

**VALOR DE LA RED:**

# El efecto red en el Modelo Delta

Las economías de red se comportan de un modo distinto a las economías de escala. Se presentan rendimientos crecientes en vez de decrecientes. Cada nuevo usuario aumenta el valor de la red para los que ya la utilizan.



**Nicolás Majluf,**  
 Director Académico de la Unidad de Extensión, Departamento de Ingeniería Industrial y de Sistemas UC.

hacer para conseguir la misma cantidad de cobre al final del proceso productivo, va inexorablemente creciendo con el tiempo.



Las "economías de ámbito" se presentan cuando es posible extender el uso de un recurso a otras aplicaciones, lo que deriva en un costo menor. Por ejemplo, si se debe despachar a una tienda una cierta cantidad de producto

que es insuficiente para ocupar toda la capacidad de carga de un camión, se obtienen beneficios si se consolida la carga con otros productos. Es la situación que viven a diario los proveedores de supermercados y grandes

tiendas.

Las "economías de red" se comportan de un modo muy distinto a las "economías de escala". Se presentan "rendimientos crecientes" en vez de "rendimientos decrecientes". Cada nuevo usuario aumenta el valor de la red para los que ya la utilizan. El ejemplo clásico es el del teléfono. Si solo una persona lo tiene, su valor es nulo. A medida que más personas ingresan a la red telefónica, el valor para todos aumenta, porque hay más posibilidades de conectarse con otras personas. Las redes sociales son un ejemplo de lo mismo en la actualidad. El valor de Facebook, TikTok o cualquier otra red social, aumenta con el número de usuarios. Por ello, el crecimiento

de estas redes no tiene límite. Mientras más grande, más valiosa. De allí que Patricio del Sol propone que lo central de una estrategia exitosa es el "efecto red".

**Publicación de hoy:**  
 Selección del "Curso en Modelo Delta de Arnoldo Hax: El cliente en el centro de la estrategia".

