

Índice

<i>Prólogo de Joan M. Amat</i>	3
<i>Prefacio</i>	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

PRIMERA PARTE: LA FORMA DE MEDIR LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL

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

SEGUNDA PARTE: LA GESTIÓN DE LA ESTRATEGIA DEL NEGOCIO

Capítulo 9. Conseguir alcanzar la alineación estratégica: de arriba abajo	213
Capítulo 10. Metas, asignación de recursos, iniciativas y presupuestos	238
Capítulo 11. El <i>feedback</i> 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