



Escuela de Obras 2014/2015

Trabajar juntos: condiciones para descubrir y cambiar

Intervienen

- Alejandro Marius, Presidente de *Trabajo y Persona*
- Roberto Vitali, Presidente de *Village4All*

Modera

- Bernard Scholz, Presidente de la *Compañía de la Obras Italia*

28 de mayo 2015

Alejandro Marius

Buenas tardes, soy Alejandro Marius, agradezco a Mónica y a Bernard que me hayan invitado a compartir nuestra experiencia con vosotros en la Escuela de Obras.

Me han realizado cuatro preguntas y he querido responder a la primera desde aquí, desde esta plantación de cacao venezolano, que es el mejor del mundo. Hasta aquí hemos traído, como parte de nuestra actividad formativa, a las muchachas empresarias del chocolate para hacer una visita y que puedan conocer el lugar de primera mano.

Lo primero que me han pedido es contar cómo es la situación en Venezuela. Esta plantación que veis es propiedad del gobierno, lo que prueba que estamos dispuestos a trabajar con todos, a encontrarnos con todos. Pero, la verdad es que en estos momentos Venezuela pasa por un momento de crisis muy fuerte, sobre todo por una política de estado que no favorece el desarrollo de la persona y del país. Porque el poder -esto sucede en todos los lugares-, cuando quiere ser el único en responder a las necesidades de las personas, no funciona.

He querido responder a la primera pregunta en este sitio tan bonito porque desde mi oficina sería más aburrido sobre todo a esta hora de la tarde.

Os doy algunos datos que son importantes desde el punto de vista económico. Por ejemplo, siguiendo la tasa más alta de cambio (de las tres que tenemos) entre dólares y bolívares -nuestra moneda local-, el salario medio en Venezuela es de 33€ mensuales que equivaldría a algo más de 1€ al día. Pero si se hace el cambio en el mercado negro nos saldrían 17€ de sueldo mensual para un obrero.

Para tener una comparación de lo que son 17€, en Méjico la media es de 120€, en Nicaragua 100€ y en Argentina 330€ al mes. El año pasado, en el 2014, tuvimos un 14% de inflación, una de las más altas del mundo; la segunda de América Latina, después de Argentina con un 38%. Este año se prevé que en Venezuela lleguemos a alcanzar un 100% de inflación. Pensad, por ejemplo, que el chocolate que hacen estas mujeres emprendedoras lo hemos vendido a 600 bolívares en Navidad. Ahora, el coste es de 1200 bolívares. Así que, en seis meses, el coste ha aumentado un 100%.

Además, Venezuela es un mercado de divisas cerrado. El gobierno controla el acceso a los dólares, tanto si son míos, de una persona física, como si son de las empresas, que tienen que pedir permiso al gobierno para importar.

Escasean los medicamentos. Por ejemplo, en los hospitales públicos falta el 95% de las medicinas, además del papel higiénico, el jabón...

El pasado fin de semana tuvimos los ejercicios espirituales con varias comunidades de Venezuela y fue un momento de encuentro y de intercambio de productos: algunos que venían del interior traían café, otros traían papel higiénico y el jabón, otros las compresas... Por ejemplo, mis tres hijas mayores necesitan usar compresas pero no las pueden comprar. Cuando llegan, se pueden comprar sólo dos o tres paquetes por persona, y lo pueden hacer sólo los mayores de edad, así que ellas, que tiene 11 o 15 años, no pueden comprarlas. O bien los pañales para los niños: cuando llegan, las mujeres tienen que hacer cola cargando con los niños y el certificado de nacimiento para demostrar que es su hijo. O, por ejemplo, la semana pasada se me descargó la batería del coche. Para poder comprar una nueva en un sitio legal tuve que hacer cola desde las cuatro de la mañana con la batería vieja.

Mi documento de identidad termina en 9, así que sólo puedo ir a comprar al supermercado el viernes y el domingo, porque hay un control y pueden ir a comprar sólo dos números cada día. La gente tiene que pedir permiso en el trabajo para poder ir a hacer la cola y comprar lo que necesita.

