

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), enero-febrero 2026,
Volumen 10, Número 1.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v10i1

**LA PARADOJA DEL VALOR PERCIBIDO:
BARRERAS ESTRUCTURALES Y
EXPECTATIVAS ECONÓMICAS EN LA
ADOPCIÓN DE LA DENOMINACIÓN DE
ORIGEN CAFÉ VERACRUZ**

**THE PARADOX OF PERCEIVED VALUE: STRUCTURAL
BARRIERS AND ECONOMIC EXPECTATIONS IN THE
ADOPTION OF THE CAFÉ VERACRUZ DENOMINATION OF
ORIGIN**

Dulce María Flores Báez

Instituto Tecnológico Superior de Huatusco

Erika María Gasperin García

Universidad Politécnica de Huatusco

Rosalba Segura Nolasco

Instituto Tecnológico Superior de Huatusco

Andrid Guillermo Hernández Ruiz

Instituto Tecnológico Superior de Cosamaloapan

Silvia Sósol Sánchez

Instituto Tecnológico Superior de Huatusco

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v10i1.24210

La paradoja del valor percibido: Barreras estructurales y expectativas económicas en la adopción de la Denominación de Origen Café Veracruz

Dulce María Flores Báez¹dfloresb@huatusco.tecnm.mx<https://orcid.org/0000-0001-9540-5382>

Tecnológico Nacional de México; Instituto
Tecnológico Superior de Huatusco / Colegio
Interdisciplinario De Especialización
México

Erika María Gasperin Garcíamtra.erika.gasperin104@uphuatusco.edu.mx<https://orcid.org/0000-0001-7383-6157>

Universidad Politecnica de Huatusco
País: México

Rosalba Segura Nolascorseguran@huatusco.tecnm.mx<https://orcid.org/0009-0008-2854-6095>

Tecnológico Nacional de México; Instituto
Tecnológico Superior de Huatusco
México

Andrid Guillermo Hernández Ruizandrid.hr@cosamaloapan.tecnm.mx<https://orcid.org/0009-0003-5929-2896>

Tecnológico Nacional de México; Instituto
Tecnológico Superior de Cosamaloapan
México

Silvia Sósol Sánchezssosols@huatusco.tecnm.mx<https://orcid.org/0000-0001-9028-2782>

Tecnológico Nacional de México; Instituto
Tecnológico Superior de Huatusco
México

RESUMEN

Esta investigación examinó la brecha entre la expectativa de beneficios económicos y las barreras estructurales para la adopción de la Denominación de Origen en caficultores de Veracruz. Se empleó una metodología cuantitativa transversal con 93 productores, aplicando pruebas de Chi-cuadrada para evaluar dependencias. Los hallazgos revelaron un consenso alto sobre el potencial económico del sello (66.6% de acuerdo/totalmente de acuerdo), contrastado con barreras significativas: falta de información (27.9%), dificultad organizativa (25.8%) y costo económico (24.7%). Se demostró estadísticamente que la condición de exportador influye significativamente en la percepción del precio ($\chi^2=45.45$, $p=0.0051$), indicando que la inserción en mercados internacionales valida la utilidad de la certificación. Se concluye que existe una "paradoja de valor" donde el interés económico es alto pero inalcanzable debido a la desarticulación gremial y la asimetría informativa.

Palabras clave: denominación de origen, barreras de certificación, economía agrícola, mercado de exportación, organización de productores

¹ Autor principal.

Correspondencia: ssosols@huatusco.tecnm.mx

The paradox of perceived value: Structural barriers and economic expectations in the adoption of the Café Veracruz Denomination of Origin

ABSTRACT

This research examined the gap between the expectation of economic benefits and structural barriers to the adoption of the Denomination of Origin among coffee growers in Veracruz. A cross-sectional quantitative methodology was used with 93 producers, applying Chi-square tests to evaluate dependencies. The findings revealed a high consensus on the economic potential of the seal (66.6% agree/totally agree), contrasted with significant barriers: lack of information (27.9%), organizational difficulty (25.8%), and economic cost (24.7%). It was statistically demonstrated that the exporter status significantly influences price perception ($\chi^2=45.45$, $p=0.0051$), indicating that insertion in international markets validates the utility of certification. It is concluded that a "value paradox" exists where economic interest is high but unattainable due to guild disarticulation and information asymmetry

Keywords: denomination of origin, certification barriers, agricultural economics, export market, producer organization

*Artículo recibido 02 febrero 2026
Aceptado para publicación: 27 febrero 2026*



INTRODUCCIÓN

Contexto y Justificación

La caficultura global atraviesa una fase crítica de transformación estructural, donde la diferenciación del producto se ha convertido en el único mecanismo viable para que los pequeños productores escapen de la trampa de la "commoditización" y la volatilidad inherente a los precios de bolsa. En este escenario de incertidumbre comercial, las regiones productoras con atributos agroecológicos distintivos, como las Altas Montañas de Veracruz, poseen una ventaja comparativa latente. La Denominación de Origen (DO) se presenta teóricamente no solo como un sello de calidad, sino como un instrumento de política agraria capaz de corregir fallas de mercado, reducir la asimetría de información y redistribuir el valor agregado hacia el eslabón primario de la cadena (Vandecandelaere et al., 2018).

