



# ¿Cómo tengo que hablarle para que me entienda?

Entender, comunicar e impactar  
con el método PCM®

**Gérard Collignon**

**Libros de Cabecera** Temáticos

# ¿Cómo tengo que hablarle para que me entienda?

Gérard Collignon

**Este manual ofrece una ayuda valiosa para toda persona que quiera mejorar sus capacidades de comunicación.**

¿Por qué hay buen rollo entre dos personas? ¿Cómo hacerse entender por alguien que comunica de forma distinta? ¿Cómo transmitir un mensaje en una situación de estrés? Estas son algunas de las preguntas a las que responde el *Process Communication Model*® (PCM).

Con humor y pedagogía, Gérard Collignon, quien introdujo en Europa el modelo desarrollado por Taibi Kahler para la NASA, explicita la mezcla sutil y única de los seis tipos de personalidad (Perseverante, Lógico, Imaginador, Promotor, Rebelde, Empático) identificados por el *Process Communication Model* —y que tenemos cada uno de nosotros—, y el arte de comunicar con ellos.

**¿Cómo tengo que hablarle para que me entienda?** es un libro de referencia que nos permite comprender plenamente la riqueza del enfoque PCM utilizado en muchos campos (*educación, coaching, management, etc.*), y proporciona herramientas prácticas para aplicarlo en el día a día.

**«Ningún tweet, ningún texto de mensajería instantánea nunca podrá sustituir las capacidades de los seres humanos de desarrollar una relación verdaderamente constructiva con sus interlocutores. El *Process Communication Model* nos invita a distinguir en nuestra comunicación lo que nos satisface a nosotros mismos y lo que satisface al otro».**

Gérard Collignon

**Libros de Cabecera**  
Temáticos

[www.librosdecabecera.com](http://www.librosdecabecera.com)

Más información  
aquí:



THEMA: KJP

ISBN: 978-84-124599-0-6



# **¿Cómo tengo que hablarle para que me entienda?**

Entender, comunicar  
e impactar en el  
método PCM®

**Gérard Collignon**

Prólogo de Taibi Kahler  
Traducido por Aliocha Mussy

**Libros de Cabecera**

Temáticos

[www.librosdecabecera.com](http://www.librosdecabecera.com)  
Barcelona – Madrid

Originalmente publicado en Francia bajo el título *Comment leur dire...*  
*La Process Communication*, y escrito por Gérard Collignon  
Traducido a partir de la tercera edición  
© 2019 InterÉditions (Dunod Éditeur)  
C/ Paul Bert, 11 • 92240 Malakoff (Francia)

1ª edición: junio 2022

© 2022 Gérard Collignon

© 2022 Aliocha Mussy por la traducción

© 2022 Libros de Cabecera S.L.  
Rambla de Catalunya, 53, 7º G  
08007 Barcelona (España)  
[www.librosdecabecera.com](http://www.librosdecabecera.com)

Gérard Collignon ISNI: 0000 0001 2118 7845

Foto de la cubierta: [www.freepik.com](http://www.freepik.com). Autor: Yanalya

Reservados todos los derechos. Queda rigurosamente prohibida, sin la autorización escrita de los titulares del copyright, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio o procedimiento, incluidos la reprografía y el tratamiento informático, así como la distribución de ejemplares mediante alquiler o préstamo públicos.

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, [www.cedro.org](http://www.cedro.org)) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

Editora: Virtuts Angulo  
Diseño interior de la colección: Nèlia Creixell  
Diseño de la cubierta: Paula Peralta  
Portada: Nèlia Creixell  
Maquetación: Nèlia Creixell

ISBN: 978-84-124599-0-6  
eISBN: 978-84-124599-1-3

THEMA: KJP  
Depósito Legal: B 11438-2022

Impreso por DC PLUS, Serveis editorials, scp  
Impreso en España – *Printed in Spain*



Este libro ha sido impreso en papel Torraspapel Coral Book natural de noventa gramos, procedente de bosques y plantaciones correctamente gestionados, certificado por FSC.