Desde el punto de vista social -esto no sólo pasa en Venezuela- un tercio de los homicidios en el mundo tienen lugar en América Latina. Homicidios y muertes violentas. Para Venezuela esto no es un orgullo. Se estiman 82 muertos por cada 100.000 habitantes. El año pasado tuvimos 25.000 muertos de manera violenta. Cuento un hecho que le sucedió a mi hija: el padre de un compañero suyo murió hace dos semanas, llevaba arma (que aquí es algo muy habitual). Le mataron delante de su mujer y de su hijo. El 51% de los venezolanos ha vivido cerca de su casa una experiencia así.

Otra cosa que está sucediendo es que los jóvenes y los profesionales se están marchando del país: el 57% de las personas con titulación universitaria se han ido. Según las estadísticas, sobre 30 millones de personas, 1.2 millones han emigrado, y uno de cada diez habitantes querría marcharse del país.

Con una situación así podéis imaginar que la vida no es fácil, es muy compleja. Añadamos además el factor político: por ejemplo, el alcalde de Caracas está en la cárcel porque escribió una carta en el periódico diciendo que este gobierno debía cambiar. Al día siguiente llegaron los policías y se lo llevaron a la cárcel. Imaginad el tipo de vida que puede hacer un político.

Pensad en las asociaciones non profit como la nuestra: han cambiado la ley desde hace poco y, ahora, algunas ya no pueden recibir donaciones. Nosotros estamos catalogados como asociación asistencial y tenemos relaciones con instituciones locales, de base, también cercanas al gobierno, y tenemos todavía la posibilidad de recibir donaciones, porque para nosotros la fuente principal de recursos son las acciones de responsabilidad social de nuestras

empresas y los proyectos de cooperación internacional.

Para concluir este primer punto, está claro que cuando el poder se pone como la respuesta a todas las necesidades de las personas, el resultado es este, ciertamente no positivo. Al contrario: llevan a una situación muy difícil y crítica.

La segunda pregunta que me han hecho es cómo estamos viviendo esta situación. Han surgido varias iniciativas. Por ejemplo, es muy difícil importar alimentos, incluso como donaciones, porque el gobierno controla todas las aduanas. Pasa también con las medicinas. Entonces nos pusimos en contacto con el Banco Farmacéutico en Italia y ellos han encontrado un canal con una fundación que hace llegar medicinas de primera necesidad. Hemos iniciado una colaboración con esta fundación y, poco a poco, están llegando todas las medicinas. Para ayudarnos, también hemos hecho un grupo de whatsapp en las diferentes comunidades y así quien tiene una necesidad lo escribe en el grupo. Cuando vamos a la farmacia podemos tener en cuenta las necesidades de los demás y, si tenemos la posibilidad de comprar, lo haces también para tus amigos.

Ha habido amigos dentro de Compañía de las Obras que nos han ayudado a encontrar otros mercados. Por ejemplo, nuestro amigo Diego importaba productos y los distribuía después en Florida. También ha puesto en marcha una planta para procesar piña en Perú y para importar alimento gourmet en ese país.

Un amigo nuestro que hace instalaciones eléctricas ha tenido que irse con toda la familia a Panamá, porque sus familiares tenían miedo de la situación, sobre todo su mujer. Y allí él está empezando a poner en marcha su empresa. La mayor parte de la dirección de la Compañía de las Obras de Venezuela está ahora trabajando en el extranjero, porque la realidad te obliga a irte, porque aquí ciertas actividades no se pueden desarrollar.

Pongo otro ejemplo sobre la colaboración. En “Trabajo y Persona” trabajamos distintas especialidades: la mecánica, estamos trabajando con Ford; estamos también trabajando con una empresa que produce madera para enseñar a los chavales a diseñar muebles; las telecomunicaciones, para la tv satélite; con L'Oreal para formar a peluqueros... Con el chocolate estamos trabajando con nuestro amigo Bernardo, que ha dejado su viejo trabajo para ir a trabajar en la fábrica de ron Santa Teresa. Con Bernardo hemos empezado a hacer degustaciones de ron al chocolate para eventos sociales.

Hemos invitado al experto de ron, al experto en chocolate, a las chicas que trabajan en la producción del chocolate y a los jóvenes ex delincuentes que trabajan en la empresa de ron. Realizamos un evento de altísimo nivel con ron y chocolate y, a través del testimonio de las personas que hemos formado,

hemos comunicado un mensaje de esperanza a la gente con dinero que había asistido al evento, pero que no tenía ninguna esperanza en el país. Bernardo me ha dicho que le gustaría, tanto a él como a la empresa Santa Teresa, formar parte de la Compañía de las Obras, porque supone para él una experiencia personal para afrontar la situación.

