

Universidad de Lima

Facultad de Ciencias Empresariales

Carrera de Negocios Internacionales



LA INFLUENCIA DE LA IMPLEMENTACIÓN DE PRÁCTICAS SOSTENIBLES EN LA INTENCIÓN DE COMPRA EN CONSUMIDORES ALEMANES DE CAFÉ PERUANO

Tesis para optar el título profesional de licenciado en Negocios Internacionales

Milagros Ximena Santos Leon

Código 20191893

Asesor

Giancarlo Peirano De La Cruz

Lima – Perú

Febrero de 2026

**THE INFLUENCE OF THE IMPLEMENTATION
OF SUSTAINABLE PRACTICES ON THE
PURCHASE INTENTION OF GERMAN
CONSUMERS OF PERUVIAN COFFEE**

UNIVERSITÄT
DUISBURG
ESSEN
MCMLXII
SCIENTIA ET PRAXIS

RESUMEN

Esta investigación, de enfoque cuantitativo, analizó la influencia de las prácticas sostenibles en la intención de compra de consumidores alemanes de café peruano. En un contexto global en donde la sostenibilidad se ha consolidado como un factor determinante en las decisiones de consumo, especialmente en mercados exigentes como el alemán, este estudio buscó entender cómo las prácticas sostenibles influyen en las preferencias de compra.

Se recopilaron y analizaron 392 cuestionarios válidos mediante encuestas online dirigidas a hombres y mujeres mayores de 18 años, consumidores frecuentes de café y residentes en Alemania. Los datos fueron procesados mediante técnicas estadísticas PLS-SEM (con SmartPLS) para evaluar las relaciones entre las variables de estudio.

Los resultados demostraron que tanto las iniciativas medioambientales como las sociales tienen un impacto significativo en la intención de compra. Se evidenció que los consumidores priorizan productos que sean responsables con el medio ambiente e incorporen prácticas sostenibles, mostrando además una clara disposición a pagar precios altos por productos sostenibles de calidad que cumplan con sus expectativas. Si bien el precio es un factor importante durante la compra, este no es un elemento determinante para los consumidores. Asimismo, se confirmó que el comportamiento de consumo sostenible, actitudes y las opiniones de terceros sobre sostenibilidad influyen directamente en la intención de compra, resaltando la importancia de la conciencia ecológica en el mercado alemán.

Estos hallazgos no solo resaltan la importancia de la sostenibilidad en la preferencia del consumidor, sino que también plantean un campo propicio para desarrollar investigaciones futuras que profundicen en este ámbito. Además, los resultados proporcionan información valiosa para las empresas caficultoras, permitiéndoles alinear sus procesos de producción y comercialización con las expectativas del mercado alemán.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: 5306 - 3.e.6.

PALABRAS CLAVES: prácticas sostenibles, café peruano, sostenibilidad, consumidor alemán, intención de compra.

ABSTRACT

This quantitative research analyzed the influence of sustainable practices on the purchase intentions of German consumers of Peruvian coffee. In a global context where sustainability has become a determining factor in consumer decisions, especially in demanding markets such as Germany, this study sought to understand how sustainable practices influence purchasing preferences.

A total of 392 valid questionnaires were collected and analyzed through online surveys targeting men and women over the age of 18 who are frequent coffee consumers and residents of Germany. The data were processed using PLS-SEM statistical techniques (with SmartPLS) to evaluate the relationships between the study variables.

The results showed that both environmental and social initiatives have a significant impact on purchase intention. It was evident that consumers prioritize products that are environmentally responsible and incorporate sustainable practices, also showing a clear willingness to pay high prices for quality sustainable products that meet their expectations. While price is an important factor during purchase, it is not a determining factor for consumers. Likewise, it was confirmed that sustainable consumption behavior, attitudes, and third-party opinions on sustainability directly influence purchase intention, highlighting the importance of environmental awareness in the German market.

These findings not only highlight the importance of sustainability in consumer preferences, but also provide fertile ground for future research in this area. In addition, the results provide valuable information for coffee companies, allowing them to align their production and marketing processes with the expectations of the German market.

LINE OF RESEARCH: 5306 - 3.e.6.

KEY WORDS: sustainable practices, Peruvian coffee, sustainability, German consumers, purchase intention




2% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Coincidencias menores (menos de 20 palabras)

Fuentes principales

- 1%  Fuentes de Internet
- 0%  Publicaciones
- 1%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.