# Índice

<b>Agradecimientos</b>	9
<b>Prólogo</b>	11
<b>Introducción</b>	15
<b>Parte I:</b>	
<b>Los fundamentos del Process Communication Model®</b>	21
1. Los tipos de personalidad	23
2. La estructura de personalidad	47
3. Energía y motivación: las necesidades psicológicas	65
4. La longitud de onda	85
5. La matriz de identificación	107
6. La mala comunicación	123
7. Los guiones de fracaso	159
8. El inventario de personalidad	169
<b>Parte II:</b>	
<b>Aplicar los fundamentos del Process Communication Model (o PCM)</b>	177
9. PCM: un liderazgo a medida	179
10. PCM al servicio de la venta	219
11. PCM o cómo decirles «Te quiero»	239
12. Héroes modernos y antiguos vistos a través de PCM	253
12. Gestión del estrés y preguntas existenciales	261
<b>Conclusión. ¡Más de 24 años!</b>	271
<b>Bibliografía</b>	273
<b>Contenidos y conceptos bajo derechos de KCI</b>	275

*Si buscas leña,  
encontrarás leña.  
Si buscas amor,  
encontrarás amor.  
Si buscas odio,  
encontrarás odio.*

Proverbio tuareg

*Para Antéo*

## AGRADECIMIENTOS

A todos aquellos y aquellas  
que, a lo largo de estos  
30 últimos años,  
contribuyeron en hacer del  
Process Communication  
Model® lo que es hoy

## PRÓLOGO

# **El Process Communication Model® lleva evolucionando desde hace más de cuarenta años**

La elaboración de esta herramienta proviene de la época en la que estaba estudiando en la Universidad de Purdue, en Estados Unidos. Era entonces un interno en prácticas en un hospital psiquiátrico local. Mientras iba observando a los pacientes me di cuenta de que, justo antes de adoptar de forma clara comportamientos inadecuados, hacían gestos, adoptaban actitudes corporales y expresiones faciales que formaban un conjunto muy específico y único para el diagnóstico.

Uno de los modelos clínicos que estudiaba en esa época, el Análisis Transaccional, facilitaba la interpretación de esas observaciones. Justo antes de que una persona adoptara un comportamiento del tipo «Yo estoy bien, tu no estás bien» o «Yo no estoy bien, tu sí estás bien», presentaba la misma gama de comportamientos (palabras, tono de voz, gestos, actitud corporal, cara).

El trabajo de investigación que hice a partir de esas observaciones me llevó a la identificación y a la clasificación de cinco grupos de comportamientos que llamé: *Sé perfecto*, *Esfuézate*, *Sé fuerte*, *Agrada* y *Date prisa*. Bauticé a esos comportamientos como *drivers* en la medida en que aparecían como conductores hacia una aflicción más profunda. Esa investigación inicial reveló correlaciones significativas, especialmente útiles para predecir comportamientos de fracaso en situaciones de estrés. Llamé a esas secuencias miniguiones.

Unos años más tarde esos trabajos fueron galardonados con el premio científico Eric Berne, concedido por veinte mil de mis colegas.



Posteriormente, me interesé por los aspectos tanto positivos como negativos de la personalidad. Con una voluntad de transparencia, traduje los términos técnicos y clínicos describiendo la comunicación y la mala comunicación a través del lenguaje del día a día.

En el año 1978, el doctor Terry MacGuire, psiquiatra responsable de la selección y el entrenamiento de los astronautas de la NASA, me pidió que le ayudara. Con el objetivo de facilitar y estandarizar el proceso de selección, validé un cuestionario basado en los elementos siguientes: la estructura de personalidad, los tipos de personalidad (Lógico, Empático, Rebelde, Imaginador, Promotor y Perseverante), los puntos fuertes del carácter, las partes de la personalidad (los estados del Yo), los canales de comunicación, las percepciones, los entornos preferidos, los estilos de liderazgo, el abanico de control, los motivadores psicológicos y las secuencias y patrones de estrés personales y profesionales.

Durante ese tiempo de validación empecé a darme cuenta de la importancia de las correlaciones significativas entre las necesidades psicológicas y los tipos de personalidad, los comportamientos tipo de fracaso y los problemas no resueltos. En efecto, si una persona no puede satisfacer sus necesidades psicológicas de forma positiva, muestra constantemente las mismas secuencias de estrés en la medida que busca satisfacer estas mismas necesidades, pero de forma negativa. Esto es la clave de un comportamiento previsible. Además, los comportamientos bajo estrés de larga duración suelen estar correlacionados con un problema no resuelto. La resolución de dicho problema tiene como resultado «el cambio de fase» hacia otra parte de su estructura de personalidad. Este cambio de fase conlleva la aparición de una nueva necesidad psicológica y, por lo tanto, de una nueva fuente de motivación.

