

Índice General

	<i><u>Página</u></i>
POR QUÉ ESTE LIBRO ERA NECESARIO	17
INTRODUCCIÓN.....	19
PRÓLOGO	23
CAMINO DEL LECTOR	25

PRIMER BLOQUE FUNDAMENTOS DE TRANSFORMACIÓN PERSONAL Y PROFESIONAL

CAPÍTULO 1

EMPATÍA ESTRATÉGICA: ESCUCHAR PARA ENTENDER, CONECTAR PARA INFLUIR.....	31
1.1. La empatía como piedra angular de la relación aboga- do-cliente.....	31
1.2. Qué es —y qué no es— la empatía estratégica.	32
1.3. Por qué la empatía es una ventaja competitiva	33
1.4. Claves prácticas para cultivar la empatía estratégica ..	34
1.5. Casos reales: cuando la empatía cambió el resultado...	37
1.6. La empatía como síntoma de madurez profesional	38

CAPÍTULO 2

COMUNICACIÓN QUE CONECTA: DECIR DERECHO SIN ROMPER EL ALMA DEL CLIENTE	41
2.1. El lenguaje como puente (o como barrera)	41
2.2. La comunicación del abogado: más allá del discurso técnico	42
2.3. Simplificar sin traicionar el rigor.....	43
2.4. Técnicas de comunicación clara para abogados	45
2.5. Gestión de expectativas: la verdad como acto de respeto.....	47
2.6. Storytelling jurídico: conectar desde lo humano	49
2.7. Lo que se dice... y lo que no se dice	52
2.8. Comunicar bien es cuidar	55

CAPÍTULO 3

AUTOLIDERAZGO Y GESTIÓN EMOCIONAL: EL ABOGADO QUE SE DIRIGE A SÍ MISMO.....	59
3.1. El abogado como su propio primer cliente	59
3.2. ¿Qué es autoliderarse? Una definición práctica y realista.....	60
3.3. La gestión emocional como competencia jurídica	61
3.4. Claves prácticas para el autoliderazgo y la regulación emocional	63
3.5. El desgaste invisible: prevenir antes que romperse	65
3.6. El abogado equilibrado: firme por fuera, centrado por dentro.....	67
3.7. Liderarse para liderar	68

CAPÍTULO 4

PENSAMIENTO SISTÉMICO Y VISIÓN DE NEGOCIO: VER EL BOSQUE, NO SOLO EL ÁRBOL	71
---	-----------

	<i>Página</i>
4.1. La ceguera profesional del especialista	71
4.2. Qué es el pensamiento sistémico y por qué el abogado lo necesita.....	72
4.3. Del expediente al ecosistema: cómo mirar de forma ampliada	74
4.4. Ver el despacho como un sistema: personas, procesos y propósito	75
4.5. Diseñar servicios centrados en el cliente	76
4.6. Medir lo que no se ve: el valor del trabajo invisible	79
4.7. Por qué muchos proyectos de innovación legal fracasan	80
4.8. La paradoja de la inversión: no financiar lo que no se mide	81
4.9. Una mentalidad para abogados del presente (y del futuro)	82
4.10. Pensar en sistema es pensar con alma.....	83

CAPÍTULO 5

GESTIÓN DEL TIEMPO Y PRODUCTIVIDAD REAL: MENOS HACER, MÁS SENTIDO	85
5.1. El tiempo del abogado: ese bien que siempre falta	85
5.2. El mito del multitasking: hacer mucho, lograr poco	86
5.3. Neuroproductividad jurídica: trabajar con el cerebro, no contra él.....	87
5.4. Tiempo visible, tiempo invisible.....	89
5.5. Cómo gestionar el tiempo sin perder el alma	91
5.6. De la productividad tóxica al rendimiento sostenible...	94
5.7. Qué hacer cuando ya no puedes más	96
5.8. El valor de hacer menos, pero mejor	98
5.9. El tiempo como espejo de tus prioridades.....	101
5.10. Ser dueño de tu tiempo es empezar a ser dueño de tu vida.....	103

CAPÍTULO 6

CULTURA DE INNOVACIÓN: CAMBIAR SIN PERDER LO QUE SOMOS	105
6.1. Innovar no es modernizar, es transformar	105
6.2. Por qué innovar da miedo (y por qué merece la pena) ..	106
6.3. Innovar desde lo pequeño: el ratón, la mosca y los detalles.	108
6.4. Creatividad jurídica: la quietud como semilla	109
6.5. Barreras invisibles a la innovación en despachos	110
6.6. Legal design: diseñar servicios pensando en personas. .	111
6.7. El abogado híbrido: técnico, humano, gestor y creativo.	113
6.8. Innovar también es decir no	115
6.9. De la creatividad puntual a la cultura continua	116
6.10. Cambiar para ser más nosotros mismos	118
6.11. Tecnología útil: cómo elegir bien y trabajar mejor	119
<i>I. Diagnóstico antes que decisión: ¿qué necesitas realmente?</i>	119
<i>II. Las cuatro áreas donde la tecnología sí marca la diferencia</i>	120
<i>III. Cómo implantar tecnología sin perder el alma</i>	121
<i>IV. Tecnología con alma: el verdadero propósito</i>	122

