



# BRUCE GOSLIN

Executive Managing Director

**BRUCE GOSLIN** (DIRECTOR GENERAL)  
**CLARA RODRÍGUEZ** (ANALISTA DE  
INTELIGENCIA) Y  
**RAFAEL GÓMEZ-JORDANA** (ASESOR  
INTERNACIONAL)

NOS CUENTAN COMO ES SU  
PARTICIPACIÓN Y ACOMPAÑAMIENTO  
CON LA PYME ESPAÑOLA EN LOS  
DISTINTOS MERCADOS.

**ClubInterPyme:** ¿No le quedan grandes los servicios de K2 Intelligence a una Pyme?

**K2:**  
**Bruce:** Al contrario, es muy importante para cualquier empresario disponer de información necesaria a la hora de tomar decisiones, desde contratar más personas hasta buscar un proveedor o estrategias para abordar nuevos mercados. Nuestros servicios están hechos a medida, acorde con la necesidad de cada cliente. Además, K2 Intelligence puede orientar y acompañar a la empresa durante cualquier proyecto de inversión u operación de comercio exterior.

**Rafael:** Con experiencia global y conocimiento local, somos capaces de intervenir en cualquier parte del mundo o sector empresarial, incluyendo los lugares más remotos y difíciles. Diseñamos soluciones multifacéticas que siempre ponen las necesidades de nuestros clientes en primera línea. Además de usar nuestra propia experiencia colectiva, nos asociamos con una red mundial de expertos y profesionales de distintos sectores.

**ClubInterPyme:** Pero a una Pyme muy especializada, ¿cómo puede ayudarla K2?

**K2:**

**Bruce:** Nuestros servicios tienen un componente diferencial basado en la obtención y producción de inteligencia que los hace aplicables a cualquier sector en el que opere cualquier tipo de empresa, independientemente de su tamaño, además de ofrecer apoyo a medida para temas de cumplimiento normativo, prevención de fraude, ciber-defensa y otros temas.

**Clara:** Además, hay que tener en cuenta que muchas de las grandes compañías españolas están ya incluyendo departamentos de inteligencia en su organización con el fin de que los directivos cuenten con información contrastada y puedan, de esta forma, tomar decisiones mejor informadas. Si bien las Pymes suelen carecer de recursos suficientes para disponer de especialistas en recopilación y análisis de información, pueden encontrar estos servicios en nuestra compañía.

**ClubInterPyme:** Y si quieren abrir mercado en el extranjero, ¿deben recurrir a K2?

**K2:**

**Rafael:** Sí, desde luego. Nuestra actividad es multisectorial y aquellas empresas con vocación internacional que deseen establecerse en otras geografías necesitan un buen asesoramiento y entender los riesgos.

**ClubInterPyme:** África es un continente aún poco explorado por las empresas españolas. ¿Veis todavía hueco para la incorporación de las Pymes en esas latitudes? ¿En qué países?

**K2:**

**Rafael:** Aquí hay una visión diferencial entre los que llevan ya años trabajando en y con el continente y que ven oportunidades que otros observadores más globales no detectan. África, sin embargo, no es lugar fácil para hacer negocios dada la complejidad de su geografía, sus gaps en infraestructuras y una relativa volatilidad tanto económica como política. No obstante, pensamos que inversores y empresas —grandes, medianas o pequeñas— deberían poner su foco en África hoy en día. Hay espacio suficiente para la Pyme en dicho continente. La clave es planificar correctamente tu estrategia en África. El largo plazo debe formar parte de dicha estrategia, así como la elección del país idóneo para hacer negocios. Los 5 países mediterráneos (Maghreb y Machrek) poco tienen que ver con los otros 49 países del África negra. Si nos atenemos a la clasificación del Doing Business del Banco Mundial, efectivamente, Islas Mauricio, Ruanda y Kenia son los mejor clasificados en cuanto a la facilidad para hacer negocios, pero hay otro grupo de países en los que creemos que la Pyme también debería poner el foco: Botswana, Namibia, Sudáfrica, Costa de Marfil, Etiopía, Ghana y Senegal. En cuanto a los países mediterráneos, definitivamente, Marruecos, además de estar pendiente de Túnez.

**ClubInterPyme:** ¿Qué soluciones ofrece K2 Intelligence para ayudar a una Pyme a entrar en un nuevo mercado?

**K2:**

**Clara:** Lo primero de todo es llevar a cabo una diligencia debida sobre el socio con el fin de conocer su reputación, capacidad económica y financiera, posibles antecedentes penales y legales....

**Bruce:** Toda esta información la obtenemos a través de fuentes públicas, registros y bases de datos. En el supuesto de que el cliente precise de una investigación mas profunda, empleamos a nuestras fuentes sobre el terreno con el objetivo de facilitarle una información lo más precisa posible. El objetivo es tener información independiente y contrastada para tomar una decisión informada y poder realizar una buena planificación para que la entrada al nuevo mercado sea un éxito