Hasta ahora, más de quinientas mil personas han probado el Process Communication Model en Estados Unidos, ya sea a nivel profesional o privado. Entre los beneficiarios cabe destacar la Primera Dama de los Estados Unidos, Hillary Rodham Clinton, así como su esposo, el presidente Bill Clinton, para quien tuve el placer de impartir un seminario especial de tres días. Las investigaciones en

## ► Prólogo

curso en diferentes universidades tienen como objetivo la aplicación del modelo en las empresas más grandes, así como en escuelas y en el marco familiar.

Tuve la suerte de estar rodeado de gente competente, con talento y fiel, a quien puedo pasar el relevo. Una de esas personas, que también es un amigo, es Gérard Collignon, cuyo libro está a punto de leer. Abre nuevos horizontes sobre la utilización de PCM®. Su estilo es luminoso, fresco, abierto y directo. Ayuda al lector a descubrir este modelo dándole ejemplos de la vida real, y hace que sea vivo, invitando al lector a compartir la vida del día a día de seis tipos de personalidad. Es a la vez un documental y una novela, un informe estadístico y un manual sobre cómo dar calidad de vida a uno mismo, su familia, sus amigos y sus compañeros de trabajo.

Entre todas las perlas de sabiduría y la maravillosa perspicacia sobre la naturaleza humana y las dinámicas de la personalidad que Eric Berne nos proporcionó en sus numerosos escritos, la que atesoro particularmente es la siguiente: una teoría nunca termina de ser completa hasta que se haya podido traducir en el lenguaje de un niño de ocho años. Por mi parte, si puedo añadir algo más, diría que un modelo nunca es del todo completo hasta que lo pueda utilizar un niño de ocho años.

Gérard Collignon, él sí llegó a este grado de simplicidad y aplicación. Nuestro futuro no solo se basa en nuestra comprensión de nosotros mismos. También tenemos que saber comunicar y demostrar a los demás quiénes somos y qué somos. Esto vale especialmente para nuestros hijos, a quien tenemos que llevar hacia el mejor camino posible. El saber es esencial, la sabiduría indispensable. Gracias a ti Gérard.

**Taibi Kahler**

Little Rock, Estados Unidos

# Introducción

*La comunicación nos toca y nos cuestiona constantemente. Para entenderse a uno mismo, necesitamos que el otro nos entienda; para que el otro nos entienda, necesitamos entenderle<sup>1</sup>.*

**Thomas Hora**

El autor: En un mundo donde la comunicación ocupa cada vez más espacio, donde nos exigen cada vez más que nos adaptemos al entorno, y donde las invitaciones al estrés son cada vez más potentes, nuestras capacidades para entender y para que nos entiendan se han convertido en un reto mayor.

Pilar: Psss...

El autor: ¿Qué?

Pilar: Es pomposo...

El autor: Bueno... —resopla—, vuelvo a empezar. De la señora de la limpieza al director general, del político a sus hijos, de la pareja a su suegra, los desafíos de la comunicación y sus trampas son múltiples. Cualquier objetivo que tengamos, de liderazgo o comercial, político o publicitario, familiar o amistoso, cada uno de nosotros siente tarde o temprano el deseo de escuchar o de transmitir un mensaje. En definitiva, de estar en la misma onda que su interlocutor... —¿Queda mejor así?

Pilar: Pues... sí...

El autor: Uno de los mayores obstáculos a esa preocupación legítima es que esperamos del otro que reaccione como nosotros y de forma

---

1 Citado por P. Watzlawick, J. Beavin y D. Jackson, *Teoría de la comunicación humana, interacciones, patologías y paradojas*, Herder Editorial, 2002.

aceptable para nosotros, cuando realmente no estamos *configurados* de la misma forma. Entender las diferentes formas de *configuración* y adaptarse a ellas permite introducir sentido donde antes había incomprensión, y eficacia donde antes había desmotivación.

Pilar: ¡Genial!

