**EVALUACIÓN POR JUECES DE LA INVESTIGACIÓN:**

**Validación de escala para medir la intención de consumo hacia productos de emprendimientos sostenibles en la Generación Z**

**APRECIADOS JUECES:**

El presente instrumento tiene por objeto validar una escala para medir la intención de consumo hacia productos de emprendimientos sostenibles en la Generación Z.El cuestionario está dividido en dos partes: la primera, conformada por preguntas demográficas que caracterizan a la población estudiada. En la segunda parte, se presenta una serie de frases relativamente cortas que permiten reconocer elementos asociados con la intención de consumo en el segmento Generación Z orientado al emprendimiento sostenible. Para su aclaración, el emprendimiento sostenible se refiere a iniciativas empresariales que integran objetivos económicos con compromisos sociales y ambientales, buscando generar valor no solo para los accionistas, sino también para la sociedad y el medio ambiente (Bonfanti et al., 2024). Para ello, se utiliza una escala Likert de 5 puntos donde: 1: Totalmente en desacuerdo; 2: En desacuerdo; 3: Neutral; 4: De acuerdo; 5: Totalmente de acuerdo.

En cada uno de los ítems es necesario evaluar cuatro aspectos:

1. PERTINENCIA: Se califica la correspondencia del ítem en su enunciado y las alternativas de respuesta a los objetivos de la prueba.

2. COMPRENSIÓN DE LA PREGUNTA: Se califica que el grado en que el enunciado y las alternativas de respuesta logran ser comprendidas por el respondiente.

3. REDACCIÓN: Se califica si la redacción y términos usados son apropiados gramaticalmente para expresar las ideas en el enunciado y las alternativas de respuesta.

4. OBSERVACIONES: En la casilla final puede escribir las sugerencias que posee para cada uno de los ítems.

**Por favor, utilizar la siguiente escala de calificación:** 5=Muy Alta; 4=Alta; 3=Moderada; 2=Baja; 1=Muy baja

***Evaluación General***

Por favor, revise toda la prueba en general y responda dichas preguntas de la manera más detallada posible.

**EVALUACIÓN DE LOS ÍTEMS**

**ASPECTOS DEMOGRÁFICOS**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | PERTINENCIA | COMPRENSIÓN | REDACCIÓN | OBSERVACIONES |
| 1. ¿Cuál es su edad? | 5 | 5 | 5 | Se recomienda colocar un filtro para que cumpla con los rangos de edad de la Generación Z que han definido en el estudio |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | PERTINENCIA | COMPRENSIÓN | REDACCIÓN | OBSERVACIONES RESPECTO AL ITEM Y A LA ESCALA |
| 2. ¿Cuál es su sexo?:  Hombre  Mujer | 5 | 5 | 5 | Ninguna |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | PERTINENCIA | COMPRENSIÓN | REDACCIÓN | OBSERVACIONES RESPECTO AL ITEM Y A LA ESCALA |
| 3. ¿Cuál es su género?:  Masculino  Femenino  Otro | 5 | 5 | 5 | Se recomienda colocar también la opción: Prefiero no responder al tener información sensible |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | PERTINENCIA | COMPRENSIÓN | REDACCIÓN | OBSERVACIONES RESPECTO AL ITEM Y A LA ESCALA |
| 4. Relacione su estrato socioeconómico  1-2-3-4-5-6 | 5 | 4 | 4 | Se recomienda reformular por: ¿En qué estrato socioeconómico está clasificada tu vivienda? |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | PERTINENCIA | COMPRENSIÓN | REDACCIÓN | OBSERVACIONES RESPECTO AL ITEM Y A LA ESCALA |
| 5. ¿Cuál es su nivel de formación académica?  Bachiller  Técnico  Tecnólogo  Profesional  Posgradual | 5 | 4 | 4 | Revisar si se quiere conocer el último nivel formativo completo o el actual |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | PERTINENCIA | COMPRENSIÓN | REDACCIÓN | OBSERVACIONES RESPECTO AL ITEM Y A LA ESCALA |
| 6. ¿Cuál es su ocupación?  Pensionado  Empleado  Empresario  Trabajador independiente  Desempleado | 5 | 5 | 5 |  |

