



**INSTITUTO POLITECNICO NACIONAL**  
**ESCUELA SUPERIOR DE CÓMPUTO**  
**ADMINISTRACION DE EMPRESAS DE ALTA TECNOLOGÍA**  
**CASO PRÁCTICO**

---



## **¿ES ÉTICO ESPIAR A LOS COMPETIDORES?**

### **OBJETIVO.**

Este ejercicio le brinda la oportunidad de discutir las cuestiones éticas y jurídicas en relación con métodos usados por muchas compañías para espiar a la competencia. El reunir y usar información de los competidores representa un campo de la administración estratégica que las empresas japonesas dominan mucho mejor que las estadounidenses.

### **INSTRUCCIONES.**

De las 18 actividades de espionaje que se enumeran a continuación, señale si considera que la actividad es ética o no y si es lícita o no. Anote una E si es ética y una N si no lo es, una L si es lícita o una I si es ilícita. Compare sus respuestas.

1. Comprar el desperdicio de los competidores.
2. Desmenuzar los productos de los competidores.
3. Recorrer la planta escudado en el anonimato.
4. Contar los camiones o tracto camiones que salen de las plataformas de carga de los competidores.
5. Estudiar fotografías aéreas.
6. Analizar los contratos laborales.
7. Analizar los anuncios que solicitan empleados.
8. Interrogar a los clientes y compradores sobre las ventas de los productos de los competidores.
9. Infiltrarse en las operaciones comerciales de los clientes y los competidores.
10. Interrogar a los proveedores sobre el nivel de producción de los competidores.
11. Usar a los clientes para que acepten cotizaciones falsas.
12. Inducir a los clientes clave a que revelen información de la competencia.
13. Interrogar a los ex empleados de los competidores.
14. Entrevistar a asesores que hayan trabajado con los competidores.
15. Contratar a gerentes importantes quitándoselos a los competidores.
16. Realizar entrevistas de trabajo falsas para lograr que los empleados de los competidores revelen información.
17. Enviar ingenieros a reuniones del gremio con el propósito de que interroguen a los empleados técnicos de los competidores.
18. Interrogar a posibles empleados nuevos que hayan trabajado con los competidores.