

# Índice

<b>Nota de los autores</b> .....	11
<b>Prólogo</b> .....	13
<b>1. ¿De qué hablamos cuando hablamos de mediación?</b> .....	21
1.1. La cultura de la mediación: justificación ideológica desde la perspectiva del derecho .....	21
1.2. Metodologías de resolución de conflictos: para qué utilizamos la mediación .....	30
1.3. ¿Qué es un mediador .....	36
1.3.1. <i>Una cuestión difícil</i> .....	36
1.3.2. <i>Un mediador es un tercero que interviene a requerimiento de las partes</i> .....	38
1.3.3. <i>Un mediador ayuda a las partes a llegar a un resultado, pero son las partes las que deciden qué resultado</i> .....	39
1.3.4. <i>Un mediador es un experto en comunicación humana y trabaja con el lenguaje</i> .....	39
<b>2. La mediación en el ámbito mercantil</b> .....	43
2.1. Apuntes para el mediador mercantil: conceptos que debe conocer .....	43
2.1.1. <i>Conceptos y términos más usuales en el ámbito mercantil</i> .....	44
2.1.2. <i>Conceptos básicos y especificidades de la empresa familiar</i> .....	47

2.1.2.1. Empresa familiar . . . . .	47
2.1.2.2. Ventajas e inconvenientes de la empresa familiar . . . . .	48
2.1.2.3. Tendencias actuales en la familia que afectan a la empresa familiar . . . . .	49
2.1.2.4. Casos frecuentes . . . . .	49
2.1.2.5. Glosario específico referente a la empresa familiar . . . . .	51
2.2. Evolución legislativa en el ámbito mercantil . . . . .	59
2.2.1. <i>Evolución legislativa</i> . . . . .	59
2.2.2. <i>Ámbito mercantil de la mediación</i> . . . . .	61
2.3. Diferencias entre el asesor jurídico y el mediador . . . . .	63
2.4. El proceso de mediación mercantil . . . . .	68
2.4.1. <i>Derivación a mediación</i> . . . . .	68
2.4.2. <i>Información y sesión informativa</i> . . . . .	69
2.4.3. <i>Sesión constitutiva y de presentación inicial</i> . . . . .	70
2.4.4. <i>Sesión de información</i> . . . . .	73
2.4.5. <i>Identificación del problema</i> . . . . .	75
2.4.6. <i>Búsqueda de opciones</i> . . . . .	76
2.4.7. <i>Concreción de los acuerdos</i> . . . . .	77
2.5. La mediación empresarial exprés . . . . .	78
2.5.1. <i>Qué es y cuándo puede ser de utilidad</i> . . . . .	78
2.5.2. <i>Características específicas de la mediación empresarial exprés</i> . . . . .	79
2.5.3. <i>Las herramientas destacadas</i> . . . . .	81
<b>3. Caja de herramientas para el mediador: microtécnicas, entrenamiento y elementos de reflexión</b> . . . . .	85
3.1. Antes de mediar: reflexión y técnicas . . . . .	85
3.1.1. <i>Las responsabilidades del mediador: aquello que sí nos toca hacer a nosotros</i> . . . . .	85
3.1.2. <i>Hablemos de empatía</i> . . . . .	87
3.1.3. <i>Principios psicológicos que aparecen en el conflicto</i> . . . . .	88
3.1.4. <i>Prevenciones que debe tomar el mediador</i> . . . . .	93
3.1.5. <i>Separar el trigo de la paja: posibles causas ocultas en el conflicto</i> . . . . .	94

3.1.6. <i>La responsabilidad: de asumir el poder a potenciar a las partes</i> . . . . .	98
3.1.7. <i>Voluntariedad y confidencialidad: las garantías de la mediación</i> . . . . .	101
3.1.8. <i>Modelos de mediación: guía de degustación</i> . . . . .	104
3.2. <i>La mediación por dentro: aspectos artesanales y técnicas</i> . . . . .	108
3.2.1. <i>La escucha activa: transformando el conflicto desde el principio</i> . . . . .	108
3.2.2. <i>El arte del parafraseo</i> . . . . .	110
3.2.3. <i>La mirada del mediador: no preguntamos para buscar respuestas, sino para sembrar dudas</i> . . . . .	114
3.2.4. <i>El replanteo o reformulación</i> . . . . .	116
3.2.5. <i>La normalización</i> . . . . .	117
3.2.6. <i>El acto incondicional</i> . . . . .	120
3.2.7. <i>Enfrentar a las partes a su MAAN</i> . . . . .	124
3.2.8. <i>Técnica del «cómo empeorar</i> . . . . .	125
3.2.9. <i>Técnica del escenario más allá del problema</i> . . . . .	125
3.3. <i>Cosas que no debe hacer un mediador</i> . . . . .	125
3.3.1. <i>Convertirse en árbitro</i> . . . . .	125
3.3.2. <i>Comprometerse con la solución</i> . . . . .	127
3.3.3. <i>Llevarse el problema a casa</i> . . . . .	127
3.3.4. <i>Pensar que las partes te están entendiendo</i> . . . . .	128
3.3.5. <i>Pensar que una parte entiende lo que dice la otra parte</i> . . . . .	128
3.3.6. <i>Aceptar chantajes</i> . . . . .	129
<b>4. Ejemplos de casos</b> . . . . .	133
Caso 1. Bar Los Hermanos . . . . .	133
Caso 2. Empresa Procosa . . . . .	141
Caso 3. Un ejemplo de mediación exprés . . . . .	149
<b>Bibliografía consultada</b> . . . . .	151