

A AVALIAÇÃO DO IMPACTO DA IMAGEM DO PAÍS DE ORIGEM NO PROCESSO DE AQUISIÇÃO DE VÁLVULAS INDUSTRIAIS CHINESAS

Autor: SANDRO DA CRUZ AGUIAR

Banca examinadora: Prof^a Dr^a Cecilia Lima de Queirós Mattoso (presidente e orientadora); Prof. Dr. Marco Aurélio Carino Bouzada (coorientador); Prof^a Dr^a Irene Raguenet Troccoli; Prof^a Dr^a Veranise Jacubowski Correia Dubeux (PUC-Rio).

RESUMO

A integração dos mercados de bens, serviços, de capitais, pessoas e conhecimento viabilizou o aumento da fragmentação dos processos de produção. Essa tendência, aliada à redução dos custos tarifários, de transporte e de comunicação, tornou possível a reorganização geográfica dos processos de produção de empresas de manufatura, a nível global.

Por características próprias, como custo de mão de obra, capacidade de produção instalada e volume de produção, alguns países, como por exemplo a China, bem como alguns outros países do sudeste asiático e do leste europeu, consolidaram-se como grandes fornecedores mundiais neste novo arranjo produtivo. Entretanto, o baixo custo dos produtos com origem nestes países gera desconfiança, ou suspeitas em relação à qualidade e outros atributos destes produtos.

O presente trabalho estuda como o *Country-of-Origin* (ou COO, como é conhecido), que significa essencialmente a associação que o cliente-consumidor faz entre o país onde um determinado produto tem origem e o próprio produto, impacta a decisão de compra, especificamente por compradores organizacionais, para o produto “válvulas industriais de origem chinesa”.

Esta pesquisa foi conduzida com uma amostra de profissionais técnicos da área de materiais e de construção e montagem na fabricação de um equipamento de grande porte para o setor de óleo e gás.

Para cumprir os seus objetivos, buscou-se a fundamentação na literatura em elementos como a imagem de país e suas dimensões laterais, a globalização, a aquisição corporativa, o paradigma das pistas, a decomposição do construto COO em subconstrutos – como COD (*Country-of-Design*), COA (*Country-of-Assembly*), COB (*Country-of-Brand*), entre outros – e as dimensões da qualidade para a construção de um instrumento de coleta adequado, que por sua vez foi derivado de modelos solidamente testados e confiáveis.

Para avaliar o poder preditivo das variáveis explicativas identificadas - que foram: atributos gerais de país, atributos gerais de produto e atributos específicos de produto – na propensão à compra de válvulas chinesas, os dados desta pesquisa foram trabalhados por regressão logística através do software SPSS®.

Foi também utilizado o teste Qui-quadrado para a comparação entre as proporções de aceitação, pela amostra utilizada, do produto em estudo integralmente com origem chinesa, e de uma variação deste produto na qual apenas alguns de seus componentes tivessem origem no país China.

Este trabalho confirmou, sobre uma amostra de profissionais técnicos específicos da área do objeto de estudo, que a imagem de país de origem do produto “válvula industrial de origem chinesa”, exerce impacto significativo na decisão sobre a compra deste produto, podendo ser favorável ou desfavorável conforme a relação de valor entre os aspectos qualidade e preço. Foi provado ainda, com significância estatística, que este impacto difere conforme este produto tenha sua origem integralmente no país China, ou que seja um produto híbrido, ou seja, que somente alguns dos seus componentes tenham origem neste país.

Palavras-chave: China, comércio, Brasil; Produtos industriais; Compras, qualidade; Imagem, empresa; Qualidade industrial.