Ahora os presento a una persona que es maestra de chocolate. Ella es de origen francés/alemán y está aquí en Venezuela para trabajar en el tema del cacao y del chocolate. Ella contará la experiencia que está haciendo de nuestro país y del proyecto que estamos desarrollando juntos empresas, universidades, sectores nos profit y “Trabajo y Persona”.

El tercer punto es por qué, en una realidad así, en lugar de cerrarnos - y que cada uno se ocupe de lo suyo-, estamos colaborando con distintas realidades. Yo personalmente creo que la realidad, a pesar de todas sus dificultades, es siempre positiva; incluso con todos los desafíos y problemas evidentes que existen. Hay siempre una posibilidad de colaborar y crecer junto a otros.

En estos años en los que he iniciado el trabajo con las obras sociales, se me ha hecho evidente que he crecido profesionalmente: en el ámbito financiero, en la relación con el banco; a nivel de gestión, gestionando un equipo de doce personas con más de mil alumnos; desde el punto de vista productivo, en cuanto que hemos iniciado la producción de chocolate junto a una empresa de chocolate; con una empresa internacional como Ford, a nivel comercial; pero, sobre todo, a nivel humano, porque, en una situación de crisis como esta, poder estar al lado de personas que tienen verdaderamente un deseo infinito de poder trabajar y responder a los desafíos de la realidad, es algo fantástico.

Ahora paso la palabra a una de las tres chicas que trabajan con nosotros - ¡hemos hecho ya una comunidad de empresarias del chocolate!- para que cuente su experiencia, así entenderéis el tipo de persona, el tipo humano de personas de las favelas que, incluso en medio de las dificultades, tienen una mirada, una sonrisa frente a su vida y, por tanto, pueden desarrollar aún mejor todas las competencias necesarias y todas las ganas de trabajar.

La pregunta que hacemos a nuestra amiga es: ¿qué ha cambiado en tu vida y qué recorrido has hecho desde la situación en la que vivías y el encuentro con una propuesta de trabajo?

Soy una empresaria del chocolate; este curso me ha permitido desarrollar un trabajo y un recorrido formativo profesional. Vivo en una favela, tengo un hijo autista y gracias a este curso he podido desarrollar un recorrido interesante que me ha permitido también ganar dinero para vivir. En Venezuela existe siempre la posibilidad de hacer contrabando de productos y ganarse un dinero de manera fácil pero ilegal. En esta situación difícil puede emerger lo mejor o lo peor de cada persona, pero gracias al recorrido que estoy haciendo, y que

creo que es bueno, logro también ayudar a mi hijo. Hay que dar oportunidades a las personas, yo partí de una situación en la que no tenía nada, y gracias a esto y a las ganas de trabajar que tengo he podido desarrollar este camino para la producción de chocolate. Me siento bien sabiendo que estoy contribuyendo al desarrollo del país, que estoy generando algo para su crecimiento, en lugar de no hacer nada o hacer algo ilegal. Estoy muy feliz porque después de aprender a trabajar el chocolate tengo conocimiento de todo el recorrido de su producción, desde el principio hasta el final, desde la plantación a mi trabajo final.

La cuarta pregunta es: ¿cómo nos cambia a nosotros todo esto? Para nosotros cambiar no es una opción. Es una exigencia dictada por la realidad. No por ello es algo negativo o un mal, es más, es muy útil. Y esto se ve en los testimonios, en las ganas, en la alegría y en el deseo que tenemos de trabajar más y mejor.

Bernard Scholz

Hoy hemos visto personas que, sin problematizar, sin resentimientos de frente a la difícil situación, han comenzado a construir lo que está a su alcance.

Quisiera subrayar dos aspectos: la necesidad que nos ha puesto de manifiesto Marius no se ha quedado en una intuición, sino que se ha transformado en una búsqueda de conocimiento y competencias. Esto es decisivo, porque si nos quedamos sólo en el nivel de la necesidad tal como se presenta y no intentamos comprenderla, encontrando nuevas oportunidades con método y competencias, nos quedamos determinados por la situación. Por tanto, ha surgido un trabajo, no una improvisación: ha nacido una escuela de formación profesional. Se ha implicado a las personas en un trabajo concreto, se ha desarrollado una actividad aún en medio de las dificultades. Este proceso de conocimiento y de competencias ha ido profundizándose poco a poco, y se ha ido implicando a otras personas. Sólo cuando existe un camino que se puede recorrer, que se convierte en un trabajo, es posible implicar a otros de manera constructiva.

