

## ÍNDICE

Prólogo de Joan M. Amat	3
Prefacio	7
Capítulo 1. La medición y la gestión en la era de la información	13
Capítulo 2. ¿Por qué necesitan las empresas un Cuadro de Mando Integral?	34
<b>PRIMERA PARTE : LA FORMA DE MEDIR LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL</b>	
Capítulo 3. La perspectiva financiera	59
Capítulo 4. La perspectiva del cliente	76
Capítulo 5. La perspectiva del proceso interno	105
Capítulo 6. La perspectiva de aprendizaje y crecimiento	139
Capítulo 7. La vinculación de los indicadores del Cuadro de Mando Integral con su estrategia	161
Capítulo 8. Estructura y Estrategia	181
<b>SEGUNDA PARTE: LA GESTIÓN DE LA ESTRATEGIA DEL NEGOCIO</b>	
Capítulo 9. Conseguir alcanzar la alineación estratégica: de arriba abajo	213
Capítulo 10. Metas, asignación de recursos, iniciativas y presupuestos	238
Capítulo 11. El feedback y el proceso de formación estratégica	262
Capítulo 12. La implantación de un programa de gestión del Cuadro de Mando Integral	283
Apéndice: La construcción de un Cuadro de Mando Integral	305