

&gt;&gt;Mais:



A MAHLE Metal Leve S.A. ocupa o segundo lugar no *ranking* do setor de Autopeças, na 10ª edição da pesquisa "As Empresas mais admiradas do Brasil" publicada pela revista *CartaCapital*. A apresentação dos resultados se deu no dia 29 de outubro de 2007, em cerimônia realizada em São Paulo (SP), com a presença do presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

Em relação a 2006 a MAHLE Metal Leve S.A. subiu duas posições no *ranking* do setor de Autopeças, decorrente de vários fatores, entre eles, qualidade, imagem e posicionamento de seus produtos no mercado, esforços contínuos de controle de custos, aumentos de produtividade, incremento no *portfólio* de produtos, presença internacional, boa performance do mercado interno e, sobretudo, no seu compromisso com a responsabilidade social. Em 2007, foi agregada à pesquisa uma nova dimensão para incorporar a percepção do comprometimento das empresas com a sustentabilidade. Esta dimensão contribuiu certamente para a sua melhoria no *ranking* das empresas mais admiradas. Os esforços continuam, o objetivo é aprimorar a cada ano a imagem e a admiração de todos.

Esta pesquisa foi realizada com exclusividade para a publicação pelo instituto TNS InterScience. Os resultados apontaram as dez corporações mais admiradas por executivos de empresas instaladas no Brasil, nacionais e estrangeiras e o *ranking* por setores da economia, levando em conta fatores como ética e solidez financeira.

Manuela Carta, *publisher* da *CartaCapital*, declarou que esse "é um serviço que prestamos ao mercado, de identificar quais são as corporações de maior prestígio entre os executivos. Em contrapartida, quem se beneficia é o consumidor, pois estar no *ranking* significa manter e melhorar a qualidade dos produtos e serviços".

De junho a julho de 2007, a pesquisa ouviu 1.276 executivos - entre presidentes, vice-presidentes, superintendentes e diretores das empresas mais importantes em cada segmento de negócio - sobre as empresas mais admiradas do mercado, na opinião deles. As respostas foram dadas espontaneamente, excluindo-se da avaliação a corporação em que eles próprios trabalhavam. Quando o resultado da pesquisa é divulgado, muitos executivos questionam o fato de uma empresa constar como líder do setor e uma concorrente aparecer entre as dez companhias mais admiradas. São partes distintas da pesquisa. Uma só leva em conta a avaliação da imagem. A outra, respondida apenas pelos profissionais do segmento analisado, baseia-se em uma série de critérios. Na primeira parte, o executivo responde à pergunta: qual é a empresa mais admirada o Brasil? Na etapa seguinte, o entrevistado passa a responder apenas a perguntas referentes à sua área de atuação. Ele dá peso de importância a 12 fatores-chave, como ética, inovação e compromisso com o desenvolvimento sustentável. Assim chega-se aos vitoriosos de cada um dos 47 setores de economia.

De acordo com o instituto TNS InterScience, o estudo nos últimos anos tem mostrado a relevância da dimensão humana (que se manifesta por meio da percepção da sua responsabilidade social, de como lida com os Recursos Humanos, do seu comprometimento com o País, da postura ética) na construção da admiração. Gera-se conhecimento que permite, com segurança, explicar como se constrói respeitabilidade corporativa e, mais importante, aplicar este conhecimento na análise da performance das empresas, nos setores de atividade, identificando *gaps* e orientando sobre as ações necessárias para construção de admiração.

