



**Metodologia
Great Place To Work.[®]
For All
+ Rankings 2026**

Sumário

Clique no tema desejado para ser direcionado à página correspondente

[1 Introdução](#)

[2 Pilares For All](#)

[2.1 A confiança como base de tudo](#)

[3 Trust Index™, Culture Brief™ e Culture Audit™](#)

[4 Os Rankings GPTW](#)

[5 For All na prática: mais do que a média geral](#)

[6 O papel das variáveis demográficas na análise](#)

[7 A consistência das respostas também importa](#)

[8 Emprising™ – aprofundando a análise](#)

Esse material foi **baseado no Webinar de mesmo tema** conduzido por:



Roberta Hummel
Líder Rankings & Operações

1. Introdução

O que é ser um excelente lugar para trabalhar para todos?

Ser um excelente lugar para trabalhar para todos vai além de oferecer bons benefícios ou um ambiente agradável. Trata-se de garantir que **todas as pessoas**, independentemente de quem são, da área em que atuam ou do nível hierárquico que ocupam, **vivenciem uma experiência positiva, justa e de alta confiança dentro da organização.**

Esse é o princípio que sustenta o **Great Place To Work® For All**, a evolução da metodologia que já vem sendo aplicada no Ranking Nacional e, a partir de agora, passa a orientar todos os **rankings GPTW.**

Vivemos em um mundo cada vez mais complexo, onde **não existem respostas simples.** Conceitos como alta confiança, alta performance e bem-estar já não podem ser tratados como responsabilidade apenas do indivíduo. Hoje, sabemos que **todos precisam contribuir para o desempenho da organização,** em um ambiente que promova segurança psicológica, respeito, inclusão e desenvolvimento.

O foco do GPTW For All está justamente na **experiência do colaborador.** A metodologia parte do princípio de que um **excelente lugar para trabalhar só é, de fato, excelente quando essa experiência é real para todos.** Neste e-book, vamos passar mais profundamente por esse tema e como ele pode influenciar o resultado da sua empresa nos Rankings 2026.



2. Pilares For All™



VALORES

Valores e propósito da organização são vivenciados por todos.



CONFIANÇA

Credibilidade, Respeito, Imparcialidade, Orgulho e Camaradagem.



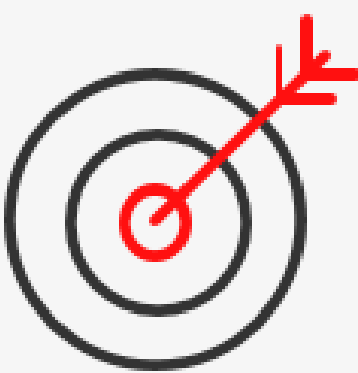
INOVAÇÃO POR TODOS

Todos se sentem estimulados e confiantes para inovar na direção da estratégia da empresa.



MAXIMIZAÇÃO DO POTECIAL HUMANO

Todos tem a oportunidade de ser "o seu melhor, na direção certa.



EFICÁCIA DA LIDERANÇA

Liderança é capaz de levar a estratégia para o dia a dia de cada um da equipe.



ALTA PERFORMANCE DO NEGÓCIO

Cultura de alta Confiança e alto desempenho.

2.1 A Confiança como base de tudo

Falando de forma objetiva sobre a Metodologia For All™, é importante reforçar um ponto que nunca muda: a nossa base sempre foi e sempre será a **confiança**.

Uma empresa com altos níveis de confiança é aquela em que as pessoas se sentem conectadas, identificam seus valores com os da organização e trabalham com clareza de propósito. É também um ambiente onde a liderança tem um papel fundamental. **Uma liderança eficaz é capaz de traduzir a estratégia da empresa para o dia a dia do negócio**, criando um contexto em que cada pessoa entende para onde a organização está indo e qual é o seu papel nessa jornada.

