

La Franquicia De Wall Street

La mayoría de la gente cree que una empresa es lo que vende. Se equivocan. Una empresa es lo que sobrevive después de que el producto cambia.

El mercado ama los productos porque los productos son fáciles de contar. Los analistas construyen modelos alrededor de esas cifras porque los números crean la ilusión de certeza.

Pero los productos nacen y mueren. Categorías enteras desaparecen. Las tecnologías quedan obsoletas. La franquicia permanece.

Una maquinilla de afeitar no es un negocio. Un bolígrafo no es un negocio. Esos son simplemente objetos que se mueven a través de un sistema.

El verdadero activo es el hábito. La distribución. La confianza. La autopista invisible que conecta a millones de desconocidos con la misma decisión.

Wall Street acabó enseñándome que los negocios más valiosos del mundo rara vez poseen los productos más impresionantes. Poseen los comportamientos más duraderos.

Los consumidores ven mercancía. Los inversores ven repetición. Los consumidores compran objetos. Los inversores compran sistemas.

El objeto genera una transacción. El sistema genera una civilización.

El mercado llama a esto valor. Yo prefiero otra palabra. Herencia.

Porque toda franquicia duradera es, en última instancia, una herencia transmitida de una generación de clientes a la siguiente. No por la sangre. Por el hábito.

Ferdinando Frega