



# ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>15</b>
<b>CAPÍTULO 1 ORATORIA .....</b>	<b>19</b>
1. Su verdadera importancia .....	19
2. Hablamos para que el juez nos escuche, pero ¿escuchamos nosotros al juez? .....	20
3. La primera impresión que causamos al entrar en sala .....	22
4. Lo que no nos gusta cuando somos oyentes y parece que olvidamos cuando exponemos el alegato .....	23
5. El temor escénico .....	25
5.1. Las respuestas físicas de nuestro organismo .....	26
5.2. Los temores racionales requieren soluciones racionales .....	26
5.3. Y, por supuesto, una correcta preparación del alegato .....	30
5.4. ¿Y si se ha perdido totalmente el temor escénico? .....	30
6. Hacer comprensible la dificultad .....	31
6.1. Los puntos de conexión .....	32
6.2. La estructura del alegato: el poder de las pausas .....	33
7. El alegato .....	34
7.1. La preparación del alegato .....	35
7.2. Nuestra relación con las musas .....	36
7.3. El inicio .....	37
7.4. La exposición de nuestros argumentos y la refutación de los argumentos del contrario .....	38
7.5. Prueba de cada uno de los argumentos expuestos .....	40
7.6. La conclusión .....	42
8. Los alegatos no se preparan para ser leídos, sino para ser interpretados .....	43
8.1. La mirada .....	43
8.2. Las manos .....	45
8.3. La entonación .....	45

9. La memorización del alegato .....	46
9.1. Cómo funciona nuestra memoria .....	47
9.2. Técnica para memorizar las ideas básicas del alegato .....	48
10. Cómo realizar los interrogatorios en sala .....	49
10.1. Aprender a interrogar, conocimiento imprescindible para el resultado de gran parte de los procesos judiciales .....	50
10.2. ¿Es realmente necesario proponer el interrogatorio de la parte contraria? .....	52
10.3. Más vale un testigo bueno que cinco sin plenas garantías .....	53
10.4. La importancia de protestar solo cuando sea sustancial para el resultado del proceso .....	54
10.5. La especial importancia del lenguaje no verbal de nuestro cliente y de los testigos y peritos propuestos .....	56
10.6. La importancia de dar detalles en una declaración .....	56
11. Los nervios .....	58
12. Estrategias oratorias aplicables a la prueba pericial .....	60
12.1. Nuestra responsabilidad .....	60
12.2. Las claves de una mayor credibilidad .....	61
13. Las claves para hablar eficazmente ante un tribunal del jurado .....	64
13.1. Principales problemas con los que se encuentran las personas que van a formar parte de un jurado popular .....	65
13.2. ¿Qué siente realmente un miembro del jurado ante el acto solemne de formar parte del mismo? .....	66
13.3. ¿Qué opinión tienen los miembros de un jurado sobre las intervenciones profesionales de los abogados? .....	67
13.4. ¿Cómo preparar la exposición ante un jurado? .....	68
14. Guías de ayuda .....	70
14.1. Guía de ayuda para la preparación del juicio laboral .....	71
14.2. Guía de ayuda para la preparación del juicio de faltas .....	81
14.3. Guía de ayuda para la preparación del juicio oral por delitos .....	89
14.4. Guía de ayuda para la preparación del juicio ordinario civil .....	99
14.5. Guía de ayuda para la preparación del juicio verbal .....	109