Esse tipo de liderança constrói um ambiente que **maximiza o potencial humano**. Em um espaço de confiança, as pessoas podem ser o seu melhor todos os dias, justamente porque sentem segurança, respeito,, pertencimento e alinhamento com os objetivos da empresa.

E é nesse cenário que a inovação acontece de forma genuína, o que chamamos de **inovação por todos**. Não estamos falando apenas de grandes ideias disruptivas, mas principalmente das pequenas melhorias diárias, que surgem no cotidiano e fazem toda a diferença. O ponto central é que essas inovações acontecem na direção certa, alinhadas à estratégia da empresa.

Afinal, não basta dar o seu melhor se esse esforço não contribui para onde a organização quer chegar. Quando existe um ambiente de confiança, com valores claros e estratégia bem definida, as pessoas conseguem inovar, evoluir e gerar resultados de forma consistente, construindo o que chamamos de uma **empresa de alto desempenho**.

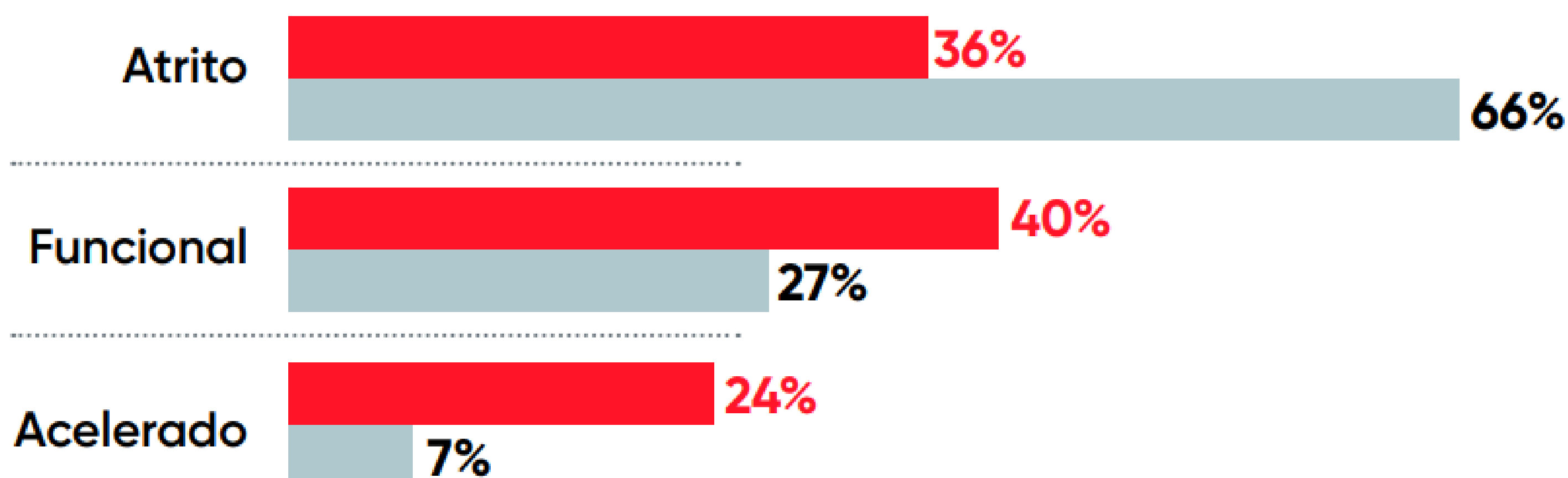


Um dos indicadores que traduz de forma muito objetiva esse movimento é o **IVR – Índice de Velocidade da Inovação**. Ele mede o quanto as organizações conseguem transformar boas ideias em resultados concretos, com agilidade e consistência.

