

DESENVOLVIMENTO E VALIDAÇÃO DE ESCALA: GUARANTEE AND AUTHENTICITY PERCEPTION SCALE – GAP

DEVELOPMENT AND VALIDATION OF SCALE: GUARANTEE AND AUTHENTICITY PERCEPTION SCALE – GAP

JULIANA RIBEIRO GARCIA DONZELLI

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

LEONARDO VILS

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

EDUARDO MESQUITA

SENAC

Comunicação:

O XIII SINGEP foi realizado em conjunto com a 13th Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge), em formato híbrido, com sede presencial na UNINOVE - Universidade Nove de Julho, no Brasil.

Agradecimento à órgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

DESENVOLVIMENTO E VALIDAÇÃO DE ESCALA: GUARANTEE AND AUTHENTICITY PERCEPTION SCALE – GAP

Objetivo do estudo

Desenvolver a escala de percepção de garantia de autenticidade, apresentando evidências de validade e confiabilidade de um instrumento científico para mensurar a percepção de garantia de autenticidade.

Relevância/originalidade

Apresenta um modelo de mensuração para operacionalizar e avaliar a percepção de garantia de autenticidade no contexto de mercado de luxo de segunda mão, de forma a permitir que seja utilizado como ferramenta de diagnóstico.

Metodologia/abordagem

Foi aplicada em uma pesquisa com 72 consumidores e não consumidores de brechós de luxo. Para a análise dos dados, foram utilizadas a Análise Fatorial Exploratória.

Principais resultados

A Escala de Percepção de Garantia de Autenticidade Guarantee and Authenticity Perception Scale – GAP possui 05 traços de percepção de garantia de autenticidade agrupado em uma única dimensão.

Contribuições teóricas/metodológicas

As dimensões da escala percepção de garantia de autenticidade contribui para as pesquisas em branding e marketing no setor de luxo de segunda mão.

Contribuições sociais/para a gestão

A escala permite que seja utilizado como ferramenta de diagnóstico para os brechós construam um relacionamento mais efetivo com os consumidores.

Palavras-chave: luxo de segunda mão, garantia, autenticidade

DEVELOPMENT AND VALIDATION OF SCALE: GUARANTEE AND AUTHENTICITY PERCEPTION SCALE – GAP

Study purpose

To develop the Guarantee of Authenticity Perception Scale, presenting evidence of validity and reliability for a scientific instrument designed to measure the perception of guarantee of authenticity.

Relevance / originality

It presents a measurement model to operationalize and assess the perception of guarantee of authenticity in the context of the second-hand luxury market, enabling its use as a diagnostic tool.

Methodology / approach

It was applied in a study with 72 consumers and non-consumers of luxury thrift stores. For data analysis, Exploratory Factor Analysis was used.

Main results

The Guarantee and Authenticity Perception Scale (GAP) comprises five traits of authenticity guarantee perception, grouped into a single dimension.

Theoretical / methodological contributions

The dimensions of the Guarantee of Authenticity Perception Scale contribute to branding and marketing research in the second-hand luxury sector.

Social / management contributions

The scale can be used as a diagnostic tool for thrift stores to build a more effective relationship with consumers.

Keywords: second-hand luxury, guarantee, authenticity