Sin embargo, al contrastar la teoría con la realidad operativa de Veracruz, se observa una desconexión alarmante: aunque la figura legal de protección existe desde hace más de dos décadas, su tasa de adopción entre los productores de base es mínima y su impacto económico, marginal. Esta subutilización de un activo intangible territorial representa un costo de oportunidad significativo para el desarrollo rural. Entender las razones económicas y las barreras estructurales detrás de esta no-adopción es vital para diseñar intervenciones que trasciendan el asistencialismo tradicional y fomenten una competitividad real basada en la calidad y el origen (Török et al., 2020). La justificación de este estudio radica en la necesidad de desentrañar por qué una herramienta diseñada para generar riqueza es percibida, paradójicamente, como una carga inalcanzable.

Revisión de la Literatura

La literatura económica sobre el impacto de las Indicaciones Geográficas (IG) y las certificaciones de sostenibilidad presenta resultados mixtos y dependientes del contexto. Por un lado, autores como Menggala et al. (2021) evidencian que las IG pueden generar un valor agregado tangible y mejorar la eficiencia en la cadena de suministro al imponer estándares de calidad homogéneos, tal como se observó en el caso exitoso de la canela de Koerintji, donde la certificación actuó como un mecanismo de señalización de precios. Similarmente, estudios comparativos en Asia sugieren que la protección de IG tiene efectos positivos sobre el bienestar de los hogares agrícolas y la reducción de la pobreza rural al preservar el patrimonio tradicional (Jena et al., 2015).

No obstante, esta visión optimista es matizada por investigaciones que alertan sobre la distribución inequitativa de los beneficios. Cei et al. (2018) confirman que, si bien las IG generan valor en el mercado final, este suele ser capturado desproporcionadamente por los minoristas, tostadores y consumidores de países desarrollados, dejando beneficios heterogéneos y a menudo insignificantes a los productores primarios, dependiendo de su capacidad de negociación local. En contraparte operativa, Laksono et al. (2023) destacan un hallazgo crucial: aunque los pequeños agricultores perciben favorablemente los estándares de producción de una IG como meta de calidad, la variable "facilidad de implementación" se valora negativamente. Esto sugiere que la complejidad burocrática actúa como un freno práctico que desincentiva la inversión inicial.

Respecto a las barreras de entrada, Cardoso et al. (2022) identifican en su revisión sistemática que los principales obstáculos para los productores no son únicamente financieros, sino que incluyen instituciones locales ineficientes, problemas organizacionales profundos y una marcada asimetría de poder en la cadena de valor. Esta visión es respaldada por Abidin et al. (2024) en el contexto de la certificación de aceite de palma (MSPO), donde las brechas de conocimiento técnico y las restricciones de liquidez financiera son determinantes para la exclusión de los pequeños propietarios. Además, la falta de una organización sólida es un factor crítico de fracaso; Candemir et al. (2021) argumentan que las cooperativas juegan un papel no despreciable en la sostenibilidad económica, sugiriendo que la atomización de los productores impide la capitalización de los sellos de calidad, ya que los costos de transacción individuales son prohibitivos sin una estructura colectiva que los amortigüe.

Problema de Investigación

A partir de lo anterior, se identifica una aparente contradicción o "paradoja del valor" en el sector cafetalero veracruzano. Los productores parecen estar plenamente conscientes de que la certificación y la protección del origen podrían mejorar sus ingresos mediante un sobreprecio (expectativa de beneficio), pero sistemáticamente deciden no adoptarla (conducta de rechazo). El problema, por tanto, no parece ser la falta de deseo o aspiración económica, sino la existencia de barreras estructurales tangibles e intangibles que hacen que el costo de transacción percibido supere al beneficio esperado.

Esta situación plantea interrogantes sobre la racionalidad económica del productor bajo condiciones de precariedad. ¿Es el costo financiero directo de la certificación la única barrera real, o pesan más la

desorganización gremial y la ignorancia técnica que elevan el riesgo percibido? Además, en un mercado globalizado, ¿cómo influye la conexión con compradores internacionales en esta ecuación de valor?

