

# 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