

ANTECEDENTES DA PERCEPÇÃO DE VALOR NA REFORMA DE PNEUS DE CARGA

THE ANTECEDENTS OF PERCEIVED VALUE IN CARGO TIRES RETREADING

MATEUS SILVA SANTOS
UNIALFA

ROBERTO FLORES FALCÃO
UNIALFA

Comunicação:

O XII SINGEP foi realizado em conjunto com a 12th Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge) e com o Casablanca Climate Leadership Forum (CCLF 2024), em formato híbrido, com sede presencial na ESCA Ecole de Management, no Marrocos.

ANTECEDENTES DA PERCEPÇÃO DE VALOR NA REFORMA DE PNEUS DE CARGA

Objetivo do estudo

Este artigo discute o comportamento de consumo de pequenos frotistas em relação à aquisição de serviços de reforma de pneus de carga como alternativa sustentável para a solução de redução de custos em logística.

Relevância/originalidade

Estudos anteriores focaram na área de engenharia de produção, uso, desempenho e impactos ao meio ambiente, comportamento de compra de pneus novos, estudos associativos ou governamentais, não apresentando na literatura estudos em marketing ou mesmo administração de empresas e suas áreas derivadas.

Metodologia/abordagem

Foi proposto e refinado um modelo sobre os antecedentes da percepção de valor (os itens do questionário foram reorganizados por meio de análise fatorial exploratória e confirmatória) a partir de uma pesquisa realizada com 109 caminhoneiros.

Principais resultados

Os antecedentes da percepção de valor dos pequenos frotistas em relação ao serviço de reforma de pneus de carga são os construtos Sentimental; Reputação; Lealdade; Conveniência; Custo-benefício.

Contribuições teóricas/metodológicas

Por meio de nosso referencial teórico (que representa uma primeira contribuição teórica), organizado em dois eixos, propomos um novo modelo que apresenta os antecedentes da percepção de valor em termos de reforma de pneus de carga.

Contribuições sociais/para a gestão

Este estudo ajuda os pequenos reformadores de pneus a compreender melhor seus clientes e permite um melhor atendimento ao cliente, o que culmina em maior participação de mercado e lucratividade.

Palavras-chave: Reforma de pneus, Valor percebido, Comportamento do consumidor, Logística

THE ANTECEDENTS OF PERCEIVED VALUE IN CARGO TIRES RETREADING

Study purpose

This paper discusses the consumption behavior of small fleet owners in relation to the purchase of cargo tire retreading services as a sustainable solution for cost reduction.

Relevance / originality

Previous studies focused on the field of production engineering, use, performance and impacts on the environment, new tire purchasing behavior, association studies or government, not presenting in the literature studies in marketing or even business administration and its derived areas.

Methodology / approach

A model on the antecedents of the perception of value was proposed and refined (the questionnaire items were reorganized through exploratory and confirmatory factor analysis) based on a survey of 109 truck drivers.

Main results

The antecedents of the perception of value of small fleet owners in relation to the cargo tire retreading service are the Sentimental constructs; Reputation; Loyalty; Convenience; Cost/Benefit.

Theoretical / methodological contributions

By means of our theoretical framework (which represents a first theoretical contribution) organized into two axes we propose a new model that presents the antecedents of value perception in terms of cargo tires retreading.

Social / management contributions

This study helps small tire retreaders to better understand their customers and enables better customer service that culminates in increased market share and profitability.

Keywords: Tire retreading, Perceived value, Consumer behavior, Logistics