Objetivos

Este estudio busca aportar evidencia empírica para resolver dicha paradoja mediante los siguientes objetivos:

1. Cuantificar la percepción de los productores sobre el beneficio económico potencial (incremento de precio) derivado de la Denominación de Origen.
2. Identificar y jerarquizar las barreras de entrada (falta de información, costos de implementación, dificultad organizativa) que frenan la adopción del sello en la región.
3. Determinar si la conexión con el mercado de exportación modifica significativamente la percepción de valor y la naturaleza de las barreras enfrentadas, validando la hipótesis de que la internacionalización actúa como un catalizador de la adopción.

METODOLOGÍA

Enfoque y Diseño

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, fundamentado en la recolección de datos empíricos y el análisis estadístico para probar hipótesis preestablecidas. Este enfoque se seleccionó por su capacidad para medir objetivamente las percepciones económicas de los productores y establecer patrones de comportamiento generalizables dentro de la muestra estudiada (Hernández-Sampieri et al., 2014). El diseño del estudio se definió como no experimental, dado que no existió manipulación deliberada de las variables independientes; por el contrario, los fenómenos tales como la condición de exportación y la percepción de barreras se observaron y registraron en su contexto natural. Asimismo, el diseño fue de corte transversal, lo que implica que la recolección de información se realizó en un momento único en el tiempo. Esta decisión metodológica permitió capturar una fotografía diagnóstica del estado actual del sector cafetalero frente a la problemática de la denominación de origen, sin la interferencia de cambios temporales o evolutivos durante el levantamiento de datos.

Participantes

La población objetivo comprendió a caficultores activos ubicados en la zona centro del estado de Veracruz, una región reconocida por su importancia estratégica en la producción de café de altura. La

muestra final quedó conformada por 93 productores. Para la selección de los participantes se utilizó una técnica de muestreo no probabilístico por conveniencia, priorizando la accesibilidad a las unidades de producción y la disposición de los agricultores para colaborar en el estudio. Este criterio fue necesario debido a la dispersión geográfica de las fincas y las dificultades logísticas inherentes al trabajo de campo en zonas rurales.

El perfil de la muestra resultó heterogéneo y estratégico para los fines del estudio, ya que incluyó dos grupos claramente diferenciados: por un lado, productores cuya comercialización se limita exclusivamente al mercado doméstico o local, y por otro, aquellos que han logrado establecer vínculos comerciales con el mercado de exportación. Esta segmentación fue fundamental para permitir un análisis comparativo que revelara cómo la inserción en cadenas de valor globales modifica la percepción de los beneficios económicos y las barreras de entrada.

Instrumento

Para la recolección de datos se diseñó y aplicó un cuestionario estructurado, compuesto por preguntas cerradas y matrices de valoración. El instrumento integró escalas de tipo Likert de cinco puntos, donde 1 representaba "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo", permitiendo medir con precisión la intensidad de las actitudes de los encuestados. Las variables críticas sometidas a análisis fueron tres:

1. Percepción de aumento de precio (Afirmación 5): Orientada a cuantificar la expectativa del productor sobre el beneficio económico directo de la protección de origen.
2. Barrera principal percibida (S3_Obstaculo): Una variable categórica diseñada para identificar y jerarquizar los frenos estructurales, tales como la falta de información, los costos o la desorganización.
3. Condición de venta (Exporta_Café): Utilizada como variable de agrupación para discriminar entre los perfiles de comercialización.

Para garantizar el rigor científico, la validez de contenido del instrumento fue asegurada mediante una revisión por parte de expertos en agronegocios y desarrollo rural, quienes verificaron la pertinencia y claridad de los reactivos antes de su aplicación en campo.

Análisis de Datos

El procesamiento de la información se llevó a cabo utilizando herramientas especializadas de análisis

estadístico. El procedimiento se estructuró en dos etapas complementarias. En la primera fase, se empleó estadística descriptiva mediante el cálculo de frecuencias absolutas y relativas, lo que permitió caracterizar la muestra y jerarquizar las barreras percibidas por el gremio. Se generaron tablas de contingencia cruzadas para observar cómo se distribuyen los obstáculos en función del destino de la venta del café.

