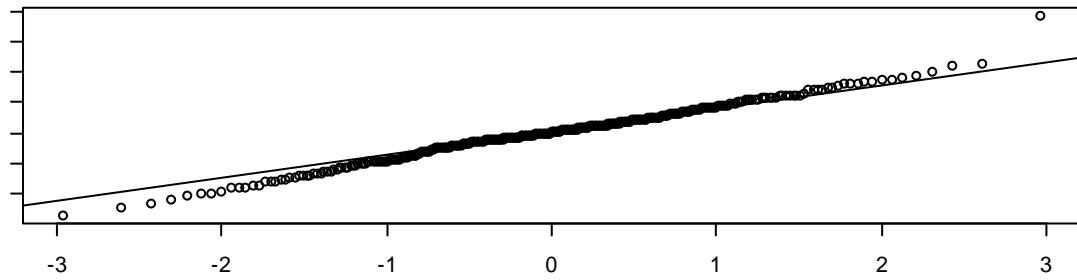


Resíduos x Preditos

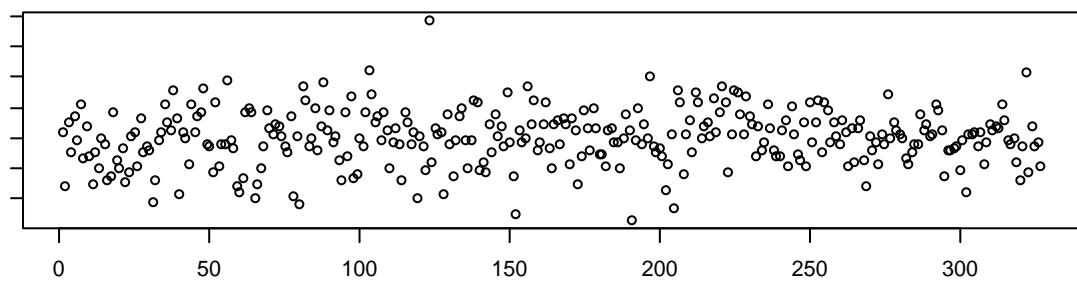


Tema
RT12

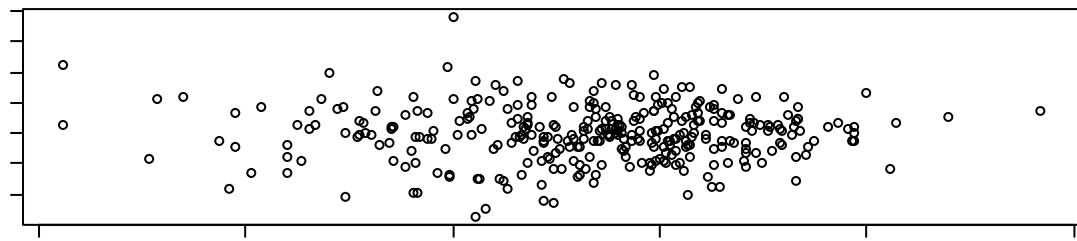
Normal Q-Q Plot



Resíduos x Ordem de coleta

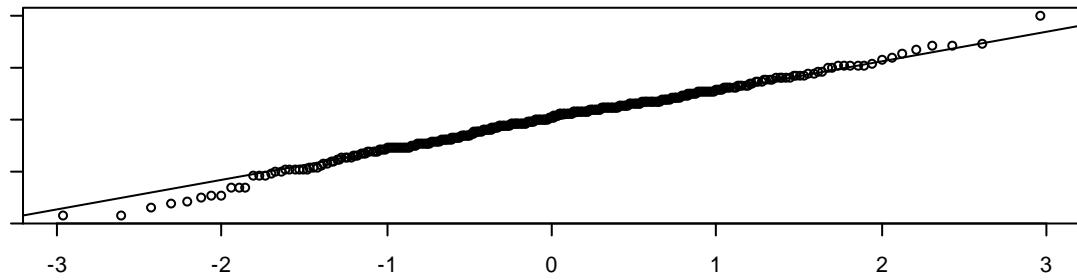


Resíduos x Preditos

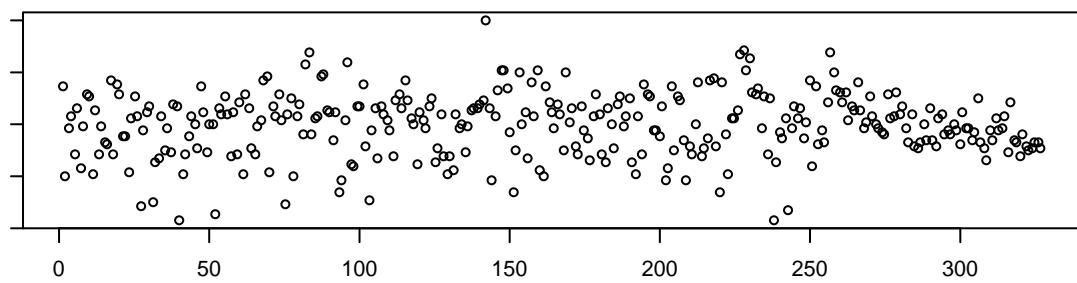


Tema
RT13

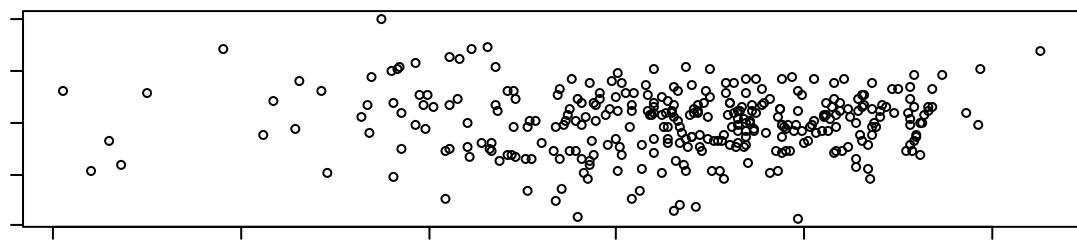
Normal Q-Q Plot



Resíduos x Ordem de coleta

