



Bootstrapping
tu Negocio.

“¿Qué debe hacer un bootstrapper? Tienes que ir donde los otros no pueden. Aprovecha lo que tienes para que puedas vencer a la competencia con lo que no tienen”. - Seth Godín

Arrancar un negocio autofinanciado no es un proceso fácil ni para emprendedores ni para la empresa. Existen formas mucho más fáciles y, a menudo, lucrativas de hacer crecer un negocio más rápido, como inversores iniciales, amigos y familiares, capital de riesgo e inversores ángeles. Sin embargo, también hay grandes retornos e incentivos para asumir el desafío y salir adelante. En este artículo, desglosaremos los diferentes beneficios y riesgos del arranque, así como las historias de éxito multimillonarias de empresas como MailChimp, con sede en Atlanta, y MyClean, de Nueva York, para mostrar cómo una empresa puede superar lo aparentemente insuperable con diligencia.

¿Qué es Bootstrapping?

Para empezar, debemos aclarar qué implica el bootstrapping. Hay muchos tipos diferentes de arranque, algunos negocios pueden estar en una etapa de inversión inicial o pueden estar en una etapa financiada por el cliente. Es posible que otras empresas hayan atravesado un período o evento difícil, como la pandemia de COVID, que ha demostrado que la mayoría de las empresas superaron la crisis económica a través de la autofinanciación y el arranque. El hilo conductor importante en cada forma de arranque es el financiamiento de los socios existentes o del negocio.



En muchos casos, el principal incentivo para hacer bootstrapping es el temor y la complicación que surgiría al incorporar partes externas a la estructura de capital de la empresa. Demasiados socios reducen el poder de decisión de un fundador o equipo fundador. Durante un momento imprevisto como la pandemia, muchas empresas pueden verse tentadas a buscar inversiones de capital de riesgo o fuentes externas; sin embargo, el éxito a largo plazo de las empresas podría verse obstaculizado por una decisión precipitada. Las empresas que, en cambio, logran reducir costos, crean más valor para sus empleados, además de ser creativas y diligentes, logran conducir a su empresa hacia el final de la crisis global.

“*Empiezas una empresa, y luego te despiertas un día y te das cuenta de que no recuerdas cuáles son tus pasatiempos, da miedo cuando realmente no entiendes qué es lo que te gusta”.*

Eso es lo que dijo el CEO de MailChimp, Ben Chestnut, en una entrevista con Inc. Magazine, al hablar sobre la historia de arranque de su empresa. Los fundadores de MailChimp tuvieron que someterse a una gran cantidad de estrés durante el inicio de su empresa, pasando de un mercado a otro en busca de su ajuste perfecto. Elegir enfrentar los desafíos solos, no fue tarea fácil, los dos socios tuvieron que trabajar casi todos los días durante los primeros años, sus vidas se centraron únicamente en hacer que la empresa despegara. Tuvieron que ser ingeniosos con su rentabilidad y campañas de marketing para preservar un resultado final saludable mientras escalaban su negocio. Este



período tuvo un alto costo personal con menos tiempo dedicado a pasatiempos o recreación, pero el trabajo logró dar sus frutos a largo plazo, ya que ahora es una empresa multimillonaria con más de mil empleados, pero todavía está al 100% propiedad del fundador.

El ingenio y la disciplina forman una columna vertebral firme para una empresa que busca un viaje autónomo. Sin embargo, es igualmente necesario ser creativo con la estructura, la gestión y las operaciones diarias de su empresa para que tenga éxito. Al observar el caso del fundador y director ejecutivo de MyClean, Michael Scharf, vemos un patrón de creatividad y estructuración ajustada de un modelo comercial para ver crecer a su empresa hasta convertirse en un servicio de limpieza multimillonario en la ciudad de Nueva York.

Anteriormente, un banquero de inversión en Bank of America, Scharf, tenía experiencia en

comprender el interior de la estructura y la rentabilidad de una empresa, así como el potencial de crecimiento a largo plazo. Este conocimiento lo utilizó para encontrar la “olla de oro” que era la industria de servicios de limpieza, que en ese momento estaba completamente fragmentada a nivel nacional y solo contaba con grandes empresas de herramientas y servicios. Si bien Scharf podría haberse interesado en la posibilidad de dominar a nivel nacional, no alcanzó ese éxito disparándolo de inmediato. En cambio, “simplemente miraríamos los números. Quiero decir, no miramos año por año, por

supuesto. Examinamos día a día y pudimos ver que estábamos adquiriendo diez clientes por día, 12 clientes por día, 14 clientes por día, y de generar \$5,000 en ingresos a la semana a \$10,000 en ingresos a la semana, a \$15,000.” Obtener suficiente capital para escalar y reinvertir en su empresa requiere diligencia y gestión diaria sobre sus resultados finales y oportunidades de crecimiento potencial. Todos los fundadores de una empresa autofinanciada deben dedicar su tiempo y dedicación total al éxito a corto plazo de su negocio, al mismo tiempo que allanan el camino hacia una estructura a escala.



Las empresas no necesitan seguir este camino, existen formas de financiación que no requieren una pérdida de capital y pueden cumplir con el capital necesario a corto plazo para crecer. Un método que ha crecido rápidamente en popularidad durante la década es la microfinanciación, con empresas como GoFundMe y plataformas de redes sociales para recaudar capital a nivel de base. Sin embargo, este método puede no ser rentable o estable para una empresa de mediana a gran escala. Un préstamo comercial de un banco podría ser un gran activo para ayudar a reclutar capital a corto plazo y ayudar a crear una expansión estructurada para pagar ese préstamo.

NodusBank puede ayudarlo a guiarlo en el ámbito financiero, sin importar cómo elija enfrentar el futuro de su empresa. Ofrecemos excelentes préstamos comerciales y líneas de crédito y otros servicios.

Conoce más sobre nosotros y el mundo financiero en **NodusBank.com**

www.NodusBank.com