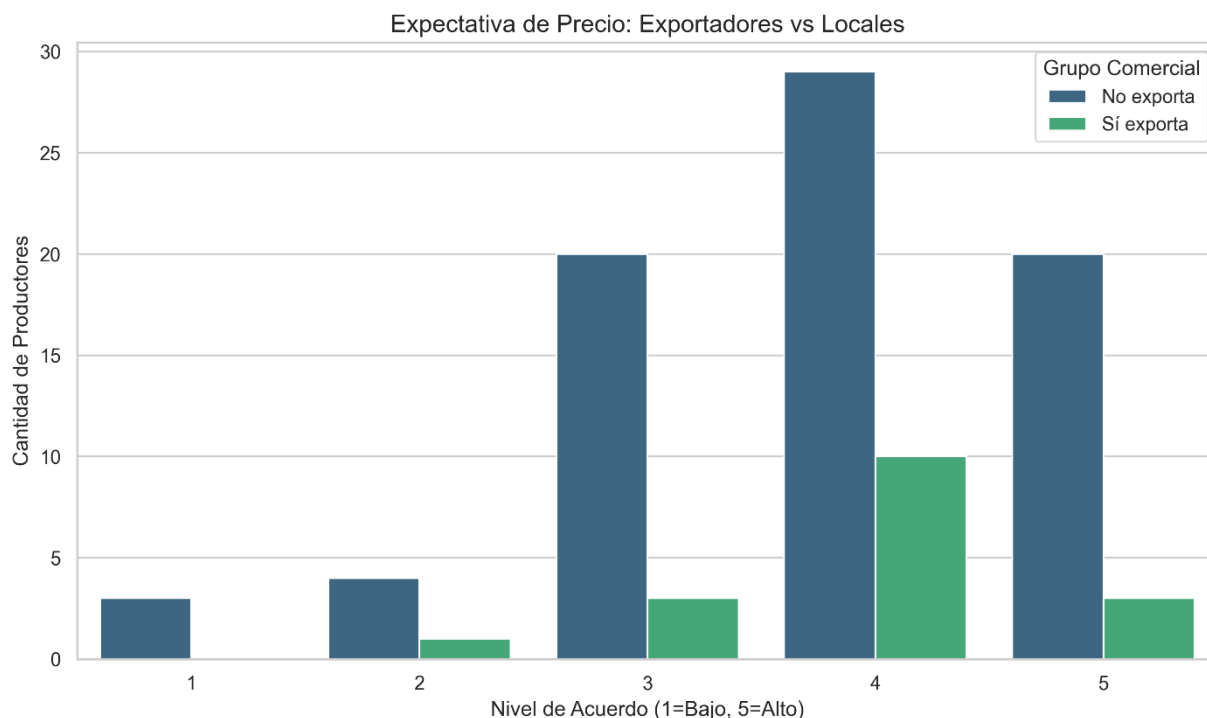
En la segunda fase, correspondiente a la estadística inferencial, se aplicó la prueba de independencia de Chi-cuadrada de Pearson (χ^2). Esta prueba no paramétrica fue seleccionada por ser la idónea para determinar la existencia de asociación estadística entre dos variables categóricas. Se estableció un nivel de significancia alfa de 0.05, lo que significa que cualquier valor de probabilidad (p-value) menor a este umbral se interpretó como evidencia suficiente para rechazar la hipótesis nula de independencia. De esta manera, se buscó determinar estadísticamente si la experiencia exportadora influye de manera significativa en la creencia sobre los beneficios económicos de la denominación de origen.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El análisis descriptivo de la variable Afirmación 5, referente a la expectativa de incremento en el precio de venta derivado de la protección de origen, revela un consenso positivo mayoritario dentro de la muestra estudiada. Al agrupar las categorías de respuesta, se observó que el 66.6 por ciento de los encuestados manifestó una postura favorable; específicamente, 39 productores indicaron estar de acuerdo y 23 señalaron estar totalmente de acuerdo con la premisa de que la certificación mejoraría sus ingresos. Por el contrario, los segmentos de desacuerdo o neutralidad representaron una minoría, con solo un 8.6 por ciento expresando disconformidad explícita. Estos datos indican que la propuesta de valor teórica de la Denominación de Origen goza de una aceptación generalizada en la base productiva, independientemente de que se haya implementado o no.



Figura 1: Creencia en el aumento de precio según condición de exportación



La Figura 1 ilustra la distribución de estas percepciones segmentada por el tipo de mercado al que accede el productor. En ella se observa una tendencia positiva visiblemente más marcada en aquellos sujetos que ya participan en cadenas de exportación, quienes tienden a concentrarse en los valores más altos de la escala de acuerdo.