Os números mostram a força desse indicador: enquanto o PIB do Brasil cresceu 3,4% no último ano, as empresas que estão entre as Melhores Empresas Para Trabalhar™ no ranking nacional 2025 cresceram, em média, **14%**. Já as empresas com **IVR acelerado** tiveram um **crescimento médio de 25%**. Esse dado reforça como a inovação, quando acontece em um ambiente de confiança e alinhamento estratégico, se torna um verdadeiro **catalisador de resultados**. O IVR mostra, na prática, o impacto de ter pessoas fazendo o seu melhor na direção certa.

As Melhores do Brasil em 2025 se destacam pela capacidade de inovação

■ Premiada | ■ Não Premiada



Fonte: Great Place to Work Brasil, 2025

3. Trust Index™, Culture Brief™ e Culture Audit™

Dentro da lógica For All, em que buscamos garantir que todas as pessoas vivenciem um excelente lugar para trabalhar, a metodologia GPTW continua se baseando nos mesmos instrumentos já conhecidos. O que muda é a forma como eles se complementam para oferecer uma **visão ainda mais completa da organização**.

O primeiro deles é o **Trust Index**, a pesquisa realizada com os colaboradores. É por meio dele que entendemos a percepção das pessoas sobre confiança, credibilidade, respeito, imparcialidade, orgulho e camaradagem. Ele traduz, em dados, como a cultura é vivida no dia a dia. O grande foco da metodologia está aqui, na percepção dos colaboradores de seu ambiente de trabalho.

O segundo pilar é o **Culture Audit**, o nosso Questionário de Práticas, que analisa as práticas da organização dentro dos pilares For All. Aqui, analisamos o que faz a empresa única e a diferencia das demais na criação de um ambiente de alta confiança.

Além desses dois instrumentos, a metodologia também considera o **Culture Brief**, que é o Questionário de Certificação respondido pela empresa. Esse relatório funciona como um verdadeiro raio X organizacional, trazendo informações como perfil demográfico, diversidade de gênero, presença de minorias, distribuição por faixa etária, tempo de casa, entre outros dados estruturais. Esses indicadores ajudam a **contextualizar os resultados da pesquisa** e permitem entender se a experiência positiva está, de fato, sendo vivenciada por todos.

TRUST INDEX

Análise das afirmativas juntamente com seus cruzamentos com as demografias obrigatórias, além da análise do banco de dados de respondentes.

CULTURE BRIEF

Análise dos dados demográficos disponibilizados pela organização.

CULTURE AUDIT

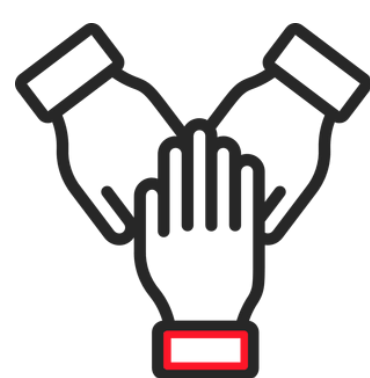
Análise das práticas que tornam a empresa única e diferenciada.

4. Os Rankings GPTW

Em 2026, todos os Rankings utilizarão a metodologia For All

Para a elaboração das listas das 175 Melhores Empresas para Trabalhar GPTW no Brasil e das 150 Melhores Empresas para Trabalhar GPTW Pequenas no Brasil, é utilizada como base a Metodologia For All, na qual cada fator é cuidadosamente calculado, com pesos distintos e considerando as variáveis demográficas e afirmativas da pesquisa, além das informações do Culture Brief.

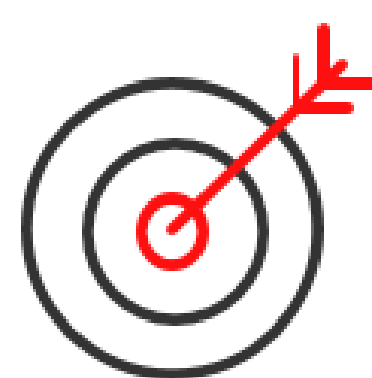
A partir de 2026, **essa Metodologia passa a ser aplicada também aos rankings regionais e setoriais**, tornando a análise ainda mais profunda, justa e alinhada com o conceito de excelência para todas as pessoas.



