

ÍNDICE

PRÓLOGO.....	9
EL PORQUÉ DE ESTE LIBRO.....	11
1. EL CAMBIO: INTERNET.....	12
2. HISTORIA.....	15
3. CONCEPTOS: E-BUSINESS, E-COMPRAS, E-SOURCING.....	17
4. IV. EVOLUCIÓN DEL COMPRADOR DESDE EL SOURCING HACIA EL E-SOURCING.....	18
5. COMPRA VS. APROVISIONAMIENTO.....	22
6. COMPONENTES TECNOLÓGICOS DEL E-SOURCING.....	27
7. BENEFICIOS DEL E-SOURCING. PRIMEROS PASOS.....	29
8. ESTRATEGIAS DE COMPRA.....	32
9. NEGOCIACIÓN ESTÁTICA. PETICIONES DE INFORMACIÓN, PRO- PUESTA Y OFERTA (RFX).....	36
10. LA SUBASTA. NEGOCIACIÓN DINÁMICA.....	42
11. LAS SUBASTAS EN INTERNET.....	47
12. LA ESTRATEGIA DE NEGOCIACIÓN EN LA SUBASTA.....	60

13.	LAS VENTAJAS DE LA NEGOCIACIÓN ON-LINE MEDIANTE SUBASTA.....	69
14.	SUBASTAR NO HA DE COMPROME- TER LA CALIDAD.....	71
15.	OTROS USOS DE LA PONDERACIÓN EN SUBASTA. EL TCO.....	75
16.	DÓNDE APLICAR LA SUBASTA.....	78
17.	CÁLCULO DE AHORROS.....	83
18.	TENDENCIAS.....	86
19.	CRITERIOS PARA SELECCIONAR UN PROVEEDOR DE E-SOURCING.....	89
20.	LOS COMPRADORES Y SU COMPRO- MISO ÉTICO EN EL EJERCICIO DE LA FUNCIÓN DE COMPRAS.....	95
21.	COMPORTAMIENTO DE LOS PRO- VEEDORES EN LAS NEGOCIACIONES ON-LINE.....	98

ANEXOS

GLOSARIO.....	105
CÓDIGO ÉTICO DE AERCE.....	107
DECÁLOGO DEL COMPRADOR.....	109