El autor: ¡Chis! Sigo... En los años 70, a un psicólogo americano, Taibi Kahler, se le ocurre la idea de observar muchas series de interacciones entre personas, con el fin de ver cómo y por qué acaban con un resultado positivo, generando motivación, o con un resultado negativo, generando desmotivación. Elabora entonces un modelo, utilizando ciertos conceptos del Análisis Transaccional (las necesidades, el guion de vida, el triángulo dramático, las posiciones de vida, los *drivers*, etc.) y creando otros<sup>2</sup>. Este modelo, por el que recibe el premio Eric Berne en 1977, se llama el miniguion<sup>3</sup>. Taibi Kahler contesta así a un comentario que le hizo Eric Berne unos años antes: «El clínico que consiga identificar el guion de un paciente en una sesión aportará un avance capital en términos de conocimiento del ser humano y de su funcionamiento psicológico».

En paralelo, Taibi Kahler se da cuenta del interés que tiene acompañar a los individuos insistiendo en las partes positivas de su personalidad y no solo en sus problemas. Siguiendo los trabajos de Shapiro<sup>4</sup>, procura definir tipos de personalidad desde el punto de vista no solo patológico de comportamientos «anormales», sino también de comportamientos positivos y cotidianos, fuera del campo de la patología.

De estas dos observaciones —del miniguion y del estudio de los comportamientos positivos— provienen los tipos de personalidad, fundamento del PCM. Son seis y Taibi Kahler los define como familias de comportamientos, cada uno de ellos teniendo sus puntos fuertes y sus puntos débiles. Una persona puede presentar las características de varios tipos a la vez, aunque uno de ellos será el dominante.

---

2 Se presentarán estos diferentes conceptos a lo largo de esta obra.

3 En relación con el miniguion, *Actualités en Analyse Transactionnelle*, n°4

4 D. Shapiro, *Estilos neuróticos*, Gaia Ediciones

Conocer los tipos de personalidad proporciona tres informaciones esenciales: la fuente principal de motivación de cada persona, su modo de comunicación preferencial y su forma muy personal de generar estrés.

Jaime: ¿Cómo conocer la fuente de motivación de un individuo?

El autor: A cada tipo de personalidad le corresponden unas *necesidades psicológicas* específicas. Y cada persona busca, de forma sistemática, la satisfacción de dichas necesidades. Esa búsqueda es para esa persona algo de importancia vital. Se traduce en micro-comportamientos activados fuera del campo de la consciencia. Si no obtiene la satisfacción positiva de sus necesidades, la buscará de forma negativa, adoptando entonces comportamientos ineficientes, incluso perjudiciales, tanto en su vida personal como profesional, y lo hará fuera del campo de la consciencia. *La satisfacción de las necesidades psicológicas condiciona la motivación de una persona. Y a la inversa, su ausencia es fuente de estrés y desmotivación.*

Por otra parte, cada tipo de personalidad utiliza un modo de comunicación preferente. *El canal de comunicación* representa la longitud de onda que permite relacionarse de forma eficaz a dos interlocutores. El PCM define cinco canales de comunicación; conocerlos y saber utilizarlos permite asegurar la calidad y la eficacia de la comunicación. Ya lo demostraron los investigadores de la escuela de Palo Alto, «No podemos no comunicarnos»<sup>5</sup>. En cambio, podemos comunicar en la incompreensión, fuera de los canales de comunicación, es lo que Taibi Kahler llama la *Mala comunicación*.

Jaime: ¿Cómo definir los tipos de estrés?

El autor: El nivel de estrés está normalmente relacionado con la calidad de la comunicación y la satisfacción de las necesidades psicológicas de una persona. Taibi Kahler identificó tres grados de estrés, llevando a las personas a situaciones de mala comunicación, más o menos dañinas. En el primer grado de estrés, la toma de

---

5 Watzlawick, Beavin y Jackson, *op. cit.*

consciencia de este comportamiento negativo permite volver a una energía positiva. Es suficiente con preguntarse: «¿Qué es lo que necesito?». Se trata de cosas sencillas: llamar a un amigo, cambiar de tarea, ir a tomar algo con un colega, etc. En el segundo grado de estrés, activamos mecanismos de fracaso, sin ser necesariamente conscientes de ello. Sus consecuencias pueden crear problemas serios tanto en nuestra vida profesional como personal. Por ejemplo, un jefe que afirma que «nada va bien» se da cuenta que sobrecontrola, provocando así la desmotivación de su equipo. O bien emprende una cruzada, utilizando el palo y la zanahoria, alternando la amenaza y la moral, generando en sus colaboradores sobreadaptación o rebelión. Un padre de familia totalmente absorto en su vida profesional deja de estar disponible para sus hijos, un marido se vuelve rígido en la organización del presupuesto o de las vacaciones, un hijo se niega a hacer sus deberes, etc.

