

CONCEPTO DE RED DE VALOR

El concepto de red de valor se refiere a la estructura colaborativa mediante la cual diversas organizaciones, proveedores, distribuidores y socios estratégicos trabajan conjuntamente para generar beneficios compartidos. A diferencia de los modelos tradicionales centrados únicamente en el productor y el cliente final, la **red de valor** reconoce que la competitividad actual depende de la integración de múltiples actores que contribuyen al diseño, producción, entrega y soporte de un producto o servicio. **Cada integrante de esta red aporta** capacidades, conocimientos y recursos que fortalecen el desempeño global del sistema (Porter, 1985).

Una red de valor implica relaciones que van más allá de transacciones comerciales aisladas. Se fundamenta en la creación de **vínculos estratégicos estables**, basados en la confianza, la comunicación y el intercambio continuo de información. Esto permite que las organizaciones innoven con mayor rapidez, reduzcan costos operativos y respondan de forma más efectiva a cambios en la demanda. En este sentido, la colaboración se convierte en un elemento esencial no solo para mejorar la eficiencia, sino también para asegurar la permanencia en mercados competitivos (Christopher, 2016).

Además, la red de valor integra actividades que tradicionalmente se consideraban ajenas a la logística, como el desarrollo de productos, la gestión del conocimiento y la planeación estratégica conjunta. Estas funciones permiten alinear los objetivos de los socios y coordinar esfuerzos hacia metas comunes. Por ejemplo, un fabricante puede colaborar con un proveedor para mejorar materiales, mientras que al mismo tiempo trabaja con un distribuidor para optimizar la experiencia del cliente. Esta **visión amplia** transforma la cadena de suministro en un entorno dinámico que genera valor en múltiples etapas (Kaplinsky & Morris, 2001).

La **digitalización** también ha tenido un impacto significativo en la consolidación de redes de valor. Las tecnologías de información permiten compartir datos en tiempo real, automatizar procesos y lograr visibilidad total de los flujos logísticos. Sistemas como los

ERP, plataformas colaborativas, analítica avanzada e inteligencia artificial facilitan la integración entre los diferentes participantes. Esto no solo agiliza la toma de decisiones, sino que permite anticipar riesgos, identificar oportunidades y fortalecer relaciones de largo plazo basadas en información confiable (Winkelhaus & Grosse, 2020).

Finalmente, la importancia de las redes de valor radica en su capacidad para generar **ventajas competitivas sostenibles**. Las empresas que forman parte de redes bien integradas tienden a ser más innovadoras, más resilientes ante interrupciones y más eficientes en sus operaciones. Asimismo, estas redes favorecen la creación de soluciones personalizadas y una atención más centrada en el cliente. En conjunto, la red de valor se convierte en una estrategia que permite a las organizaciones diferenciarse en mercados globalizados y responder con flexibilidad a escenarios cambiantes (Johnson & Wood, 2019).

Referencia:

- Christopher, M. (2016). Logistics & supply chain management (5th ed.). Estados Unidos. Pearson.*
- Johnson, J. C., & Wood, D. F. (2019). Contemporary logistics (12th ed.). Estados Unidos. Pearson.*
- Kaplinsky, R., & Morris, M. (2001). A handbook for value chain research. IDRC.*
- Porter, M. E. (1985). Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance. Free Press.*
- Winkelhaus, S., & Grosse, E. (2020). Logistics 4.0: A systematic review towards a new logistics system. International Journal of Production Research, 58(1), 18-43.*