Este es un ejemplo de cómo la iniciativa de una o dos personas puede convertirse en una oportunidad para muchos: una necesidad que no se convierte en asistencialismo, sino en un trabajo para hacer con otros.

Trasladando esto a nosotros, comparándonos, entendemos que, a menudo, nos lamentamos injustamente. Es fácil encontrar coartadas, desde la globalización a la política europea que no hace aquello que debería, o China o la burocracia, etcétera. Pero las coartadas nos dejan solos, no nos hace ponernos a trabajar juntos. Por tanto, la primera cuestión es el conocimiento del problema y la búsqueda de oportunidades.

Ahora me gustaría presentar a Roberto Vitali, presidente de Village4All: una gran iniciativa, un gran proyecto para el turismo accesible. Roberto os contará su historia, que ejemplifica cómo, frente a determinados límites, a cambios en las condiciones internas y externas, él ha tomado la iniciativa y ha implicado a otros para trabajar juntos, para cambiar un mundo que parecía inmutable.

En las conclusiones veremos algunos aspectos metodológicos de esto. Doy las gracias a Roberto y le paso la palabra.

Roberto Vitali

Gracias Bernard, gracias a todos vosotros, y sobre todo a la COMPAÑÍA DE LAS OBRAS por su hospitalidad y por permitirme estar aquí para contaros mi historia personal y profesional. En realidad considero que mi vida es una vida normal porque no creo haber hecho nada extraordinario. Como ha dicho y escrito alguien más famoso que yo, simplemente he hecho lo que podía con aquello que tenía; he buscado en primer lugar mi propia realización.

Tuve un accidente en la carretera cuando tenía quince años y estoy en silla de ruedas por la lesión medular derivada de ese accidente. Hoy, después de haber pasado cuarenta años en silla de ruedas, si hay algo que no me ha desaparecido son las ganas de viajar, de conocer gente, de entender a los demás. Entender a los otros nos ayuda, en mi opinión, a entendernos a nosotros mismos.

Nunca me he quedado a medias; aunque moverse en silla de ruedas sea algo complicado, siempre he sido un viajero.

Recuerdo que en aquellos años los hoteles accesibles no existían, así que me movía por Italia con la tienda de campaña y el saco de dormir que, si se mira bien, es todavía más complicado, pero si dabas con la tienda y los utensilios adecuados... ¡hasta yo podía montar mi tienda! Todavía hoy, cuando tengo ocasión, cargo a la familia en el coche y nos vamos con la tienda de campaña: ¡mi mujer protesta un poco pero los niños se divierten un montón!

Para responder a este deseo que tenía de viajar fui desarrollando una serie de proyectos, muchos en el mundo del turismo pero también en el ámbito del deporte, y gracias a la ayuda de muchas personas y algunos empresarios que tuve la ocasión de conocer. Estas personas creyeron en mis ideas, confiaron en mí y me animaron a ponerlas en marcha, a probar; cuando estas ideas empezaron a funcionar seguimos adelante juntos, divirtiéndonos enormemente.

Así que: viajar, para mí, ha sido siempre una necesidad personal. Después,

partiendo de esta necesidad propia, he intentado buscar soluciones para otras personas que tenían problemas similares a los míos, buscando, sobre todo, hacer un recorrido de crecimiento personal.

Sobre la discapacidad, en Italia, se habla mal en general. Hace tiempo ni se hablaba de ello; estoy hablando de la mitad de los años setenta. Por esto puedo decir que he “inventado mi recorrido”. Tengo la costumbre, cuando no entiendo algo, de comprarme libros e informarme, leer -entender sería una afirmación demasiado audaz; intento hacerme una idea y tener una opinión. Desde hace 25 años trabajo en el turismo, en lo que hoy se conoce como turismo accesible. Comencé a ocuparme de turismo de manera profesional por algo casual. Cayó en mi mano una investigación de la Comisión Europea donde se decía que en Europa había 50 millones de personas con discapacidad y, de éstas, por lo menos 35 millones manifestaban un interés por viajar, pero sólo 5 millones lo hacía: así que había un mercado potencial de 30 millones de personas.