SEGUNDO BLOQUE COMPETENCIAS FUNCIONALES Y ESTRATÉGICAS

CAPÍTULO 7

MARCA PERSONAL Y REPUTACIÓN DIGITAL: SER VISIBLE SIN DEJAR DE SER TÚ	125
7.1. El nuevo escaparate: no estamos donde trabajamos, sino donde nos buscan	125
7.2. Qué es (de verdad) una marca personal jurídica	126
7.3. Autenticidad profesional: no necesitas parecer, sino conectar	128

	<i><u>Página</u></i>
7.4. El poder del contenido: educar, inspirar, posicionar. . . .	129
7.5. Visibilidad con propósito: no todos los focos iluminan . .	131
7.6. Cómo construir tu posicionamiento sin artificios	132
7.7. Reputación digital: lo que sí se ve (aunque no lo digas) .	133
7.8. El arte de comunicar con autoridad tranquila	135
7.9. La oportunidad de los perfiles híbridos	136
7.10. Construir sin prisa, mantener con pasión	137

CAPÍTULO 8

MODELO PROFESIONAL Y PROPUESTA DE VALOR:

DISEÑAR UNA CARRERA CON SENTIDO	139
8.1. Identidad profesional y propósito: quién eres antes de ejercer	141
8.2. Posicionamiento diferencial: no ser mejor, sino ser distinto	142
8.3. Diseño de servicios y propuesta de valor: construir desde lo que eres	144
8.4. Narrativa profesional y conexión con la audiencia: el arte de contar quién eres.	145
8.5. Estrategia de comunicación: hablar para que te escuchen	147
8.6. Construir visibilidad sin ansiedad	148
8.7. Pricing con sentido: valor, no tarifa	149
8.8. Comunicación auténtica: del relato interno al relato público	152
8.9. Canales, formatos y estrategia omnicanal.	154
8.10. Definir servicios, precios y canales de captación con enfoque de valor	156

CAPÍTULO 9

VENTAS ÉTICAS PARA ABOGADOS	159
9.1. El tabú de las ventas en la abogacía	159

	<i>Página</i>
9.2. Vender sin parecer vendedor	160
9.3. Vender escuchando: detectar, proponer, acompañar . . .	161
9.4. Objeciones y precios: conversaciones, no batallas	162
9.5. Diseño de una conversación de venta sin fricciones	164
9.6. Errores frecuentes en ventas jurídicas y cómo evitarlos	165
9.7. La venta como acto de servicios	167
9.8. La venta como acto de servicios	168
9.9. Objeciones: cómo escucharlas, responderlas y aprender de ellas	169
9.10. Cierre con propósito: más que vender, construir relaciones	171

BLOQUE TRES COMPETENCIAS RELACIONALES, ÉTICAS Y TECNOLÓGICAS DEL ABOGADO CONSCIENTE

CAPÍTULO 10

NEGOCIAR SIN ROMPER, RESOLVER SIN IMPONER	175
10.1. Cuando resolver es más difícil —y valiente— que ganar	175
10.2. El conflicto como oportunidad de mejora	176
10.3. Escuchar más allá de las palabras: el poder de la atención plena	177
10.4. Negociar no es perder: es decidir desde el poder interno	178
10.5. Educar al cliente también es parte del proceso	179
10.6. La resolución colaborativa como seña de identidad profesional	180

CAPÍTULO 11

ÉTICA ACTIVA Y COMPROMISO CON EL CLIENTE: EJERCER CON CRITERIO, DECIDIR CON ALMA	183
11.1. Ética activa: ejercer con criterio, decidir con alma	183

	<i><u>Página</u></i>
11.2. Integrar la ética en cada fase del caso	184
11.3. Los dilemas más comunes y cómo afrontarlos	185
11.4. Cómo recuperar la confianza social en la profesión	187
11.5. La ética como columna vertebral del abogado que viene	188

CAPÍTULO 12

INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA ABOGACÍA: COMO HERRAMIENTA, NO COMO REEMPLAZO	191
12.1. El debate equivocado: no es si la IA sustituirá al abogado, sino qué abogado sobrevivirá a la IA	191
12.2. El nuevo binomio: tecnología + criterio jurídico	192
12.3. Qué puede —y qué no puede— hacer la IA en el trabajo del abogado	193
12.4. Criterio humano y responsabilidad profesional: el lugar irremplazable del abogado	194
12.5. Formarse para decidir: el nuevo aprendizaje del abogado en tiempos de IA	195
12.6. Escenarios reales de uso de IA en despachos jurídicos .	196
12.7. Un futuro más humano (y más exigente).	197

CAPÍTULO 13

EL ABOGADO QUE VIENE	199
13.1. Qué te hace único (y cómo contarlo al mundo)	199
13.2. Cómo seguir aprendiendo: guía de formación continua .	201
13.3. Cuaderno de acción: autoevaluaciones y plan de mejora personal	203

EPÍLOGO	207
ÍNDICE AMPLIADO DE COMPETENCIAS Y HABILIDADES CLAVE	211
CUADERNO DE ACCIÓN	213
ANEXO FINAL	215
BIBLIOGRAFÍA	217