Confiança



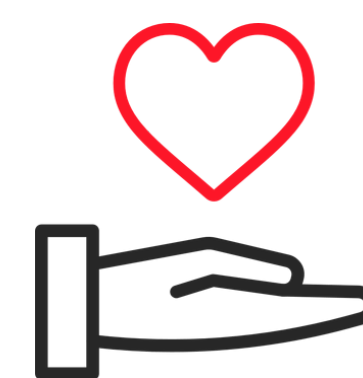
Maximização do Potencial Humano



Eficácia da Liderança



Inovação por todos



Valores

60 afirmativas e demografias obrigatórias

Afirmativas e demografias específicas

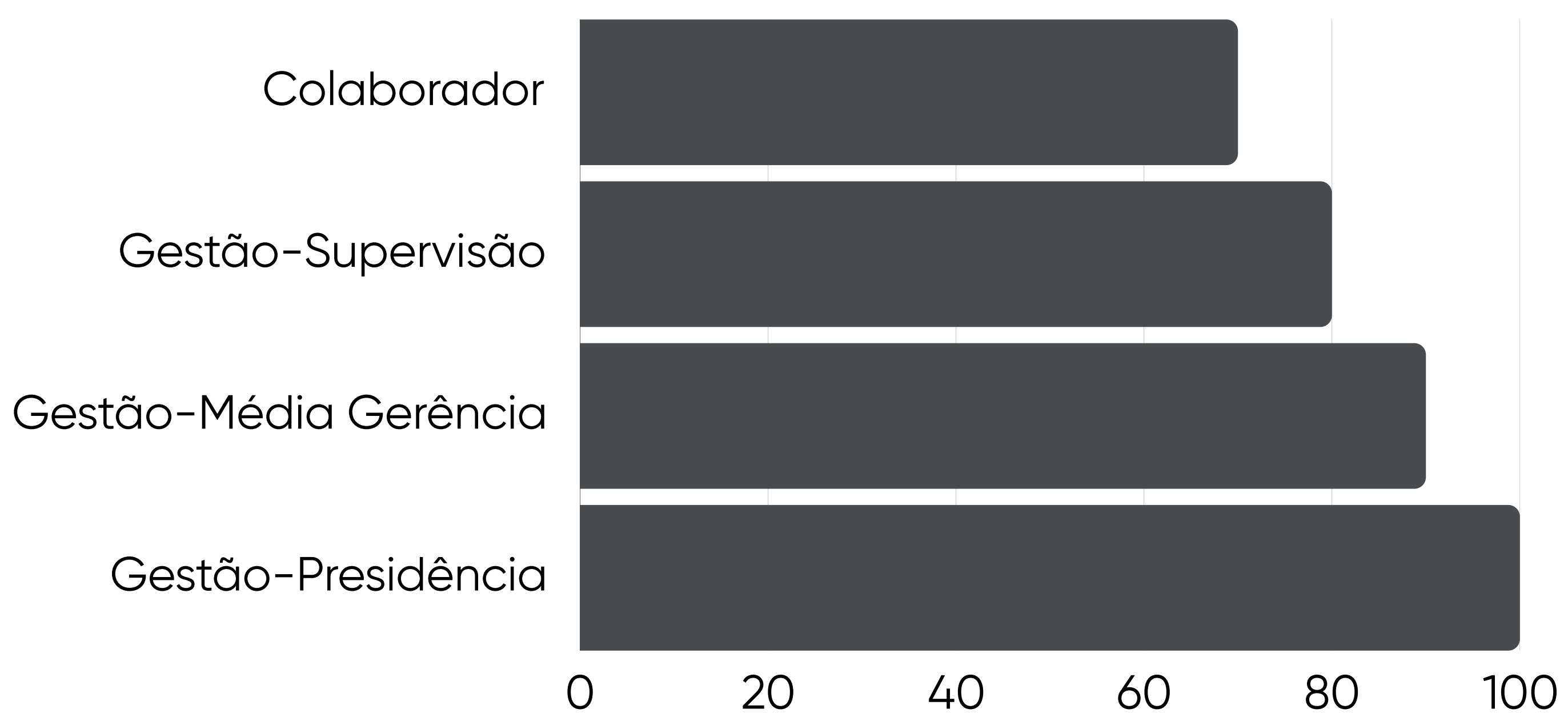
Essa distinção dos pilares, nos dois grupos acima, **não deve ser interpretado como uma hierarquia de importância entre os pilares**. As 60 afirmativas da pesquisa se conectam entre si. Ou seja, qualquer mudança em uma dimensão, como na comunicação da liderança, por exemplo, impacta diretamente todas as outras dimensões e pilares da metodologia.