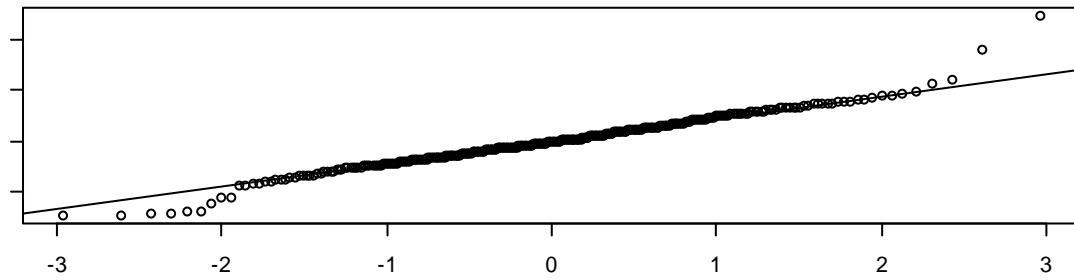


Resíduos x Preditos

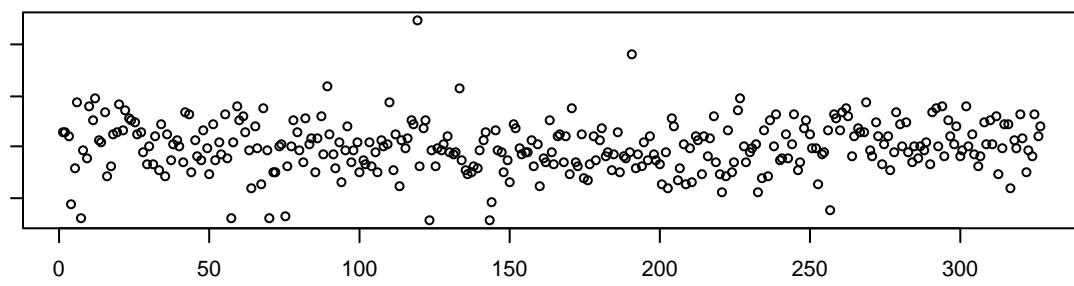


Tema
RT14

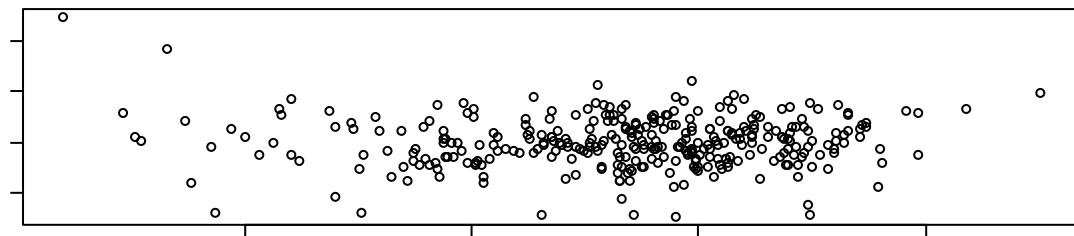
Normal Q-Q Plot



Resíduos x Ordem de coleta

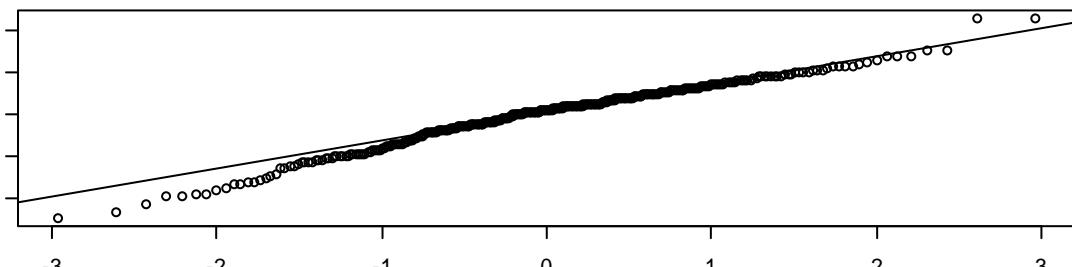


Resíduos x Preditos

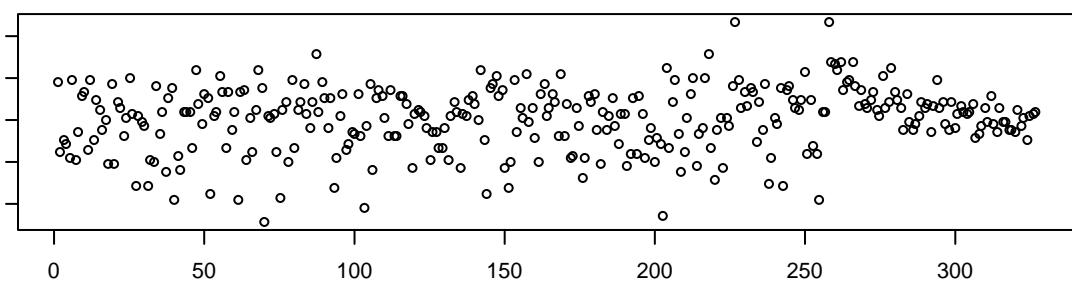


Análise de resíduos para o modelo de número de respondentes

Normal Q-Q Plot



Resíduos x Ordem de coleta



Resíduos x Preditos

