



¿Amigos para siempre? Emprender con un socio y no morir en el intento

Las pequeñas empresas con mayor éxito suelen tener dos socios de promedio, según las Cámaras

Las relaciones se pueden formalizar mediante un protocolo ante notario para evitar conflictos

Verónica Rodríguez

MADRID. Un socio, por inyección de dinero o aportación de conocimientos, puede ser el trampolín que toda pequeña empresa espera para crecer y desarrollarse o puede suponer todo un fracaso si el tándem no funciona, no se entiende. Sin llegar a esos extremos, las relaciones entre socios suelen ser más o menos tensas o más o menos fluidas, en función de los caracteres, de la capacidad de diálogo de ambos... Y además de esto, existen claves que pueden contribuir al éxito de toda sociedad.

Fernando Trias de Bes, en su *Libro negro del emprendedor* se refiere en varias ocasiones a este tema y entre las recetas que explica para ser un mal emprendedor figuran: escoger socios sin definir criterios de elección relevantes; montar una empresa con los socios cuando realmente puede prescindir de ellos; ir a partes iguales cuando no todo el mundo aporta lo mismo; falta de confianza y comunicación con los socios. Un buen punto de partida, sin duda.

Y es que lo más importante, sin duda, es la comunicación, tanto para entenderse como para *desentenderse* y romper antes de que la *sangre llegue al río*. Como explica Emma de Llanos, experta en dirección de personas en la escuela de negocios Eada, "hay que perder el miedo a romper, hay ataduras que hacen daño". En estos casos, y antes de que el proyecto común termine muriendo, lo deseable es que cada socio pueda emprender el suyo por su cuenta. Pero hemos empezado por el final. ¿Cómo se construye una relación entre socios para que dure y sea sólida?

■ **Protocolo.** No hay mejor demostración de la franqueza y sinceridad a la que los socios se comprometen desde el principio que poner negro sobre blanco bajo qué condiciones se unen ambos en torno a un proyecto. Y eso, si se puede protocolizar, mucho mejor, sostiene Antonio Sancho, consultor de Cámaras de Comercio.



GETTY

A fondo

"FUIMOS COLEGAS DE FACULTAD Y LA AMISTAD NO HA SIDO UN PROBLEMA"



En nuestro caso ha primado la amistad frente al hecho de llevar juntos una empresa"

Francisco Pérez
Dtor. gral. de Gate

Socios y sin embargo amigos. Este puede ser el lema en la empresa Gate, dedicada a desarrollos tecnológicos en telecomunicaciones. Fernando Allona y Francisco Pérez-Villacastín, los cofundadores, en compañía de dos socios más, los cuatro, excompañeros de la facultad, se conocen desde los 18 años. Y en su caso, ser amigos no ha sido un problema: "Para nosotros ha primado el tema personal, más allá del hecho de llevar una empresa y nunca hemos sacrificado nuestra amistad". De hecho, la lealtad ha sido tan importante que durante un tiempo en el que Allona abandonó el proyecto por una oferta de trabajo, todos le apoyaron. "Y le apoyamos más todavía cuando decidió regresar a Gate".

¿Qué quiere decir esto? En líneas muy generales, poner por escrito qué objetivos comunes se persiguen y qué tareas y obligaciones asume cada uno para conseguirlos. Siendo más concretos, existen multitud

de cláusulas que pueden incluirse: admisión o expulsión de un socio; aportación de inversión y capital de trabajo; políticas y procedimientos para la disolución de la sociedad; vacaciones separadas o con-

juntas, etcétera. Y como todos los contratos privados, se puede firmar ante un notario y servir de base para cuando la empresa crezca y la gestión de la misma se complique.

■ **Contrato 'psicológico'.** Más allá de formalismos, también es necesario un compromiso personal, del tipo *qué esperas de mí, qué espero yo de tí*. Y esto supone no sólo aclarar qué funciones desarrolla cada uno en la empresa sino bajo qué principios va a actuar en la empresa: qué consideramos aceptable, y qué no; si un cliente nos pide esto, lo damos o no... En definitiva las buenas prácticas que van a presidir la sociedad de cara al exterior.

De cara al interior, este contrato psicológico debe incluir: compartir valores, tener la misma visión del proyecto, tener el mismo ritmo y compromiso, tener una capacidad similar y ser complementarios.

■ **Complementariedad.** Lo ideal, como en las relaciones personales en general, es que los socios se complementen. Antonio Sancho plantea un escenario ideal: que uno de

los socios sea experto en marketing y ventas; otro, en temas organizativos y productivos y un tercero, en administración y finanzas.

Acercarse lo posible a este modelo puede asegurar el éxito. La empresa que cofundó Antonio Pérez Villacastín, la tecnológica Gate, con cuatro socios, tiene un planteamiento similar. Nos cuenta que dos de ellos están más implicados en el día a día, otro tiene una intervención más técnica, y el cuarto, se dedica a temas comerciales.

■ **Dos socios de media.** En una fase muy inicial, lo normal es la presencia de dos socios. Un estudio de Cámaras de Comercio a empresas que nacían y seguían en activo cuatro años más tarde, revelaba que éstas tenían de promedio unos dos socios. La inversión inicial con la que contaron fue de unos 36.000 euros. El 78 por ciento, encuadrado en servicios; el 22 por ciento en industria y construcción.

@ **Más información** relacionada con este tema en www.eleconomista.es