

Ana Criado: “La sesión informativa es el primer paso para escuchar el conflicto del cliente”

Pamplona, miércoles, 5 de octubre de 2016



La abogada y mediadora Ana Criado Inchauspé, presidenta y socia fundadora de la Asociación Madrileña de Mediadores, visitó el pasado jueves el MICAP para impartir una jornada de formación, organizada por el CEMICAP, que tuvo como tema la sesión informativa en el proceso de mediación. Entre otras ideas, recomendó emplear la sesión informativa para comenzar a entender el conflicto entre las partes; recordó que es en la mediación extrajudicial dónde el mediador encuentra mejores oportunidades para desarrollar su carrera profesional; y defendió la necesidad de entender la mediación como un producto que hay que vender. En este sentido, expuso que la mayoría de mediadores no conciben la mediación como un servicio, como un producto que hay que vender, lo que a su juicio, es un error.

¿Cuáles han sido las ideas más importantes que ha querido transmitir hoy a los miembros del CEMICAP?

Me da la sensación de que en Pamplona el desarrollo más importante de la mediación ha sido en el ámbito intrajudicial. Y uno de mis objetivos ha sido recordar a mis compañeros que las opciones laborales se encuentran en la mediación extrajudicial. La mediación más necesaria es la preventiva, la que hace que evitemos un juicio. Es importante que la gente resuelva sus conflictos de una manera dialogante, escuchándose, llegando a un acuerdo, evitando los tribunales.

Asimismo tenemos que empezar a vender nuestros servicios y a cobrar por ellos. Hay asociaciones que llevan más de 10 años mediando en el ámbito intrajudicial sin cobrar, mediadores trabajando gratis para los juzgados. Somos profesionales, estamos formados, y tenemos que cobrar. Por eso me gusta recordar a los mediadores que la mediación es un servicio y que tenemos que venderlo.

¿Cómo describiría el panorama de la mediación en España en la actualidad?

A raíz de la publicación de la Ley 5/2012 de Mediación en asuntos civiles y mercantiles, se ha evolucionado mucho en este campo. Por ejemplo, la mediación se ha abierto a muchas profesiones que antes ni se pensaba que pudieran estar en ella. Hay mediadores que provienen de profesiones tales como: arquitectos, aparejadores, ingenieros, médicos... Y por supuesto, abogados.

Sin embargo, la mediación, sigue siendo un sistema alternativo de resolución de conflictos que el ciudadano no conoce y ése es el gran desafío que tenemos los mediadores por delante: acercar la mediación a la ciudadanía, trabajar en su difusión, para que se entienda que el juicio es el último cartucho. Todavía nos queda mucho por hacer.

¿Cómo valora el desarrollo de la Ley de Mediación?

La Ley se implantó en España a raíz de una directiva Europea del año 2008, lo que significa que la mediación civil y mercantil también se ha desarrollado en todos los países de la UE. Sin embargo, el proceso está siendo, en general, muy lento. El 26 de agosto de este año, el Parlamento Europeo publicó un estudio sobre la implantación de la [mediación](#), y España está evolucionando a la par del resto de países de la UE. Los ciudadanos europeos, cuando tienen un conflicto, siguen acudiendo a un abogado en lugar de acudir a un mediador.

Tenemos que intentar implantar una cultura/visión/costumbre en la que lo lógico sea que, cuando tengamos un conflicto antes de pensar en un pleito, tratemos de resolverlo por otra vía. Costará, pero al final, se conseguirá. La mediación ha llegado para quedarse.



¿Cuál debe de ser la relación entre el abogado y el mediador?

De cooperación absoluta. Los mediadores no estamos para quitar el trabajo a los abogados. La labor del abogado ha evolucionado. El abogado no está sólo para pleitear, también puede negociar, conciliar, derivar a mediación o a arbitraje.