RASCHE

<b>CAPÍTULO 2. NEGOCIACIÓN .....</b>	<b>117</b>
1. La gran dificultad de nuestras negociaciones: negociamos con la parte contraria y a la vez con nuestro propio cliente .....	117
2. La mejor forma de llevar ventaja en una negociación .....	119
2.1. Guía de ayuda de preparación de la negociación .....	120
3. El sexto sentido del abogado: el consejo de sabios que rodea a todo cliente .....	128
4. La negociación con nuestro cliente: la técnica de la visualización .....	129
5. El control emocional .....	131
6. La identificación con el asunto que se va a negociar .....	132
7. La paciencia .....	133
8. Seamos creativos. Siempre existen otros caminos para llegar al destino aunque se tarde más .....	134
9. Los pilares de la negociación .....	136
10. La demanda de los últimos minutos. Las peticiones que aparentemente están fuera de la negociación principal .....	137
11. Los mínimos aceptables .....	138
12. Las situaciones económicas, personales y profesionales de las partes que afectan a la negociación .....	139
13. Decidir el lugar donde vamos a negociar con el compañero.....	140
13.1. Ventajas e inconvenientes de citar al compañero en nuestro propio despacho .....	140
13.2. Ventajas e inconvenientes de que el encuentro se desarrolle en terreno neutral .....	142
13.3. Ventajas e inconvenientes de ir al despacho del compañero contrario para negociar .....	142
13.4. Elección de la estrategia para determinar el mejor lugar para la negociación .....	143
14. La negociación de los honorarios con nuestro cliente .....	144
14.1. Si nosotros no valoramos nuestro trabajo en una negociación, ¿por qué lo va a hacer nuestro cliente? .....	144
14.2. El interventor .....	145
14.3. Si no valoro las propuestas del compañero, ¿por qué se van a valorar las nuestras? .....	146



15. Técnicas de negociación para entender y encauzar los conflictos en materia de sucesiones .....	148
15.1. Análisis de las principales causas de los conflictos en materia de sucesiones .....	148
15.2. El lenguaje técnico: cuando la falta de claridad constituye un problema .....	151
15.3. Los terceros implicados .....	151
15.4. Análisis de los intereses sustanciales de las partes .....	153
15.5. La redacción del acuerdo .....	154
<b>CAPÍTULO 3. LA RELACIÓN CON EL CLIENTE .....</b>	<b>157</b>
1. Lo que nuestros clientes deberían saber .....	157
1.1. El valor de la sala .....	157
1.2. Lo más duro que hacemos por ellos .....	158
1.3. Nuestras noches de trabajo .....	160
1.4. ¿Por qué negociar cuando, a veces, es más sencillo pleitear? .....	161
2. Merece la pena cubrir al cliente con el manto de la sensibilidad .....	163
3. Cómo generar vínculos de confianza .....	164
3.1. En la medida en que demos a los clientes lo que necesitan, ellos nos darán lo que necesitamos nosotros .....	165
4. La opinión que, en general, se tiene de los abogados .....	166
4.1. Guías de ayuda para facilitar el seguimiento de los asuntos del cliente y sus comunicaciones periódicas .....	169
4.1.1. Registro de clientes del despacho. Temas gestión .....	170
4.1.2. Registro de clientes del despacho. Temas jurídicos .....	171
5. ¿Cuáles son las mejores formas de captar a los clientes? .....	172
6. Antes de aceptar un encargo profesional, sería conveniente realizar determinadas preguntas «generales» .....	173
7. El teléfono: nuestro principal aliado o enemigo .....	174
8. Una buena imagen... avala un buen consejo .....	176
8.1. La forma de presentar nuestros escritos .....	177
8.2. La imagen profesional que damos al cliente en los juzgados .....	178
9. Las claves del marketing jurídico .....	179
10. Errores más importantes que hay que evitar a la hora de crear un	