**CREACIÓN DE CONSTRUCTOS TEÓRICOS**

A continuación, se presenta una serie de frases relativamente cortas que permiten reconocer elementos asociados con la intención de consumo en el segmento Generación Z orientado al emprendimiento sostenible. Para su aclaración, el emprendimiento sostenible se refiere a iniciativas empresariales que integran objetivos económicos con compromisos sociales y ambientales, buscando generar valor no solo para los accionistas, sino también para la sociedad y el medio ambiente (Bonfanti et al., 2024). Para ello, debe responder con la mayor sinceridad posible a cada una de las oraciones que aparecen a continuación, de acuerdo con la siguiente escala: **1: Totalmente en desacuerdo; 2: En desacuerdo; 3: Neutral; 4: De acuerdo; 5: Totalmente de acuerdo.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Actitud hacia el consumo** | **PERTINENCIA** | **COMPRENSIÓN** | **REDACCIÓN** | **OBSERVACIONES RESPECTO AL ITEM Y A LA ESCALA** |
| Considero que apoyar emprendimientos sostenibles es beneficioso para el medio ambiente. | 5 | 5 | 5 |  |
| Me siento bien al comprar productos generados desde emprendimientos sostenibles. | 5 | 5 | 5 |  |
| Consumir productos sostenibles es una forma responsable de actuar como ciudadano. | 5 | 5 | 5 |  |
| Comprar productos generados desde emprendimientos sostenibles es una decisión inteligente. | 5 | 5 | 5 |  |
| Prefiero consumir productos sostenibles, aunque sean más costosos. | 5 | 3 | 3 | Considero que no se debería mostrar solamente la opción de que estos productos son más costosos, se deberían incluir otro tipo de barreras para el acceso como la distribución que no es masiva (es decir que hay pocos lugares para conseguirlos) o el desconocimiento de los mismos |
| Me importa el impacto ambiental de los productos que consumo. | 5 | 5 | 5 |  |
| Considero importante apoyar causas sociales a través de mi consumo. | 5 | 5 | 5 |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Norma subjetiva** | **PERTINENCIA** | **COMPRENSIÓN** | **REDACCIÓN** | **OBSERVACIONES RESPECTO AL ITEM Y A LA ESCALA** |
| Las personas que son importantes para mí valoran el consumo sostenible. | 5 | 5 | 5 |  |
| Mi círculo de amigos apoya la compra de productos generados desde emprendimientos sostenibles. | 5 | 5 | 5 |  |
| Siento que la sociedad me motiva a consumir de manera responsable. | 5 | 5 | 5 |  |
| Mis familiares influyen en mi decisión de consumir productos sostenibles. | 5 | 5 | 5 |  |
| Me interesa que las personas cercanas valoren mis decisiones de consumo sostenible. | 5 | 5 | 5 |  |
| Me sentiría incómodo si mi entorno desaprueba el consumo de productos generados desde emprendimientos sostenibles. | 5 | 5 | 5 |  |
| Percibo que la sociedad espera que los jóvenes apoyemos el consumo responsable. | 5 | 5 | 5 |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Control percibido del comportamiento** | **PERTINENCIA** | **COMPRENSIÓN** | **REDACCIÓN** | **OBSERVACIONES RESPECTO AL ITEM Y A LA ESCALA** |
| Considero que tengo suficiente información para consumir productos de forma sostenible. | 5 | 5 | 5 |  |
| Puedo acceder fácilmente a productos de emprendimientos sostenibles. | 5 | 5 | 5 |  |
| Me siento capaz de identificar productos generados desde emprendimientos sostenibles. | 5 | 5 | 5 |  |
| Aunque quisiera, a veces no puedo consumir de forma sostenible por falta de opciones. | 5 | 5 | 5 |  |
| Estoy en condiciones económicas de elegir productos generados desde emprendimientos sostenibles. | 5 | 5 | 5 |  |
| Es fácil para mí cambiar mis hábitos hacia un consumo más sostenible. | 5 | 5 | 5 |  |
| Creo que tengo el control sobre mis decisiones de consumo sostenible. | 5 | 5 | 5 |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Intención de consumo en emprendimientos sostenibles** | **PERTINENCIA** | **COMPRENSIÓN** | **REDACCIÓN** | **OBSERVACIONES RESPECTO AL ITEM Y A LA ESCALA** |
| Tengo la intención de consumir productos de emprendimientos sostenibles en el futuro. | 5 | 5 | 5 |  |
| Estoy dispuesto a pagar un poco más por productos sostenibles. | 5 | 5 | 5 |  |
| Planeo buscar activamente emprendimientos sostenibles para mis compras. | 5 | 5 | 5 |  |
| Es probable que recomiende a otros el consumo de productos generados desde emprendimientos sostenibles. | 5 | 5 | 5 |  |
| Me gustaría participar en iniciativas que promuevan el consumo responsable. | 5 | 5 | 5 |  |
| Al elegir un producto, reviso si proviene de un emprendimiento sostenible. | 5 | 5 | 5 | Este item se puede reemplazar por “Suelo investigar el origen de los productos antes de comprarlos” |
| Estoy comprometido con el consumo consciente y responsable. | 5 | 5 | 5 |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Norma moral personal** | **PERTINENCIA** | **COMPRENSIÓN** | **REDACCIÓN** | **OBSERVACIONES RESPECTO AL ITEM Y A LA ESCALA** |
| Es mi responsabilidad personal consumir productos que cuiden el medio ambiente. | 5 | 5 | 5 |  |
| Me sentiría mal conmigo mismo si no apoyo emprendimientos sostenibles. | 5 | 5 | 5 |  |
| Considero que es un deber ético consumir de forma responsable. | 5 | 5 | 5 |  |
| Independientemente de lo que piensen los demás, yo elijo productos sostenibles por convicción. | 5 | 5 | 5 |  |
| Cada persona debe actuar con conciencia moral al consumir. | 2 | 2 | 2 | Considero que la palabra moral puede sesgar este item, debería centrarse en el interés de apoyar emprendimientos sostenibles |
| Trato de consumir productos que tengan un impacto positivo en la sociedad. | 5 | 5 | 5 |  |
| Consumir de forma sostenible es una cuestión de principios y valores. |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Conciencia sobre el consumo sostenible** | **PERTINENCIA** | **COMPRENSIÓN** | **REDACCIÓN** | **OBSERVACIONES RESPECTO AL ITEM Y A LA ESCALA** |
| Estoy bien informado sobre lo que significa un emprendimiento sostenible. | 5 | 5 | 5 |  |
| Conozco las consecuencias ambientales de mis hábitos de consumo. | 5 | 5 | 5 |  |
| Estoy al tanto de cómo mi consumo afecta a la sociedad y al planeta. | 5 | 5 | 5 |  |
| Me interesa aprender más sobre prácticas de consumo responsable. | 5 | 5 | 5 |  |
| Suelo investigar el origen de los productos antes de comprarlos. | 5 | 5 | 5 |  |
| Entiendo la diferencia entre un producto sostenible y uno convencional. | 5 | 5 | 5 |  |
| Soy consciente del impacto que tienen mis decisiones de consumo en el futuro del planeta. | 5 | 5 | 5 |  |