El tercer grado de estrés es afortunadamente más raro y fácilmente identificable, dado que suele corresponder a un estado de crisis profunda, depresión, *burn out*, desesperanza y hasta intentos de suicidio.

Taibi Kahler identificó el fenómeno del cambio de fase, que aclara de forma especialmente pertinente la dinámica individual, facilitando la comprensión de nuestra trayectoria vital y el origen de nuestras elecciones y de nuestras grandes decisiones.

Cada persona tiene en sí misma los seis tipos de personalidad, pero uno de ellos será su dominante, la llamada personalidad base. Utilizará las demás familias de comportamientos de forma menos continua y menos característica. No obstante, puede ocurrir que ciertas personas manifiesten de forma muy marcada las características de un tipo de personalidad distinto al de su base. Ese cambio suele estar asociado a un evento que esté marcando mucho su vida. Es el fenómeno que Taibi Kahler llamó el cambio de fase. Dicho concepto permite identificar los cambios espontáneos y duraderos en una persona y seguir la evolución correspondiente de sus fuentes de motivación. Hace del PCM un modelo que permite anticipar las nuevas fuentes de motivación y de comportamientos que una persona

puede desarrollar en el futuro, gracias a la observación de las oportunidades de cambio de fase que presenta su estructura de personalidad.

Jaime: ¿Quién utilizó primero el Process Communication Model?

El autor: La NASA, con el fin de seleccionar astronautas. Se trataba de evaluar la compatibilidad de los equipos y anticipar sus comportamientos cuando se vieran confinados en una nave espacial en medio del espacio. En estas condiciones extremas, más vale reunir perfiles estudiados con cuidado y con una capacidad de comunicación y unos riesgos de pérdida de control evaluados.

Taibi Kahler y su equipo estudiaron con ese fin colectivos diferentes desde el ángulo de la satisfacción de sus necesidades psicológicas y de sus posiciones de vida, es decir, del enfoque mental que sostenía su forma de tratar los problemas y de resolverlos. Elaboraron un método capaz de predecir el tipo de reacción de los astronautas en situaciones de estrés leve y severo.

El PCM propone *una* filosofía de la comunicación. Uno de sus primeros beneficios es que da otro sentido a un comportamiento que era percibido como negativo. En lugar de decir «es un incapaz, un idiota, un vago», es mucho más eficaz entender lo que significa su actitud en términos de personalidad bajo estrés. Se trata, en Análisis Transaccional, de la posición +/+. En esta posición cada individuo reconoce su valor y el de su interlocutor. El PCM facilita el aprendizaje del +/+ gracias a pautas sencillas que permiten comprender situaciones de comunicación. Justamente, muchos problemas relacionales tienen su origen en el hecho de que los interlocutores no se entienden, e instauran un sistema de comunicación en función de su representación de la realidad del otro. En las empresas este sistema suele estar reforzado por la cultura interna.

Aunque el modelo sea simple, no es ningún *gadget* que se pueda copiar sin haberlo integrado previamente. Utilizar el modelo implica un verdadero cambio del individuo, que decide desarrollar su flexibilidad y su adaptabilidad. Para ello se beneficia de un verdadero panel de control de su funcionamiento interno: su inventario de

personalidad<sup>6</sup>. Se trata de una herramienta individual que se establece a partir de un cuestionario. El inventario de personalidad fue concebido con el objetivo de dar a la persona un conjunto de referencias en relación con sus comportamientos cotidianos, sus necesidades, su modo de comunicación, y sus medios para evitar o remediar el estrés.

Pilar: ¿y entonces... el libro?