El abogado del siglo XXI es alguien que tiene que facilitar a su cliente la resolución de un conflicto, no decidir por él al 100%. Plantearle las diferentes alternativas que pueda haber y que él sea partícipe de la resolución de su problema. Alguien que le pregunte a su cliente: “¿Usted, qué necesita para sentirse satisfecho con la resolución de este problema?” Además de ganar, hay veces que los clientes quieren otra cosa. Tal vez quieran un reconocimiento, a lo mejor estaban esperando una disculpa, o querían que el juez dijera literalmente en la sentencia que la otra parte era un ladrón/a, o que le destrozó la vida, etc. Una mediación permite que las partes descarguen su

emoción. No nos olvidemos que el 90% del conflicto lo origina la emoción, y no el incumplimiento legal.

El abogado tiene que entender que el mediador está para ayudarlo y para acompañarlo. Y, por supuesto, el mediador tiene que aceptar al abogado en las sesiones y en la sesión informativa. Son funciones absolutamente complementarias.

¿Cómo debe plantear el mediador la sesión informativa para que sea efectiva?

La sesión informativa es de asesoramiento y de información. Pero sobre todo, es el primer paso para empezar a escuchar el conflicto de las partes. No creo que sea algo que sólo sirva para que el mediador explique a las partes en qué consiste la mediación, sino todo lo contrario. El mediador tiene que ser capaz de entender qué le pasa a la gente, qué necesita y a partir de ahí, si puede ayudarlo, explicarle de qué manera.

Si informamos siempre con el mismo discurso estructurado, es posible que lo que estamos contando no sirva para nada. Si adaptamos la mediación a su problema y a su necesidad, es muy probable que nuestro interlocutor lo entienda mejor. Hay que transformar la sesión informativa.



UN PRODUCTO QUE HAY QUE VENDER

Usted insiste en que la mediación es un producto y que hay que venderlo.

¿Por qué no vamos a vender la mediación? Sé que es un tema polémico, en parte porque la mediación está rodeada de un “buenismo” que nos ha perjudicado, sólo hay que ver la cantidad de mediadores que realizan mediaciones intrajudiciales gratis. Parece ser que los mediadores no tenemos gastos, ni hipoteca, ni hijos...

La gente se compra un cuadro por diferentes motivos: para invertir, porque le conmueve, porque quiere tapar un agujero, por el marco, etc. Si tengo una galería de arte y no pregunto al cliente para qué quiere un cuadro, no puedo entender su necesidad. Y así, ¿Cómo voy a vender el cuadro que necesita?

En la reunión informativa explicamos que la mediación es buena porque es rápida. Y la persona puede pensar: “Ya, pero yo no tengo prisa”. También solemos decir que la mediación es buena porque ahorramos dinero: “No, yo soy millonaria. El dinero es lo de menos”, nos puede contestar. Si yo no sé qué necesita el cliente, para qué le voy a empezar explicando que el mediador es imparcial, objetivo... No, no, no. Olvídate.

Lo normal es que el mediador llegue y suelte el siguiente discurso: “La mediación es un sistema alternativo de resolución de conflictos en el que las partes llegan a sus propios acuerdos de forma voluntaria...”. Y es verdad, la mediación es todo eso, pero el cliente siente que no le sirve para nada. Sin embargo, si primero le escucho y comprendo su situación, le puedo explicar si es un servicio adecuado para sus necesidades, y, vender mi servicio.

¿Considera que la falta de una actitud comercial es más acusada entre los abogados que en mediadores de otras profesiones, que tal vez tengan una mayor tradición en este sentido?

En cierto modo es así, porque desde la época de los romanos, quien tiene un problema llama a un abogado. Con lo cual, el abogado apenas tiene que vender sus servicios. Pero, ¿quién sabe para qué sirve un mediador? Si un abogado también quiere trabajar como mediador tendrá que hacer un esfuerzo para captar clientes en ese ámbito.

Vivimos en la era digital. No cuesta nada hacer un vídeo, explicar en qué consiste este nuevo servicio, subirlo internet, difundirlo en las redes sociales... Tenemos que crear nuestro propio marketing. Y afortunadamente, con la tecnología, no es tan complicado, pero hay que perder el miedo y la vergüenza. Hay que salir a la calle y atraer a los clientes a nuestros despachos, en estos

momentos pretender que sean las partes las que busquen la mediación por iniciativa propia es ilusorio. Necesitamos difundir.