



Michael Burchell e Jennifer Robin

*A melhor empresa para trabalhar:
como construí-la, como mantê-la
e por que isso é importante*

Porto Alegre
Bookman, 2012
208 p.

Resenhado por

Valéria Aparecida Cabral

- Mestre em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP)
- Graduada em Jornalismo e em Relações Públicas pela Faculdade Cásper Líbero
- Professora do Curso de Pós-Graduação Lato Sensu de Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Gestcorp) da ECA-USP
- Membro do Conselho Superior do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo
- Chefe da Universidade Corporativa do Metrô de São Paulo
- E-mail: vcabral@metrosp.com.br



A metodologia Great Place to Work – GPTW

The methodology Great Place to Work – GPTW

La metodología Great Place to Work – GPTW

Em 1988, os jornalistas de negócios Robert Levering, cofundador do Great Place to Work, e Milton Moskowitz publicavam pela Random House o livro *Um excelente lugar para se trabalhar: o que torna alguns empregadores tão bons (e outros tão ruins)*, como resultado de um conjunto de pesquisas iniciadas no início da década de 1980, a pedido da revista *Fortune*. Mais tarde, a sistematização da metodologia de investigação culminaria, no início da década 1990, com a fundação do Great Place to Work Institute, responsável hoje pelo maior mapeamento estruturado das práticas e da percepção dos empregados sobre os melhores locais para se trabalhar em todo o mundo. Anualmente, 2 milhões de pessoas são entrevistadas, 6 mil empresas, envolvidas e os resultados, publicados em revistas e outros periódicos de notório prestígio de mais de quarenta países do globo.

A história de sucesso da metodologia, que deu origem, como produto principal, ao guia anual das melhores práticas de gestão de pessoas, do mundo e por país, publicado pela primeira vez na *Fortune* em 1984 e que está alicerçada na coleta e análise de informações de colaboradores e empresas em cinco dimensões – credibilidade, respeito, imparcialidade, orgulho e camaradagem.

Esse é ponto de partida para a abordagem de dezessete casos bem-sucedidos ao redor do mundo e mais quatro casos brasileiros – Laboratório Sabin, Mapfre, Caterpillar e TV Losango –, apresentados na obra *A melhor empresa para trabalhar: como construí-la, como mantê-la e por que isso é importante*, organizada pela PhD Jennifer Robin, psicóloga e professora da Bradley University, e por Michael Burchell, consultor e vice-presidente de Desenvolvimento de Negócios do Great Place to Work© Institute.

Colegas de trabalho, Jennifer e Burchell destacam que o trabalho resulta de 25 anos de dedicação ao assunto. Indicam estudos que fazem uma correlação direta entre a confiança dos colaboradores e os resultados financeiros obtidos pelas



“melhores”, como o estudo conduzido por oito anos por Alex Edmans, da Wharton School, que resultou na obra *Does the stock market fully value intangibles? Employee satisfaction and equity prices* (Philadelphia: University of Pennsylvania, Wharton School, 2010).

A rigor, para quem acompanha a publicação anual das “melhores”, o livro não traz grandes novidades. Tem o mérito de oferecer inspiração para aquelas organizações e profissionais que buscam construir um ambiente de trabalho melhor para si e colaborar para a viabilização de uma sociedade mais ética, respeitosa e colaborativa. A comunicação interna alavancadora das cinco dimensões é abordada especialmente em quinze páginas, distribuídas ao longo da obra.

Vale lembrar que o Great Place to Work® Institute foi responsável pelo lançamento, em 1997, do primeiro guia das “Melhores empresas para trabalhar”. Naquela ocasião, a comunicação interna era um dos itens de destaque em termos de pontuação – ou atribuição de estrelas – na versão resultante da parceria das revista *Fortune* (EUA) e *Exame* (Editora Abril, Brasil). Atualmente, para publicação da lista GPTW-Brasil, o instituto trabalha em parceria com a revista *Época*, da Editora Globo.