El autor: Las siguientes páginas responden primero a un objetivo práctico. Nos encontraremos con la persona en su dimensión profesional y personal, en todo lo que implica su vida psicológica y social. Se abordan muchos aspectos a través de casos concretos que permiten al lector posicionarse o identificarse. En la primera parte del libro se abordan los fundamentos del modelo: los tipos de personalidad, la estructura de personalidad y los cambios de fase, los canales de comunicación, las necesidades psicológicas y la mala comunicación. En la segunda parte se proponen varias aplicaciones del modelo, como por ejemplo la relación con el liderazgo, la cohesión de equipo, la venta y la esfera familiar. Cada capítulo está concebido de tal forma que el lector pueda acceder a él según su interés prioritario, independientemente de las otras partes. Este libro permite conocer también a 6 personas: Isabel que tiene una base Emática; Jaime, Lógico; Pilar, Rebelde; Ignacio, Perseverante; Ana, Soñadora y José, Promotor. Ilustran los seis tipos de personalidad, trabajan todos en la misma empresa, la Sofia's & Cie, y todos decidieron formarse y utilizar el Process Communication Model®.

---

6 Ver Capítulo 8.





## El autor

---

**Gérard Collignon** es fundador de Kahler Communication France y Certifying Master Trainer Process Communication Model.

Es el responsable de la difusión y de la certificación de los formadores y *coachs* PCM en Francia. En 1988, Gérard Collignon era psicólogo clínico y organizaba a menudo seminarios con famosos psicólogos americanos. Así fue como conoció al Dr. Taibi Kahler. Fue un amor a primera vista, del hombre y de su modelo: Process Communication Model.

A partir de entonces, Gérard Collignon puso toda su energía en dar a conocer este modelo en Francia y luego a nivel internacional. Desde 2019 se dedica exclusivamente a impartir cursos de formación PCM. Gérard ha escrito el *best seller*: *Comment leur dire... La Process Communication*, y es coautor de *Coacher avec la Process Communication*, traducido a 8 idiomas.

Para saber más: <https://www.processcommunication.com>



**Libros de Cabecera**

[www.librosdecabecera.com](http://www.librosdecabecera.com)

**Libros de Cabecera** pretende hacer llegar a empresarios, directivos, consultores, emprendedores, estudiantes y, en general, a cualquier persona interesada en el mundo de la empresa y la economía, contenidos que **inspiren a la acción** en el mundo de los negocios y la gestión empresarial.

La filosofía por la que nos regimos es la de la **divulgación rigurosa**, aunando la precisión en el tratamiento de los temas con una redacción fácil de seguir, que ayude a los lectores a la puesta en práctica de las conclusiones y sugerencias de los autores. Defendemos que los textos divulgativos y amenos pueden ser serios y rigurosos.

Aunque muchos de nuestros autores son noveles como escritores, todos son expertos en las materias que exponen. Nuestro equipo de edición, compuesto de profesionales que combinan las competencias editoriales con un amplio conocimiento del mundo empresarial, trabaja conjuntamente con ellos para que cada libro que publiquemos cumpla con los parámetros de **excelencia, simplicidad y orientación a la acción**.

Nuestras colecciones constan de manuales prácticos, libros temáticos, ejemplos de mejores prácticas, ensayos de actualidad y textos académicos con tono divulgativo.

En definitiva, ambicionamos que todos nuestros libros se lean y que sean la referencia sobre el tema que traten. Aspiramos a que se conviertan en auténticos *libros de cabecera* para nuestros lectores.

Confiamos, querido lector, que a ti también te ocurra con este libro.

Estamos a tu disposición en: [editorial@librosdecabecera.com](mailto:editorial@librosdecabecera.com)

También en Twitter: [@libroscabecera](https://twitter.com/libroscabecera)

---



## **Libros de Cabecera** Newsletter

Si t'agrada el món de l'empresa, vols progressar professionalment, o simplement, necessites posar-te al dia, inscriu-te a la newsletter de **Libros de Cabecera** i t'informarem de les nostres novetats i esdeveniments amb els autors.

Escaneja aquest codi QR per accedir a la inscripció:



**Hasta aquí la versión gratuita  
de este libro.**

**Si quieres seguir leyendo,  
puedes comprar el libro entero en:  
[www.librosdecabecera.com](http://www.librosdecabecera.com)**

**Gracias**

## **Libros de Cabecera**

Libros de empresa y economía

Libros de Cabecera es un proyecto editorial que pretende hacer llegar a empresarios, directivos y profesionales de la gestión de empresas, contenidos prácticos e innovadores, que les sean de utilidad en el desarrollo de su negocio y de sus tareas profesionales.