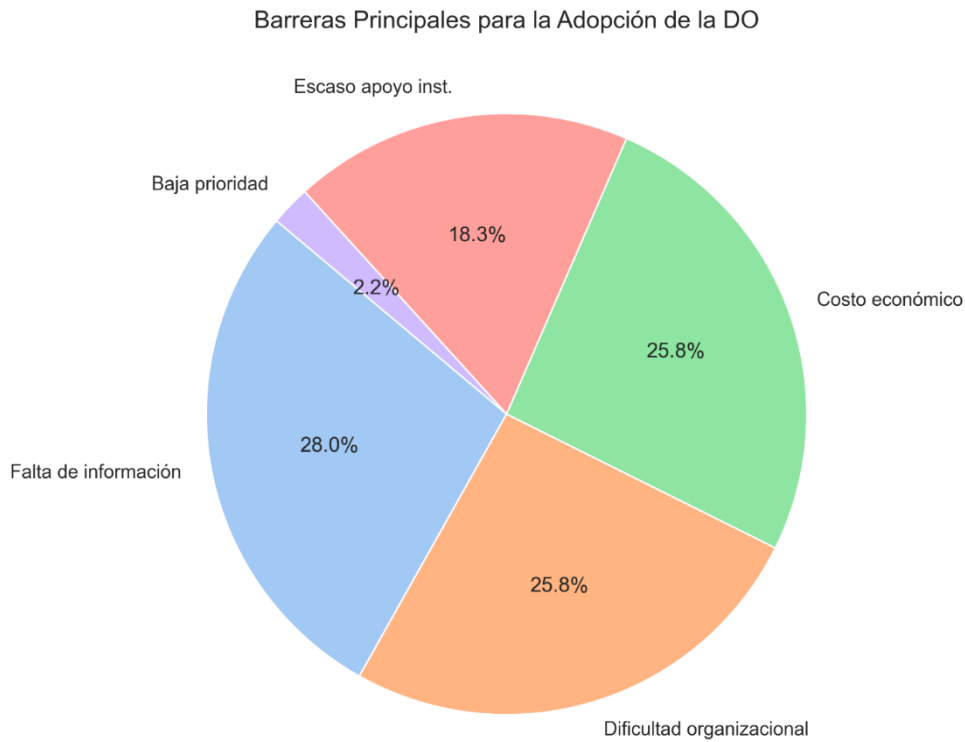
Jerarquización de Obstáculos

Al interrogar a los productores sobre el principal freno estructural para la adopción de la propiedad intelectual, los resultados del análisis de frecuencias no mostraron un único factor dominante. Por el contrario, se identificó una problemática multifactorial y fragmentada, donde las respuestas se dividieron de manera casi equitativa entre cuatro grandes categorías de barreras:

- Falta de información y capacitación: Representó el 27.96 por ciento de las menciones, posicionándose como la barrera cognitiva más frecuente.
- Dificultad de organización entre productores: Alcanzó el 25.81 por ciento, reflejando las limitaciones en el capital social y gremial de la región.
- Costo económico de implementación: Fue señalado por el 24.73 por ciento de la muestra como el obstáculo principal, evidenciando la restricción financiera.
- Escaso apoyo institucional: Comprendió el 18.28 por ciento de las respuestas, aludiendo a la

percepción de abandono por parte de las entidades públicas.

Figura 2: Distribución porcentual de los principales obstáculos percibidos para la adopción de PI



La Figura 2 presenta gráficamente esta dispersión, demostrando que no existe un cuello de botella único, sino un sistema complejo de restricciones donde lo económico, lo social y lo cognitivo tienen pesos específicos similares.

Relación entre Exportación y Percepción

Con el objetivo de determinar si la inserción en mercados internacionales modifica la estructura de estas barreras, se realizó un cruce de variables entre el destino de venta del café y el obstáculo principal percibido. Los datos normalizados se detallan en la Tabla 1.

Tabla 1: Obstáculo principal según condición de exportación (Porcentajes normalizados)

Condición	Costo	Dificultad	Falta Info.	Escaso
	Económico	Org.		Apoyo
No exporta (Solo México)	16.27%	27.90%	27.90%	25.58%
Sí exporta (Llega a exportación)	36.36%	27.27%	36.36%	0.00%

