

# Contenido

**Preámbulo: Cómo comunicar el “asunto de la visión”**  
por John Martin, Presidente ejecutivo de Taco Bell Corp. ix

**La génesis de *El gran jefe*** xi

**Reconocimientos** xvii

## **Parte 1. Cómo llegamos aquí: El papel cambiante del presidente ejecutivo en un ámbito de trabajo en constante transformación**

Prólogo: “Cuando el ‘asunto’ da en el blanco” 3

1. Ser presidente ejecutivo ya no es lo que solía ser 17

“Abriendo la caja de Pandora” 41

2. Un ámbito de trabajo nuevo y diferente 57

“Hay apuestas que vale la pena perder” 74

## **Parte 2. Lo que sabemos: El vínculo entre comunicación y liderazgo**

3. La redefinición de la comunicación: La esencia del liderazgo 89

“Hay que decir las cosas como son” 109

4. Cómo se forja un presidente ejecutivo de “comunicación” 129

“A veces surge un emperador sin ropa” 149

## **Parte 3. Cómo ser un comunicador efectivo: La transformación de los presidentes ejecutivos en presidentes ejecutivos de comunicación**

5. La consistencia: Alma y corazón de la credibilidad 167

“El plan para el juego: Quién le dice qué a quién...” 194

6. La compasión: Hay que ser empático y sensible 211

“Los presidentes ejecutivos no tienen que ser esquizofrénicos... pero ayuda que lo sean” 241

7. La organización: Cómo integrar estrategias y tácticas	255
"Cuando el camino se torna difícil, los rudos... se dirigen al Yankee Stadium"	288
8. La selectividad: Cómo aumentar al máximo el impacto del presidente ejecutivo	301
"He visto al enemigo... y se trata de mí..."	321

**Parte 4. ¿Hacia dónde vamos? Un vistazo hacia el futuro**

9. El futuro: En pos de una nueva raza de Grandes Jefes	341
"Todos los (Grandes) Jefes tienen un mal día..."	363
Epílogo: "Aquello que acaba bien está bien... cuando menos por el momento"	387

**Notas**    397

**Apéndice**    405

**Índice**    407