

LÍNEA PRIORITARIA DE INVESTIGACIÓN 12

AGREGACIÓN DE VALOR

Plan Estratégico

Definición de la Línea

La línea realiza investigación en procesos de agregación de valor con los más altos estándares de calidad, que permitan generar soluciones integrales, eficientes y competitivas a lo largo de las cadenas agroalimentarias o redes de valor, con la finalidad de lograr la incorporación de valor agregado, el crecimiento y la competitividad de las empresas que transforman productos de origen agrícola, pecuario, forestal y acuícola.

Definición de Conceptos

Agregación de valor: Cualquier actividad de transformación que involucra elementos materiales (materias primas) y el trabajo del hombre para generar un producto, o readecuar uno ya existente.

Cadena productiva: Sistema de transformaciones tecnológicas sucesivas a lo largo de un camino que empieza en la investigación y termina en el mercado.

Cadena de valor: Red estratégica integrada por determinadas organizaciones empresariales independientes dentro de una cadena de suministro. Las prácticas desleales entre empresas que participan son desterradas; existe un alto nivel de confianza entre los agentes económicos involucrados; la competencia por precios y ventajas competitivas se da con actores externos a la cadena. La cadena de valor representa un mecanismo que permite a empresas individuales alcanzar objetivos que de manera unilateral jamás conseguirían. Produce relaciones más seguras y duraderas entre actores de la cadena productiva de cualquier sector. La trascendencia de este enfoque institucional se materializa en el concepto básico que es la unión.

Red de valor: La red de valor es un diseño de negocios que usa conceptos avanzados de la cadena de valor para lograr tanto la satisfacción del cliente como la ganancia de la empresa. Así, la red de valor tiene que ver con la forma como se crea valor para el consumidor, la empresa y sus proveedores. Una forma de ver a la red de valor es observarla a través de los actores que la conforman: líder, cliente, proveedores, complementadores y competidores. Quienes organizan y promueven la formación de redes de valor son los supermercados y restaurantes, tianguis o mercados minoristas, quienes están más cerca del consumidor final.

Misión

Generar, difundir y aplicar conocimiento y tecnología en agregación de valor, mediante investigación inter y transdisciplinaria, que permitan obtener soluciones integrales, eficientes y competitivas a lo largo de las cadenas o redes de valor alimentarias.

Visión

Ser un equipo de talentos humanos reconocido por su investigación y la generación de conocimiento y tecnología con autoría intelectual, en las diferentes formas de agregación de valor del sector alimentario.

Objetivo General

Generar conocimiento y tecnología orientados a los procesos de agregación de valor en el sector alimentario.

Objetivos Estratégicos

1. Proponer un marco teórico-conceptual para el estudio de las redes de valor alimentarias.
2. Caracterizar las necesidades actuales y futuras del consumidor en las redes de valor alimentarias.
3. Desarrollar o adaptar tecnologías en los procesos de transformación, que le den valor agregado a los productos alimentarios.
4. Desarrollar métodos para optimizar la distribución de materias primas y productos finales alimentarios en el espacio y tiempo.
5. Desarrollar propuestas metodológicas y técnicas para evaluar la calidad e inocuidad de la materia prima, su procesamiento y producto final.
6. Fomentar el registro y la autoría intelectual de los conocimientos y tecnologías generados en agregación de valor.

Indicadores del Objetivo General

Publicaciones arbitradas; participación en el desarrollo de eventos científicos y técnicos; patentes por Equipo de Trabajo Interdisciplinario (ETI), y transferencia de paquetes tecnológicos por número de proyectos de investigación elaborados.

Indicadores de los Objetivos Estratégicos

1. Elaboración, actualización y validación del marco teórico-conceptual de las cadenas productivas, cadenas y redes de valor.
2. Inventarios validados y actualizados por ETI de necesidades actuales y futuras del consumidor, por grupos de productos.
3. Número de paquetes tecnológicos transferidos por grupos de productos.
4. Número de estudios de logística para mejorar la logística de abastecimiento y distribución en las cadenas de valor de los productos por ETI.
5. Número de metodologías y técnicas documentadas y transferibles para evaluar calidad e inocuidad de las materias primas y de los productos terminados en la cadena productiva por ETI.
6. Número de patentes o registros de autoría intelectual de los desarrollos tecnológicos creados por ETI.

Pertinencia de la Línea

Hoy en día, el mercado global es altamente competitivo y muchos productores agrícolas o industriales se enfrentan a una disminución de sus ingresos. A causa de este problema se requiere difundir los conocimientos y tecnologías para que estos productores incluyan en sus actividades o productos un valor agregado que los diferencie de los demás. Aunque este enfoque puede ofrecer oportunidades para incrementar el ingreso, empezar la idea de un nuevo producto tiene sus riesgos. Por eso, es necesario el desarrollo de nuevos prototipos de actividades y productos por medio de la investigación y estudios para demostrar al productor que debe de cambiar y ser más competitivo.

La investigación de la línea es pertinente para el Plan Nacional de Desarrollo en su Eje 2, Objetivos 7, 9,11 y 13; Eje 3, Objetivo 2; Eje 4, Objetivo 7. Así mismo contribuye al Programa Sectorial de Desarrollo Agropecuario y Pesquero en los Objetivos 1, y 3 y al Programa Especial de Ciencia y Tecnología en sus Estrategias 1.2, 3.1, 3.2, 3.7 y 5.1.