

Fecha: 27-05-2025
Medio: El Mercurio
Supl.: El Mercurio - Cuerpo B
Tipo: Noticia general
Título: El efecto red en el Modelo Delta

Pág.: 7
Cm2: 357,2
VPE: \$ 4.691.686

Tiraje: 126.654
Lectoría: 320.543
Favorabilidad: ☐ No Definida

Las tres opciones de posicionamiento estratégico en el Modelo Delta son "Mejor Producto", "Solución Integral al Cliente" y "Consolidación del Sistema". Desde un punto de vista económico, las tres opciones de posicionamiento estratégico se refieren, respectivamente, al desafío de lograr economías de escala, economías de ámbito y economías de red. El significado práctico de "economías de red" es lo que Patricio del Sol explora en profundidad en su libro sobre estrategia.

En las "economías de escala" se hace presente la "ley de rendimientos decrecientes". El ejemplo clásico de esta ley surge de los tiempos de la agricultura. Como se comienza sembrando en los lotes de tierra más fértiles, cada nuevo lote que se cultiva, rinde menos que el anterior. Una mirada alternativa de esta ley es lo que ocurre en la explotación de una mina de cobre. La ley de mineral va disminuyendo a lo largo del tiempo, por lo que un mismo esfuerzo (la extracción de una misma cantidad de mineral de la mina) rinde menos cobre fino. El esfuerzo que se precisa

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".

