

VI RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN COMPETITIVA

Definición de
necesidades
de información

15

Tres principios básicos



Factores críticos
del éxito

16

¿Por qué hablar de ética?

«Empresas en las que no se puede confiar no
pueden ser exitosas»
«La ética es el fundamento de la confianza»
«La ética es el fundamento de la reputación»

19

Aspectos
éticos

«Los medios electrónicos
facilitan la búsqueda de
información competitiva y
reduce sus costos».

18

Medios digitales
e información
competitiva

Fuentes internas

17

Fuentes de
información
competitiva

19

Aspectos éticos

e ética?

ectar la

da a
turas.

Evolución de la información competitiva



¿Qué debemos saber de la competencia en
los medios digitales?



¿Por qué hablar de ética?

- Errores en la materia pueden afectar la reputación de la empresa.
- Establecer estándares éticos ayuda a responder fácilmente a críticas futuras.

Cuatro categorías de prácticas cuestionables

Presentarse
engañosamente

1

2

Intentar influenciar a aquellos
que manejan información
confidencial (sobornos)

Espiar a los
competidores

3

4

Hurto o robo de
información

Las áreas grises

**Claramente
éticas**



**Claramente
antiéticas**

- Haría una encuesta a los clientes para ver como evalúan al competidor
- Desarmaría el producto del competidor para analizar sus componentes
- Iría a los puntos de venta como comprador misterioso
- Buscaría tesis de grado sobre los competidores
- Revisaría artículos de prensa financiera industrial
- Analizaría informes financieros / estrategias publicitarias
- Investigaría bases de datos en línea de terceros
- Asistiría a ferias ind. y exhibiciones de los competidores, diciendo quién soy
- Obtendría prospectos de oferta de acciones
- Revisaría anuncios para contratar empleados de los competidores
- Entrevistaría proveedores comunes a su firma y a sus competidores
- Interrogaría antiguos empleados de los competidores
- Haría investigaciones de patente
- Asistiría a ferias y exhibiciones de los competidores sin revelar mi identidad
- Contrataría empleados específicos de los competidores para obtener ideas especiales
- Visitaría plantas de los competidores sin revelar el objetivo de la visita
- Usaría un Drone para volar sobre la planta de un competidor
- Contrataría consultores sin investigar sus métodos
- Buscaría entre la basura de los competidores
- Colocaría anuncios falsos para entrevistar personal de los competidores
- Escucharía furtivamente a los competidores (electrónicamente)
- Sembraría un empleado en la nómina de un competidor
- Emplearía chantaje o extorsión para conseguir objetivos de información
- Contrataría un hacker para que trate de entrar en la red del competidor