RASCHE

despacho .....	183
10.1. ¿Eres locomotora o vagón? .....	183
10.2. Gasta lo imprescindible... porque al poco tiempo echarás de menos cada céntimo .....	184
10.3. ¿Con quién te meterías en un submarino para dar una vuelta al mundo? Mejor solo que mal acompañado .....	185
10.4. Si decidimos elegir un socio, ¿aportará lo mismo o más que nosotros? El error de ir a partes iguales cuando ambos socios no aportan lo mismo .....	185
10.5. ¿Te apoya tu pareja? ¿Sabe ella o él que vas a trabajar el doble que por cuenta ajena? .....	186
11. Elegir socio y no fracasar en el intento .....	187
11.1. ¿Estamos seguros de que queremos compartirlo todo? .....	187
11.2. Nuestro socio y sus circunstancias .....	188
11.3. Todos somos personas diferentes... Nuestro socio también .....	189
11.4. Diferencias entre frustraciones temporales y fracasos .....	190
11.5. Algunos consejos para mejorar la relación entre socios .....	191
12. Las cinco estrategias claves de una comunicación eficaz con nuestros clientes .....	192
12.1. Primera estrategia: di algo alentador a la persona con la que interactúes en los primeros treinta segundos .....	192
12.2. Segunda estrategia: sé amable, cada persona con la que te encuentres estará librando una gran batalla .....	194
12.3. Tercera estrategia: cuando trates a la gente recuerda que somos ante todo seres emotivos, no lógicos .....	194
12.4. Cuarta estrategia: se puede hacer más amigos en dos meses cuando uno se interesa por los demás que en años cuando uno se interesa por sí mismo .....	195
12.5. Quinta estrategia: no es posible ganar una discusión .....	196
13. Cómo evitar los tecnicismos en derecho: cuando la claridad precede a la persuasión .....	196
13.1. Lo importante no es lo que queremos decir sino lo que nuestro interlocutor percibe y entiende .....	197
13.2. Las personas tendemos a negar lo que no entendemos bien	



como medio de protegernos .....	198
13.3. La claridad con los clientes .....	199
13.4. La claridad del abogado en su exposición en sala .....	200
<b>CAPÍTULO 4. CONTROL DEL TIEMPO .....</b>	<b>203</b>
1. La mayor parte de nuestro tiempo no nos pertenece .....	203
2. La gestión del tiempo basada en nuestros principios: la diferencia entre el reloj y nuestra brújula .....	204
3. La clave: la reagrupación de tareas .....	206
3.1. Ejemplo de planificación semanal siguiendo el modelo de reagrupación de tareas .....	208
4. ¿Qué es lo más importante que tengo que realizar en los próximos minutos? .....	210
5. Nuestras energías varían a lo largo de nuestra jornada laboral .....	211
6. Una correcta gestión documental... nos ahorra mucho tiempo .....	212
6.1. Nuestras dos excusas favoritas: ¡ya lo archivaré más tarde! Y, por si acaso, ¡guardaré el documento! .....	213
7. La planificación diaria del trabajo .....	214
8. La delegación eficaz: la regla del diez por ciento .....	219
9. La gestión del estrés de los abogados .....	220
9.1. Un día cualquiera en la vida de cualquier abogado .....	220
9.2. Conocer el estrés .....	222
9.3. ¿Cómo podemos controlar el exceso de estrés? .....	224
10. Cómo ampliar nuestras posibilidades profesionales .....	226
10.1. Hay que tener los ojos bien abiertos para detectar las oportunidades: la diferencia entre ver y mirar .....	227
10.2. Que sea improbable no quiere decir que sea imposible .....	227
10.3. Cualquier innovación debe superar al principio el muro del rechazo .....	228
10.4. Ser el primero en hacer algo supone ya el cincuenta por ciento del éxito .....	229
10.5. Cada nuevo amigo es una puerta abierta a nuevas oportunidades: ten amigos de éxito .....	229
10.6. <i>Be water</i> : fluye como el agua .....	230



RASCHE

10.7. Deja de pensar en clave de limitaciones y empieza a pensar en términos de posibilidades .....	231
10.8. Las ideas que cubren una nueva necesidad son oportunidades de éxito .....	231
10.9. A veces debemos detenernos para que las posibilidades puedan alcanzarnos .....	231
<b>EPÍLOGO</b> .....	235
Seamos el cambio que queremos ver en el mundo .....	235