A lógica da metodologia funciona como **vasos comunicantes: tudo está interligado**. Não existe um pilar mais ou menos importante que outro. O modelo apenas organiza a análise para facilitar a leitura e a tomada de decisão, mas tudo importa.

5. For All na prática: mais do que a média geral

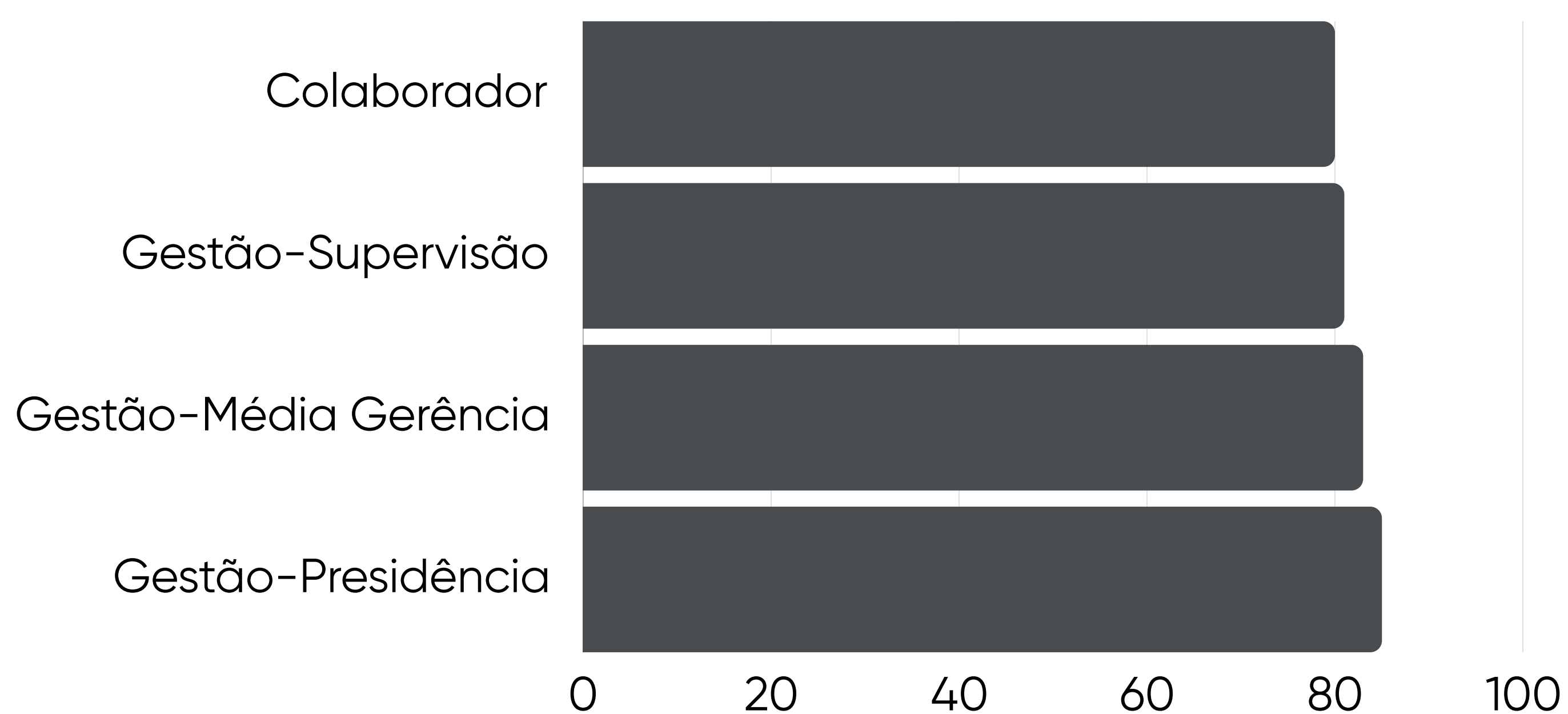
Tradicionalmente, os rankings regionais e setoriais consideravam principalmente **a média geral da empresa**. Se duas empresas apresentassem, por exemplo, uma média GPTW de 83%, ambas seriam vistas como igualmente excelentes. **Com a Metodologia For All, essa lógica muda**. Vamos a um exemplo:

