

INTRODUCCION	1
PARTE I. CONSIDERACIONES GENERALES SOBRE LAS EXTERNALIDADES EN LA REALIDAD ECONOMICA, SU IMPORTANCIA EN LA EMPRESA Y FORMAS DE VALORACION	15
CAPITULO 1. CONCEPTO ECONOMICO DE EXTERNALIDAD PARA LA EMPRESA	16
1.1.- Introducción	17
1.2.- Concepto de externalidad desde el punto de vista empresarial	21
1.3.- La importancia de la consideración de los costes sociales a nivel empresarial	33
1.3.1.- Definición de costes sociales empresariales .	33
1.3.2.- Causas de la existencia de costes sociales empresariales	42
1.3.3.- Consideración de los costes sociales en el análisis económico-financiero de la empresa .	50
1.4.- Las políticas de conservación de recursos en la empresa .	60
CAPITULO 2. VALORACION DE LAS EXTERNALIDADES EN LA EMPRESA.	75
2.1.- Consideraciones generales	76
2.2.- Las dificultades de cuantificación de los costes sociales . .	81

2.3.-	Los métodos de valoración de las externalidades empresariales	96
2.3.1.-	Los métodos indirectos de valoración	97
2.3.2.-	Los métodos directos de valoración: el método de la Valoración Contingente	99
2.4.-	Distintas soluciones al problema de los efectos externos: los controles sociales y el papel de la empresa	112
2.4.1.-	Los controles sociales indirectos	114
2.4.2.-	La utilización de estándares ambientales	120

PARTE II.	ANÁLISIS DE LAS PRINCIPALES EXTERNALIDADES MEDIOAMBIENTALES EN LA EMPRESA: ESTUDIO, VALORACION Y SOLUCIONES A ESTOS EFECTOS EXTERNOS ORIGINADOS POR LA EMPRESA	123
-----------	--	-----

CAPITULO 3.	EL MEDIO AMBIENTE Y LA CONTAMINACION EMPRESARIAL	124
3.1.-	Introducción	125
3.2.-	El medio ambiente	127
3.2.1.-	Importancia de la ecología en el contexto empresarial	127
3.2.2.-	La contaminación	142
3.2.2.1.-	Introducción	142
3.2.2.2.-	Contaminación atmosférica	149
3.2.2.2.1.-	Soluciones empresariales	158
3.2.2.2.2.-	Soluciones administrativas	162
3.2.2.3.-	Contaminación de las aguas	169
3.2.2.3.1.-	Soluciones empresariales	171
3.2.2.3.2.-	Soluciones administrativas	178

3.2.2.4.-	Contaminación del suelo	191
3.2.2.4.1.-	Plan Nacional de Residuos Industriales	191
3.2.2.4.2.-	Otros programas medioambientales	197
3.2.2.5.-	Contaminación por ruido	199

CAPITULO 4.	LA ASIGNACION Y UTILIZACION OPTIMA DE LOS RECURSOS NATURALES EN LA EMPRESA.	201
4.1.-	Introducción: el papel de los recursos naturales en el crecimiento económico	202
4.2.-	Relación entre oferta y demanda de recursos naturales: recursos renovables y no renovables	206
4.3.-	Elementos sobre la propiedad y asignación eficiente de los recursos naturales	212
4.3.1.-	Consideraciones generales	212
4.3.2.-	Medición de recursos naturales escasos	213
4.3.2.1.-	Soluciones no económicas	213
4.3.2.2.-	Soluciones económicas	215
4.3.3.-	Asignación eficiente de los recursos	219
4.3.3.1.-	Consideraciones generales	219
4.3.3.2.-	Programación multiobjetivo	220
4.4.-	Los residuos: el reciclaje como solución a la escasez de recursos	226
4.4.1.-	Introducción	226
4.4.2.-	Causas de la generación de residuos	230
4.4.3.-	Soluciones a la casuística de los residuos	231

PARTE III. ANALISIS FUNCIONAL DE LA IMPLANTACION DE UN PROCESO ESTRATEGICO DE GESTION MEDIOAMBIENTAL EN LA EMPRESA	251
CAPITULO 5. ESTRATEGIA Y ORGANIZACION MEDIOAMBIENTAL EN LA EMPRESA	252
5.1.- Introducción	253
5.2.- Estrategias medioambientales	254
5.2.1.- Obstáculos al proceso de cambio y adaptación al medio ambiente	254
5.2.2.- Estrategias empresariales en la práctica	263
5.3.- Organización del medio ambiente	272
5.3.1.- Introducción	272
5.3.2.- Los enfoques de procesos, sistemas y contingencia en relación con el medio ambiente	274
5.3.3.- Las estructuras organizativas en su adaptación al medio ambiente	279
CAPITULO 6. LA INFLUENCIA DEL MEDIO AMBIENTE SOBRE LAS OPERACIONES Y EL MARKETING EMPRESARIAL	293
6.1.- Producción y medio ambiente	294
6.1.1.- Introducción	294
6.1.2.- Compras ecológicas	295
6.1.3.- Procesos productivos ecológicos	302
6.2.- Innovaciones tecnológicas y medio ambiente	308
6.2.1.- Introducción	308
6.2.2.- Inversiones medioambientales en mejoras tecnológicas	311

6.2.3.-	Análisis de los efectos de las innovaciones tecnológicas inducidas por la reglamentación medioambiental	312
6.3.-	Marketing ecológico	326
6.3.1.-	Introducción	326
6.3.2.-	Objetivos de la función de marketing ecológico	330
6.3.3.-	Políticas de marketing ecológico	334

CAPITULO 7. LA VALORACION Y FINANCIACION DE LAS INVERSIONES MEDIOAMBIENTALES 365

7.1.-	Inversiones medioambientales	366
7.1.1.-	Introducción	366
7.1.2.-	Análisis y selección de inversiones medioambientales	367
7.1.2.1.-	Introducción	367
7.1.2.2.-	Valoración económica y financiera . . .	368
7.1.2.3.-	Valoración del impacto medioambiental	372
7.1.2.4.-	Valoración del desarrollo sostenido . . .	375
7.1.3.-	Inversiones medioambientales en empresas españolas	378
7.2.-	Financiación de las inversiones medioambientales	385
7.2.1.-	Introducción	385
7.2.2.-	Financiación a nivel comunitario	388
7.2.3.-	Financiación nacional	409

PARTE IV. UNA APLICACION DE LA TEORIA DE LA DECISION A LA TOMA DE DECISIONES EN LA EMPRESA 412

CAPITULO 8.	LA DECISION MULTICRITERIO EN EL ANALISIS DE LA GESTION MEDIOAMBIENTAL DE LA EMPRESA .	413
8.1.-	Introducción	414
8.2.-	La utilización del método Promethee como instrumento de toma de decisiones en la empresa	415
8.3.-	Una aplicación al caso de implantación de una estrategia funcional de gestión medioambiental en la empresa	423
8.3.1.-	Descripción de la situación	423
8.3.2.-	Obtención de resultados y análisis de sensibilidad en cuatro situaciones diferentes .	429
Anexo	442
PARTE V.	CONCLUSIONES	453
CAPITULO 9.	CONCLUSIONES	454
PARTE VI.	BIBLIOGRAFIA	470
CAPITULO 10.	BIBLIOGRAFIA	471