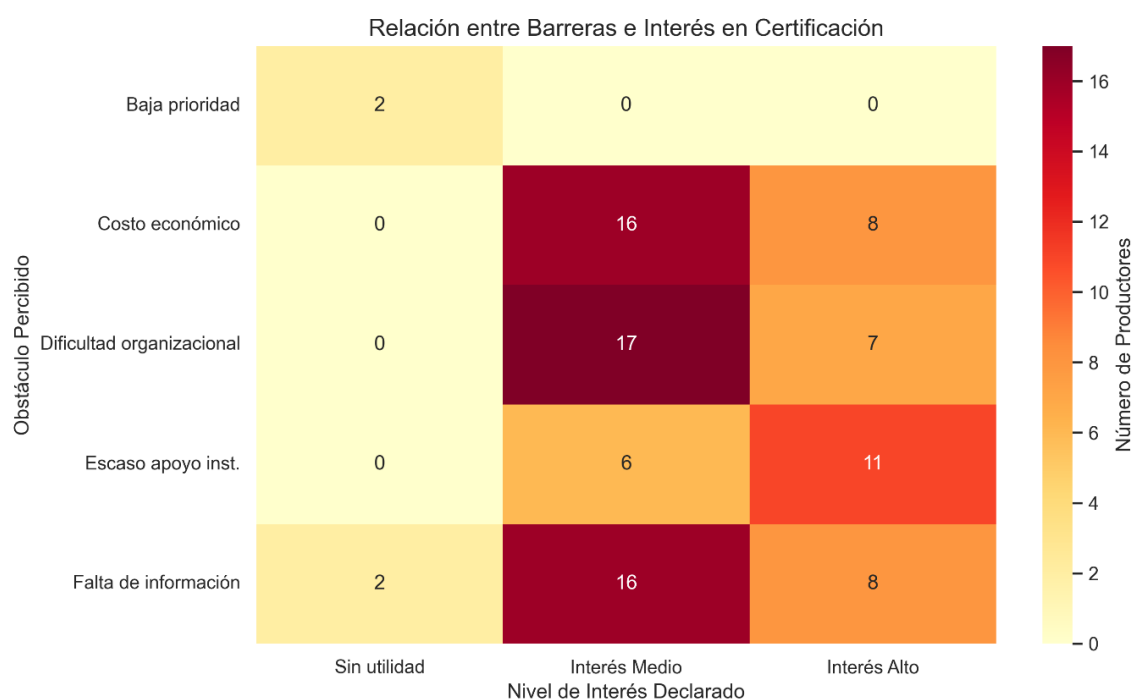
El análisis de la Tabla 1 revela diferencias sustanciales en las prioridades de ambos grupos. En el segmento de productores que no exportan, la preocupación se distribuye de manera homogénea entre la falta de organización, la falta de información y el escaso apoyo institucional, siendo el costo económico la preocupación menor (16.27 por ciento). En contraste, para los productores que sí exportan, el panorama cambia radicalmente: la percepción de escaso apoyo institucional desaparece por completo (0.00 por ciento), mientras que la preocupación por el costo económico se duplica, alcanzando el 36.36 por ciento. Asimismo, la falta de información se mantiene como una barrera crítica en este grupo (36.36 por ciento).

Análisis Inferencial

Finalmente, se aplicó la prueba de independencia de Chi-cuadrada de Pearson para verificar estadísticamente la relación entre la variable Exporta Cafe y la variable Creencia en el Precio. El análisis arrojó un valor calculado de 45.45. Al contrastar este resultado con los grados de libertad correspondientes, se obtuvo un P-Value de 0.0051. Dado que este valor es inferior al nivel de significancia establecido de 0.05, se confirma estadísticamente que existe una dependencia significativa entre ambas variables. Esto implica que los productores que participan en mercados globales poseen una estructura de percepción distinta, y generalmente más validada, sobre el sobreprecio potencial en comparación con aquellos que limitan su venta al mercado local.



Figura 3: Mapa de calor relacionando la barrera percibida con el interés final en la certificación



La Figura 3 complementa este hallazgo mostrando la interacción entre las barreras percibidas y el interés final en la certificación, donde se visualizan las zonas de mayor tensión entre el deseo de adopción y los frenos estructurales reportados.

DISCUSIÓN

Interpretación de la Paradoja del Valor

Los resultados de este estudio confirman la existencia de una marcada paradoja de valor en el sector cafetalero de las Altas Montañas. Se observa una disonancia cognitiva entre la expectativa y la acción: mientras que una mayoría significativa de los productores, equivalente al 66 por ciento, anticipa que la adopción de la Denominación de Origen resultaría en mejores precios de venta, esta convicción no se traduce en una adopción efectiva del sello. Esta brecha entre la aspiración económica y la realidad operativa resuena profundamente con lo documentado por Laksono et al. (2023) en el contexto asiático. Dichos autores describen cómo la percepción favorable de los estándares de calidad choca frontalmente con la dificultad práctica de su implementación en campo.

En el caso de Veracruz, el productor se encuentra en un estado de frustración estratégica: quiere acceder a los beneficios de la diferenciación, pero no puede superar las barreras de entrada. Esto sugiere que la

Denominación de Origen es vista como un activo deseable pero inalcanzable bajo las condiciones actuales. La evidencia apunta a que el mercado local de café padece de fallas estructurales que impiden a los agentes económicos capitalizar sus ventajas comparativas, perpetuando un ciclo donde el valor agregado se queda en la teoría y no en el bolsillo del agricultor (Török et al., 2020).