Empresa A: afirmativas GPTW



Média GPTW: 83%

Empresa B: afirmativas GPTW



Média GPTW: 83%

Nas imagens apresentadas, duas empresas possuem exatamente a mesma média geral de 83%. No entanto, quando observamos a percepção das diferentes camadas da organização – colaboradores, supervisão, média gerência e presidência – **percebemos realidades muito distintas:**

- Na **Empresa A**, existem diferenças significativas entre os níveis hierárquicos.
- Na **Empresa B**, as percepções são muito mais alinhadas entre todos os cargos.

Embora as duas tenham a mesma média, a Empresa B está mais próxima de ser, de fato, uma empresa For All, **pois demonstra consistência na experiência das pessoas, independentemente do cargo que ocupam.**

A partir desse novo olhar, não basta mais ter uma boa média geral. O que realmente importa é **garantir que todas as pessoas vivenciem uma experiência positiva e consistente no ambiente de trabalho.**



6. O papel das variáveis demográficas na análise

A Metodologia For All analisa cada uma das 60 afirmativas da pesquisa a partir de **quatro variáveis demográficas principais**:

- Tipo de cargo
- Idade
- Gênero
- Tempo de empresa

Isso significa que, para cada afirmativa, é possível entender como diferentes grupos percebem o ambiente de trabalho. Por exemplo:

“As lideranças envolvem as pessoas em decisões que afetam suas atividades e seu ambiente de trabalho x Nível de Cargo”



Imagem retirada da plataforma Emprising GPTW

Na imagem, pode-se observar o grupo Executivos com **92%** de favorabilidade e o grupo Colaboradores com apenas **46%**. Essa diferença revela uma **discrepância significativa de percepção entre os níveis da organização**. E é exatamente isso que a metodologia busca identificar: onde a experiência não está sendo vivida de forma equitativa.

Por isso, a Metodologia For All não se baseia apenas na média final. Ela observa afirmativa por afirmativa, dentro de cada grupo demográfico, permitindo entender se a empresa é, de fato, um excelente lugar para todas as pessoas.

