

# 5 pistas para identificar a un mal aliado comercial para tu pyme

Las **pymes** deben prestar especial atención a las **relaciones y alianzas** que establece en sus primeros años de vida porque, según la Asociación de Emprendedores de México, el 90% de las empresas sobrevive según sus recursos propios.

“Esta realidad sitúa a las PyMEs en un contexto complejo. Los recursos de las empresas están fuertemente entrelazados con los de la familia o el emprendedor detrás del proyecto. Cualquier paso en falso puede ser desastroso para estas personas, más allá del fracaso del negocio. Por eso es fundamental que las pequeñas y medianas empresas se tomen muy en serio el análisis de sus alianzas comerciales, ya sea con proveedores o socios estratégicos, para que los resultados sean positivos”, apunta **Ricardo Robledo, director general y fundador de Tu Identidad**, plataforma especializada en la validación de identidad.

Los procesos de escrutinio de aliados comerciales potenciales hoy en día son conocidos como Know Your Business (KYB) y son fundamentales para prevenir posibles daños o fraudes a una empresa.

**Tu Identidad** ha identificado **5 señales de alerta** para que una pyme identifique a un mal aliado comercial y pueda alejarse de una relación poco productiva y potencialmente perjudicial para el crecimiento de la empresa:

1.- **Problemas legales.** “Un análisis exhaustivo de un posible aliado conlleva necesariamente revisar su situación legal, más allá de estatus y documentación. Ver en qué problemas se encuentra, por ejemplo en el sistema arbitral de la CONDUSEF o en listas negras”, comenta Robledo.

Si la empresa está atravesada por demasiados procesos jurídicos, es probable que no sea el mejor de los aliados.

2.- **Crisis reputacionales.** El flujo de información pública actual permite saber cuáles son los procedimientos cotidianos de una empresa, casi sin importar su tamaño o su sector. Vale la pena revisar cuáles han sido las crisis reputacionales de un negocio antes de colaborar con él. Una PyME puede ver en riesgo su crecimiento al asociarse con alguna persona o compañía que no sea bien vista por clientes y mercados.

3.- **Mal historial financiero.** Una pista muy clara para identificar a un mal aliado es su historial crediticio y financiero. Los números nunca mienten y hay que prestar atención a la forma en que un posible colaborador administra su propio negocio para saber si le conviene a un negocio en expansión.

4.- **Socios y aliados de dudosa notoriedad.** “Muy similar a lo que vemos con las crisis reputacionales de una empresa, se debe saber a cabalidad cuáles son los socios y aliados del negocio con el que se pretende entablar una alianza. No sólo en términos de prestigio, incluso por cuestiones de asociación a actividades delictivas”, explica el director general de Tu Identidad.

Si los círculos cercanos de la empresa no son ideales, lo mejor es dejar pasar la oportunidad de colaborar con ella.

5.- **Es quien dice ser.** Los procesos de validación de identidad permiten saber si la empresa es quien dice ser y si los documentos que muestra son verificables, es decir, que no se trata de empresas fantasmas de una organización que se dedica al robo de identidad. Prevenir un fraude es clave para el desarrollo de las PyMes.

Estos procesos incluyen validación de documentación oficial como el comprobante de domicilio, constancia de situación fiscal, incluso se investigan a las empresas y socios comerciales en listas negras.