El Costo no es el Único Enemigo

Uno de los hallazgos más críticos de esta investigación es la desmitificación del costo financiero como la barrera absoluta. Si bien el costo económico de implementación representa una preocupación para el 24.7 por ciento de la muestra, no constituye el factor dominante por sí solo. Al analizar los datos de manera agregada, se descubre que la suma de la falta de información y la dificultad de organización alcanza el 53.7 por ciento, superando ampliamente a la restricción monetaria. Esto sugiere que el problema de la caficultura en Veracruz es fundamentalmente social y educativo, más que puramente financiero.

Esta interpretación coincide con la literatura reciente sobre cooperativismo agrícola. Candemir et al. (2021) argumentan que la sostenibilidad económica de las explotaciones depende de la capacidad de acción colectiva; sin cohesión social, los costos de transacción individuales se vuelven prohibitivos. De manera similar, Abidin et al. (2024), en su análisis sobre certificación de aceite de palma, establecen que sin conocimiento técnico previo, el capital financiero es insuficiente para sostener una certificación a largo plazo. La dificultad de organización reportada por el 25.8 por ciento de los encuestados es un síntoma alarmante de la erosión del capital social en la región, lo cual impide la formación de economías de escala necesarias para gestionar una denominación de origen.

El Efecto del Mercado Exportador

La dependencia estadística hallada entre la condición de exportación y la creencia en el precio (p igual a 0.0051) valida la teoría de la señalización de mercado. Los productores que ya participan en cadenas de suministro globales han superado las barreras iniciales de entrada y poseen evidencia empírica de los beneficios, lo que refuerza su convicción sobre la utilidad de la propiedad intelectual. Esto se alinea con los hallazgos de Bager y Lambin (2020), quienes sostienen que la inserción en mercados internacionales obliga a las empresas a adoptar estrategias de sostenibilidad y calidad que, a la postre, validan el modelo de negocio diferenciado.

Un dato revelador surge al analizar las barreras específicas de este grupo: para quienes sí exportan, el escaso apoyo institucional desaparece por completo como queja (0.00 por ciento), mientras que el costo económico y la necesidad de información técnica se mantienen vigentes. Esto implica un cambio en la mentalidad del productor exportador, quien deja de esperar soluciones paternalistas del gobierno y asume la responsabilidad de su competitividad, centrando sus preocupaciones en variables operativas y financieras que puede gestionar. En contraste, el productor que solo vende en México mantiene una dependencia de la ayuda externa, percibiendo el abandono institucional como su mayor freno.

Implicaciones de Política

Los resultados plantean la necesidad urgente de reorientar las estrategias de apoyo al campo. Tradicionalmente, las políticas públicas se han enfocado en subsidios directos para cubrir costos de insumos o maquinaria. Sin embargo, los datos de este estudio indican que dicha inversión es insuficiente si no se acompaña de tecnologías blandas, entendidas como capacitación legal, alfabetización comercial y fomento asociativo. Como señalan Quiñones Ruiz et al. (2016), la acción colectiva temprana paga dividendos significativos en la gestión de indicaciones geográficas.

Sin una base organizativa sólida y sin productores que entiendan los mecanismos legales de la protección, la Denominación de Origen Café Veracruz corre el riesgo de permanecer como un cascarón vacío: una figura jurídica perfecta en el papel, pero irrelevante para el desarrollo territorial. Por tanto, se recomienda que los recursos estatales y federales se destinen prioritariamente a reconstruir el tejido gremial y a cerrar la brecha de información, habilitando a los productores para que sean ellos quienes demanden y gestionen la certificación, en lugar de ser receptores pasivos de programas administrativos (Menggala et al., 2021).

CONCLUSIONES

A la luz de la evidencia empírica recabada y analizada, esta investigación concluye que la baja tasa de adopción de la Denominación de Origen Café Veracruz no debe atribuirse a una falta de demanda o a una incredulidad por parte de los agricultores respecto a sus beneficios económicos. Por el contrario, se ha demostrado que existe una percepción positiva generalizada sobre el potencial de obtener precios premium mediante la diferenciación. El problema central radica en un déficit de capacidades estructurales que impide transformar esa aspiración en una realidad operativa. La paradoja del valor

identificada revela que el sector productivo de las Altas Montañas se encuentra atrapado en una brecha de implementación, donde el deseo de mejora económica choca frontalmente con una realidad caracterizada por la precariedad institucional y la desarticulación gremial.

Los resultados permiten desmitificar la narrativa convencional de que el costo financiero es el único o el mayor obstáculo para la certificación. Se ha comprobado que el freno es de naturaleza tripartita y sistémica: la desinformación técnica, la desorganización social y los costos de implementación actúan de manera sinérgica para inmovilizar al productor. Como sugieren Abidin et al. (2024), sin una base de conocimiento sólida y sin estructuras cooperativas funcionales, la inyección de capital es insuficiente para sostener esquemas de certificación complejos a largo plazo. La dificultad de organización, señalada por una cuarta parte de la muestra, evidencia una erosión del capital social que resulta tan limitante como la falta de liquidez, impidiendo la generación de las economías de escala necesarias para diluir los costos fijos de la protección de origen.