Lo primero que me llamó la atención fue la palabra “mercado” que se mencionaba en el estudio, porque cuando se trata de temas ligados a la discapacidad se tiende a pensar automáticamente que “ganar dinero a costa de los discapacitados no está bien”.

Recuerdo que cuando hablaba de turismo con los otros siempre tenía que explicar: “cuando voy de vacaciones no encuentro una habitación adecuada a mis necesidades y, aún así, tengo que pagar la cuenta como los demás. ¿Os parece justo? No me importa pagar, pero me gustaría que me dieran un servicio adecuado a mis necesidades, en cambio, me ofrecen un servicio de escasa calidad que tengo que pagar a un precio como si fuera de alta calidad”. Cuando empecé con todo esto existía un desfase cultural en el país, algo tenía que cambiar. La gente tenía la convicción, extendida todavía hoy, de que las personas con discapacidad que hacían turismo iban a los mismos sitios, todos juntos.

Pero yo también soy una persona: intento socializar con las personas que me caen bien, no con “los discapacitados que van en sillas de ruedas como yo” (hay que dismantelar la idea de que todas las personas que van en silla de ruedas son simpáticas y buenas personas. La silla de ruedas es un instrumento necesario; la diferencia la hacen las personas que están sentadas encima, con sus valores, su sensibilidad, su propia cultura y sus deseos. Y esto, llevado hasta el extremo, quiere decir que no todos somos majos, buenos y guapos!).

Por una serie de casualidades empecé a ocuparme de turismo, a promover el turismo accesible junto a unas cuantas asociaciones, pequeñas y grandes: estábamos en Milán, donde entonces existía la AIAS, que todavía está, y una serie de amigos con los que colaborábamos. Creamos una asociación nacional

para el turismo accesible, donde también participaba una cooperativa de Roma, otra AIAS de Vicenza, etc. Nos encontrábamos para discutir cómo desarrollar este sector, empezando por el tema legal. En su día probamos a seguir esta estrategia diciendo: existen leyes sobre la eliminación de las barreras arquitectónicas así que ¡hagamos que se apliquen!

Con este planteamiento no llegamos muy lejos. En el sentido de que, en Italia, las leyes existen pero, gracias a un sistema burocrático que lo permite, encontramos la manera de saltárnoslas.

El primer gran empresario que en aquellos años creyó en el turismo accesible pensando que aquello era una cosa buena fue Bruno Colombo de “I viaggi del Ventaglio”, un tour operador con sede en Milán, que fue el primero en crear un catálogo dedicado, primero, a las personas con discapacidad motora, después a las personas ciegas, luego a las que tenían intolerancias alimentarias, etc.

Gracias a su empeño en este campo, demostramos a todos que el mercado existía. Desgraciadamente, la comunicación nos sigue sin ayudar todavía, ya que siguen utilizando una jerga que habla de “capacidades diversas”, usando así un término que es engañoso -porque es políticamente correcto, y que no ayuda a entender adecuadamente este sector. Políticos y periodistas tienen todavía hoy la responsabilidad de usar este lenguaje falso “políticamente correcto”, dando un nombre equivocado, e inventado, a una cosa que es normalísima. No existen épocas en las que no haya habido personas con discapacidad: existen épocas con formas diferentes de relacionarse con la discapacidad.

Con “Viaggi del Ventaglio” demostramos en 2 años que la facturación en el sector del turismo accesible pasaba de los 700.000 € a los 4.200.000 €. A la luz de estos datos todavía había personas que decían que no se debía “hacer dinero” a costa de los discapacitados, mientras las personas con discapacidad escribían comentarios llenos de entusiasmo porque, por fin, habían podido hacer unas vacaciones con plena autonomía, añadiendo comentarios del tipo: “Normalmente me gasto el dinero para pasar penurias y no disfrutar de las vacaciones, porque no encuentro los servicios adecuados a mis necesidades”.

Así que supimos interpretar una necesidad que había en el mercado ofreciendo una respuesta profesional, y el resultado ha sido extraordinario tanto desde el punto de vista económico como de satisfacción personal. Hoy puedo decir que he tenido el privilegio de haber sido parte pionera en esto.