7. A consistência das respostas também importa

Além de analisar os resultados por demografias, a metodologia também avalia **como as respostas estão distribuídas no banco de dados**. Ou seja, observa a consistência das respostas individuais. Veja abaixo:

Empresa A

CARGO: Colaborador	Resposta Afirmativa 1
Colaborador(a) 1	Sempre é verdade
Colaborador(a) 2	Sempre é verdade
Colaborador(a) 3	Na maioria das vezes é verdade
Colaborador(a) 4	Sempre é verdade
Colaborador(a) 5	Às vezes é verdade, às vezes não é verdade

Favorabilidade: 80%

Empresa B

CARGO: Colaborador	Resposta Afirmativa 1
Colaborador(a) 1	Sempre é verdade
Colaborador(a) 2	Na maioria das vezes é verdade
Colaborador(a) 3	Na maioria das vezes é verdade
Colaborador(a) 4	Na maioria das vezes é verdade
Colaborador(a) 5	Nunca é verdade

Favorabilidade: 80%

No exemplo apresentado acima, duas empresas apresentam **a mesma favorabilidade de 80%** para uma determinada afirmativa **no cargo de colaborador**. No entanto:

- Em uma empresa, a maioria das respostas **está concentrada em "sempre é verdade" e "na maioria das vezes é verdade"**, com poucas variações.
- Na outra, existe uma resposta em "nunca é verdade", indicando **uma experiência totalmente diferente** para pelo menos uma pessoa.

Mesmo com a mesma favorabilidade percentual, a primeira empresa demonstra **muito mais consistência na experiência vivida pelos colaboradores**. Por isso, a Metodologia For All olha para:

1. **O resultado geral**
2. **O resultado das afirmativas por variáveis demográficas**
3. **A distribuição individual das respostas**

Tudo isso para garantir que a empresa esteja, cada vez mais, oferecendo uma experiência **positiva, consistente e justa** para todas as pessoas.

Importante ressaltar que os exemplos acima são ilustrativos, não se espera que todos tenham as mesmas respostas, mas sim que cada vez mais, o excelente ambiente de trabalho seja vivenciado por toda organização.



8. Emprising™ – aprofundando a análise

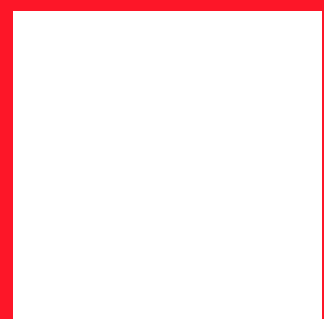
Quando olhamos os resultados dentro do Emprising™, nossa plataforma, ganhamos camadas adicionais de informação que tornam a análise muito mais precisa. Além da favorabilidade, o Emprising mostra os perfis de resposta que estão “no meio do caminho” (às vezes é verdade) e os sinais de alerta (nunca é verdade). Esses detalhes permitem refinar a interpretação dos dados: **não basta saber que a média está boa, é preciso entender como as respostas se distribuem entre os diferentes grupos.**

A metodologia For All trabalha exatamente com esse **movimento contínuo de “zoom out” (visão do todo) e “zoom in” (investigação pontual)**. Primeiro analisamos o panorama geral para identificar quais pilares e afirmativas merecem atenção; em seguida, aprofundamos por demografia – cargo, idade, gênero, tempo de casa – e por resposta a resposta, para **descobrir onde há inconsistências na experiência das pessoas.** Esse processo evita diagnósticos superficiais e aponta intervenções mais certeiras.

Na prática, isso significa **priorizar ações alinhadas à estratégia da organização.** Se a empresa está em um momento de transformação cultural, por exemplo, é natural que as iniciativas sobre valores mereçam atenção imediata. Se o foco é inovação, o IVR (Índice de Velocidade de Inovação) e seu cruzamento com as afirmativas vão indicar onde e como acelerar a inovação por todos.

Por fim, a riqueza do Emprising permite combinar dados quantitativos com abordagens qualitativas quando necessário: grupos focais, entrevistas e validações locais ajudam a entender por que determinados grupos percebem a realidade de maneira distinta. Esse olhar integrado, de dados + conversas, **é o que transforma um bom diagnóstico em um plano de ação efetivo, capaz de levar a organização rumo a um ambiente verdadeiramente excelente para todos.**





Great Place To Work[®]