**EVALUACIÓN GENERAL**

Por favor evalúen los siguientes aspectos generales de la prueba:

1. Opinión acerca de la Cantidad de ítems: Los considero suficientes para cada una de las variables, ojalá no se haga más extenso ya que actualmente ya se puede observar que va a demandar un tiempo mayor a 10 minutos para la aplicación
2. Opinión acerca de los Temas cubiertos: Acordes con los modelos teóricos
3. En su opinión, ¿qué temas faltan por evaluar?: Ninguno
4. ¿Qué opina del tipo de ítems que se incluyeron en esta prueba: adecuados? ¿se ajustan a las necesidades del instrumento? Se dejan a lo largo del documento
5. ¿Qué otras sugerencias tienen para esta prueba? Si la prueba va a realizarse de forma autoaplicada se sugiere no dejar los subtítulos de cada sección para no sesgar a los participantes y revisar la recomendación sobre la redacción de la escala

**Referencias**

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. <https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T>

Bonfanti, A., De Crescenzo, V., Simeoni, F., & Adaui, C. R. L. (2024). Convergences and divergences in sustainable entrepreneurship and social entrepreneurship research: A systematic review and research agenda. *Journal of Business Research*, *170*, 114336. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114336>

Brehmer, M. (2023). Perceived moral norms in an extended theory of planned behavior in predicting university students’ bystander intentions toward relational bullying. European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education, 13(7), 1202-1218. <https://doi.org/10.3390/ejihpe13070089>

Durán, M., Rodríguez, M., Ferraces, M.-J., Río, A., & Sabucedo, J.-M. (2016). Determinantes del mantenimiento del consumo de tabaco: Extensión de la Teoría de la Conducta Planificada. Terapia Psicológica, 34(1), 15-22. <https://doi.org/10.4067/S0718-48082016000100002>

Huang, C.-C., & Chen, T.-H. (2015). Moral norm and the two-component theory of planned behavior model in predicting knowledge sharing intention: A role of mediator desire. Psychology, 6(13), 1685-1699. <https://doi.org/10.4236/psych.2015.613165>

**Muchas gracias por su colaboración.**