Asimismo, la evidencia estadística confirma de manera robusta que la conexión con los mercados de exportación modifica radicalmente la estructura cognitiva y las prioridades del productor. La dependencia significativa encontrada entre la experiencia exportadora y la validación del sobreprecio demuestra que la internacionalización actúa como un mecanismo de aprendizaje y reducción de incertidumbre. Quienes participan en cadenas de valor globales no solo perciben el beneficio con mayor claridad, sino que dejan de depender pasivamente del apoyo gubernamental, asumiendo una postura más proactiva hacia la competitividad y la autogestión. Esto coincide con lo expuesto por Menggala et al. (2021), quienes destacan cómo la integración en cadenas de suministro certificadas tangibiliza el valor agregado para el agricultor y valida la utilidad de los estándares de calidad.

Por tanto, se recomienda encarecidamente que las intervenciones futuras de política pública y desarrollo sectorial no se limiten a financiar el costo administrativo del registro de la marca. Si se desea reactivar la Denominación de Origen como motor de desarrollo territorial, es imperativo priorizar la reconstrucción del tejido organizativo y la alfabetización comercial de los productores. Las estrategias deben transitar de un enfoque asistencialista a uno de habilitación de capacidades, dotando a los caficultores de las herramientas cognitivas y sociales necesarias para saltar la brecha entre la expectativa de valor y la realidad del mercado. Solo mediante el fortalecimiento de la acción colectiva temprana



será posible que los beneficios teóricos de la propiedad intelectual se traduzcan en bienestar tangible para las comunidades cafetaleras de Veracruz (Quiñones Ruiz et al., 2016).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abidin, Z., Fatah, A., y Noor, M. (2024). A review on adoption of the Malaysian Sustainable Palm Oil (MSPO) certification scheme. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1397(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1397/1/012035>
- Bager, S., y Lambin, E. F. (2020). Sustainability strategies by companies in the global coffee sector. *Business Strategy and the Environment*, 29(8), 3555–3570. <https://doi.org/10.1002/bse.2596>
- Candemir, A., Duvaleix-Tréguer, S., y Latruffe, L. (2021). Agricultural Cooperatives and Farm Sustainability – A Literature Review. *Journal of Economic Surveys*, 35(4), 1118–1144. <https://doi.org/10.1111/joes.12417>
- Cardoso, B. F., Lourenzani, A. E. B. S., y Caldas, M. M. (2022). The benefits and barriers of geographical indications to producers: A review. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 37(6), 577–590. <https://doi.org/10.1017/s174217052200031x>
- Cei, L., Defrancesco, E., y Stefani, G. (2018). From Geographical Indications to Rural Development: A Review of the Economic Effects of European Union Policy. *Sustainability*, 10(10), 3745. <https://doi.org/10.3390/su10103745>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., y Baptista-Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6a ed.). McGraw-Hill Education.
- Jena, P. R., Ngokkuen, C., y Rahut, D. B. (2015). Geographical indication protection and rural livelihoods: insights from India and Thailand. *Asian-Pacific Economic Literature*, 29(1), 174–185. <https://doi.org/10.1111/apel.12092>
- Laksono, S., Ashari, y Hanapi, S. (2023). Smallholder Farmers' Perception on Coffee Production under Geographical Indication Scheme. *E3S Web of Conferences*, 444, 02022. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202344402022>
- Menggala, S. R., Vanhove, W., y Muhammad, D. R. A. (2021). The Effect of Geographical Indications (GIs) on the Koerintji Cinnamon Sales Price and Information of Origin. *Agronomy*, 11(7),



1410. <https://doi.org/10.3390/agronomy11071410>

Quiñones-Ruiz, X. F., Penker, M., y Belletti, G. (2016). Why early collective action pays off: evidence from setting Protected Geographical Indications. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 31(3), 197–210. <https://doi.org/10.1017/s1742170516000168>

Török, A., Jantyk, L., y Maró, Z. (2020). Understanding the Real-World Impact of Geographical Indications: A Critical Review of the Empirical Economic Literature. *Sustainability*, 12(22), 9434. <https://doi.org/10.3390/su12229434>

Vandecandelaere, E., Teyssier, C., y Barjolle, D. (2018). *Strengthening sustainable food systems through geographical indications: an analysis of economic impacts*. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). <http://www.fao.org/3/I8737EN/i8737en.pdf>

