

Índice

Presentación
Prólogo
Introducción

Primera parte
LA ECONOMÍA SOCIAL DE MERCADO

Capítulo 1
Economía social de mercado: conceptos básicos

1. El logro de un mercado eficiente
 - 1.1. Libertad de mercado
 - 1.2. Competencia
 - 1.3. Información confiable
2. El logro de una sociedad equitativa
 - 2.1. Restricción de la libertad de mercado en defensa de intereses públicos
 - 2.2. Compensación por fallas del mercado
 - 2.3. Corrección de resultados del mercado con la finalidad de asegurar la equidad social

Capítulo 2
La competitividad y los sectores sociales

Capítulo 3
Las políticas del Estado en la economía social de mercado

1. La política económica en el marco de la economía social de mercado
 - 1.1. Instrumentos para corregir los resultados del mercado
 - 1.2. El Estado como promotor de la competitividad
2. El gobierno y el funcionamiento de la economía
 - 2.1. Las funciones básicas del aparato del Estado
 - 2.2. Propuesta de estructura orgánica de gobierno
3. Reingeniería en los sectores sociales
 - 3.1. El concepto de reingeniería
 - 3.2. Cómo aplicar reingeniería en una organización del Estado

Segunda parte
PROPUESTA DE IMPLANTACIÓN DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE MERCADO EN LOS SECTORES SOCIALES

Capítulo 4
La economía social de mercado en la educación

1. La organización actual del sector educación
 - 1.1. La realidad de la educación en el Perú
 - 1.2. El papel del Ministerio de Educación
 - 1.3. La organización del sector educación
2. La organización del sector educación en el contexto de la economía social de mercado: propuesta
 - 2.1. Identificación de los productos principales
 - 2.2. Identificación de usuarios en el sector educación
 - 2.3. Atributos de los productos
 - 2.4. Los procesos para la elaboración de cada uno de los productos
 - 2.5. Los indicadores de control

2.6. Propuesta de implantación de la economía social de mercado en el sector educación

2.6.1. El papel del Ministerio

2.6.2. El papel de los centros educativos

2.6.3. El papel de las universidades e institutos

2.6.4. El papel de las editoriales

Capítulo 5

La economía social de mercado en la salud

1. La organización actual del sector salud

1.1. La realidad de la salud en el Perú

1.2. Los planes y políticas para enfrentar la realidad de la salud

1.3. El papel del Ministerio de Salud

1.4. La organización del sector salud

2. La organización del sector salud en el contexto de la economía social de mercado: propuesta

2.1. Identificación de los productos o servicios del Ministerio de Salud

2.2. Identificación de usuarios y productos del sector salud

2.3. Atributos de los productos

2.4. Los procesos para la elaboración de cada uno de los productos

2.5. Los indicadores de control

2.6. Propuesta de implantación de la economía social de mercado en el sector salud

2.6.1. El papel del Ministerio

2.6.2. El papel de la Superintendencia en Salud

2.6.3. El papel de los agentes privados

2.6.4. La información en la economía social de mercado y síntesis del sistema

Capítulo 6

La ayuda social en la economía social de mercado

1. La organización actual del sector de ayuda social

1.1. La situación de pobreza en el Perú

1.2. Los programas de asistencia social

1.3. La organización actual de los programas sociales

2. El incremento del bienestar en los hogares que no participan en el mercado

3. La organización de la ayuda social en el contexto de la economía social de mercado: propuesta

3.1. Identificación de los productos principales

3.2. Identificación de usuarios en el sector de ayuda social

3.3. Atributos de los productos

3.4. Los procesos para la elaboración de cada uno de los productos

3.5. Los indicadores de control

3.6. Propuesta de implantación de la economía social de mercado en el sector de ayuda social

3.7. De los otros programas de bienestar social: pequeñas obras de infraestructura

Capítulo 7

La corrección de los resultados del mercado: el caso del apoyo a la pequeña y microempresa

1. Las pymes en el tejido empresarial

2. Apoyo a la competitividad de la pequeña y microempresa

3. El desarrollo de la pequeña y microempresa en la economía social de mercado

3.1. Las pymes como unidades de negocio rentables

- 3.2. Aliento a la inversión privada
- 3.3. Incentivos para el desarrollo de las pymes
- 3.4. Compras estatales
- 3.5. Desarrollo de conglomerados productivos (clusters)
- 3.6. Desarrollo de la institucionalidad compartida

A modo de conclusión

Bibliografía