**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 |  |

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

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | PERTINENCIA | COMPRENSIÓN | REDACCIÓN | OBSERVACIONES RESPECTO AL ITEM Y A LA ESCALA |
| 3. ¿Cuál es su género?:  Masculino  Femenino  Otro | 5 | 5 | 5 |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | PERTINENCIA | COMPRENSIÓN | REDACCIÓN | OBSERVACIONES RESPECTO AL ITEM Y A LA ESCALA |
| 4. Relacione su estrato socioeconómico  1-2-3-4-5-6 | 5 | 5 | 5 |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 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 | 5 | Hay que aclarar que dentro de “posgradual” se incluyen especializaciones, maestrías y doctorados. Puede pasar que algunas personas asocien con este nivel de formación el cursar un diplomado. |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | PERTINENCIA | COMPRENSIÓN | REDACCIÓN | OBSERVACIONES RESPECTO AL ITEM Y A LA ESCALA |
| 6. ¿Cuál es su ocupación?  Pensionado  Empleado  Empresario  Trabajador independiente  Desempleado | 5 | 5 | 3 | Teniendo en cuenta la población objetivo, no tiene mucho sentido que se incluya como opción “pensionado”. |

**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 | 5 | 5 |  |
| 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 | 3 | 5 | Puede resultar confuso lo que se entiende por “valoren mis decisiones de consumo sostenible”. ¿hace referencia a que lo valoren positivamente?, si es así, debe ser explícita la afirmación. |
| 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 |  |
| Estoy comprometido con el consumo consciente y responsable. | 3 | 5 | 5 | No es claro cómo el “compromiso” se vincula directamente con la intención de consumo. |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **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. | 3 | 5 | 5 |  |
| Me sentiría mal conmigo mismo si no apoyo emprendimientos sostenibles. | 3 | 5 | 5 |  |
| Considero que es un deber ético consumir de forma responsable. | 3 | 5 | 5 |  |
| Independientemente de lo que piensen los demás, yo elijo productos sostenibles por convicción. | 3 | 5 | 5 |  |
| Cada persona debe actuar con conciencia moral al consumir. | 3 | 2 | 5 | Se debe tener en cuenta si, para el participante, resulta claro lo que significa “conciencia moral”, porque esto puede resultar en variabilidad de la respuesta y afectar la validez. |
| Trato de consumir productos que tengan un impacto positivo en la sociedad. | 3 | 5 | 5 |  |
| Consumir de forma sostenible es una cuestión de principios y valores. | 3 | 5 | 5 |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **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. | 3 | 5 | 5 |  |
| Conozco las consecuencias ambientales de mis hábitos de consumo. | 3 | 5 | 5 |  |
| Estoy al tanto de cómo mi consumo afecta a la sociedad y al planeta. | 3 | 5 | 5 |  |
| Me interesa aprender más sobre prácticas de consumo responsable. | 3 | 5 | 5 |  |
| Suelo investigar el origen de los productos antes de comprarlos. | 3 | 5 | 5 |  |
| Entiendo la diferencia entre un producto sostenible y uno convencional. | 3 | 5 | 5 |  |
| Soy consciente del impacto que tienen mis decisiones de consumo en el futuro del planeta. | 3 | 5 | 5 |  |

**EVALUACIÓN GENERAL**

Por favor evalúen los siguientes aspectos generales de la prueba:

1. Opinión acerca de la Cantidad de ítems:

Adecuado.

1. Opinión acerca de los Temas cubiertos:

Aunque se entiende cuál es el objetivo del estudio, no se indica (para efectos de la evaluación) desde qué enfoque conceptual o teórico se construyó el instrumento para comprender el alcance de las afirmaciones en cada dimensión. Se identifica que corresponde a la teoría de la conducta planeada (también por las referencias), pero no se incluyó una definición conceptual de cada dimensión para contrastar la pertinencia de las afirmaciones de algunas de ellas. Por ejemplo, no resulta clara la diferencia entre el alcance de las dimensiones “norma moral personal” y “conciencia sobre el consumo sostenible”, por lo que califiqué baja la pertinencia de las afirmaciones en las dos dimensiones.

1. En su opinión, ¿qué temas faltan por evaluar?:

Ninguno, si se incluyen las dimensiones de interés de los investigadores.

1. ¿Qué opina del tipo de ítems que se incluyeron en esta prueba: adecuados? ¿se ajustan a las necesidades del instrumento?.

Es necesario revisar y unificar la terminología utilizada para las afirmaciones, pues se usa indistintamente el “consumo sostenible” y el “consumo responsable”, aunque el objetivo del instrumento es medir la intención de consumo de “emprendimientos sostenibles”. Este aspecto debe revisarse con detalle.

1. ¿Qué otras sugerencias tienen para esta prueba?

Es necesario que el consentimiento informado sea adaptado para el público objetivo: brindar tanto detalle técnico e incluir referencias de estudios teóricos puede introducir un sesgo importante en los participantes, además porque ellos no necesariamente comprenden la terminología utilizada. Sugiero que se presente de manera más genérica el propósito del estudio, en términos contextualizados y fáciles de entender, que en la retribución se haga explícito que no se recibirá dinero, pero tampoco otro tipo de incentivos, y que no se incluyan referencias científicas.

De otro lado, es importante contar con una validación cognitiva mediante prueba piloto para poder unificar terminología y asegurarse de la comprensión de los términos utilizados en las afirmaciones, así como estimar el tiempo promedio que se tarda en responderlo.

No es claro si la administración del instrumento será física o a través de medios digitales, cuestión que resulta importante al momento de resolver las dudas que pueda tener el participante respondiendo al instrumento. Esto también debe estar consignado en el consentimiento informado.

**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.**