En el 2005 conocí a otro empresario turístico propietario de un campamento en Comacchio que se llama Franco Vitali (tenemos el mismo apellido aunque no somos parientes, pero somos de la misma provincia); empecé a trabajar con él haciendo lo mismo que hice para el “Ventaglio”, pero a escala más

pequeña. Quedó tan contento que empezó a presentarme a compañeros suyos y a contarles la experiencia positiva de colaboración entre nosotros y los consejos que le daba, y que, gracias a mi consultoría, estaba ganando dinero e imagen social. Imagen social de verdad, no la que cambia una bombilla (porque eso es ahorro energético, no podemos llamarlo responsabilidad social, desde mi punto de vista).

Después de algunos años de colaboración con estos empresarios, me dijeron: “nosotros hacemos lo que nos has enseñado, pero para podernos diferenciar en el mercado turístico necesitamos un sello de calidad que hoy en día no existe ¿podrías crearlo tú?”.

Todavía hoy, en las guías turísticas viene señalada la accesibilidad en los hoteles utilizando el logo de un hombre en silla de ruedas, el mismo de “los aparcamientos”. Pero la discapacidad es más compleja, existen muchas exigencias, condicionamientos, es un campo muy articulado. Imposible entonces responder a las necesidades de todos exponiendo un simple logo que declara la accesibilidad (no se sabe a quién) o, peor aún, el respeto de las leyes sobre las barreras arquitectónicas.

Por eso, en el 2008, junto a mi socia Silvia Bonoli, creamos Village for all V4A® Sello de Calidad Internacional para el turismo accesible. Somos una empresa profesional, no somos una asociación; nacimos como proyecto de una asociación pero enseguida nos convertimos en empresa. Queríamos relacionarnos con los empresarios como iguales, usando el mismo lenguaje, confrontándonos para entender su punto de vista y creando algo que pudiera responder a sus exigencias.

En este recorrido que empezamos hace siete años encontramos muchas personas con las cuales compartir nuestro proyecto. Por desgracia, en Italia tendemos a pensar que somos geniales a la hora de inventar ideas, y por eso las solemos tener ocultas para que nadie nos las copie; y después decimos: “habría podido funcionar”. Inicialmente yo también tuve esta tentación, después, en cambio, decidí compartir mis proyectos y buscar personas que creyeran como yo que aquella era la manera adecuada de iniciar un recorrido social y empresarial que originara un cambio.

Creamos un sello de calidad que ha obtenido el patrocinio del Ministerio de Turismo, dell'ENIT, pero, sobre todo, el apoyo de dos entidades todavía más importantes que el Ministerio: la FISH -Federazione Superamento Handicap- y la FAITA -Federamping. La FISH veía en el proyecto Village for all -V4A® la posibilidad de hacer consumidores a las personas con discapacidad; la FAITA veía una nueva cuota de mercado a la que ofrecer servicios. V4A® podía convertirse en ese elemento que estaba entre la oferta y la demanda, y que podía hacer de interlocutor.

Esto es lo que hicimos, y lo hicimos con un punto de vista internacional: no pensamos en hacer un proyecto para Italia, sino que hicimos un proyecto para que pudiera funcionar en cualquier país, en cualquier cultura, y pudiera responder a las necesidades de todos, permitiendo que cada uno pueda ser responsable de sus decisiones. Claramente, esto nos llevaba a compartir los criterios de responsabilidad social que están en la Declaración de la ONU sobre los derechos de las personas discapacitadas.

Nuestra “Visión” es esta: “las personas discapacitadas que hacen turismo son turistas”. Las personas discapacitadas han sido vistas como usuarios, en alguna medida como ciudadanos, pero pocas veces como clientes. En cambio el turismo, en nuestra Visión, permite a las personas con discapacidad que sean clientes y pagar por el servicio que se recibe, adecuado a las propias necesidades.

Nos hemos puesto como “Misión” empresarial aquella de “garantizar a cada uno sus vacaciones”.

Hemos contado a los empresarios que hay un mercado y existen datos: hablamos de mil millones de personas con discapacidad en el mundo. 127 millones de personas en Europa que tienen discapacidad o necesidades específicas y con posibilidad de hacer turismo; 12 millones en Italia. Un mercado que en Europa tiene un valor parecido a la maniobra de la Troika en Grecia, es decir, 800 mil millones de euros, y con un factor multiplicador igual a 3, porque uno no va solo de vacaciones.

Cojo como ejemplo mi familia: nosotros vamos de vacaciones cuatro (mi mujer y dos hijos), y normalmente nos acompaña otra pareja que también tienen dos hijos... ¡En total somos 8! Yo soy el conductor que guía el mercado, llevando a mi familia y a mis amigos a la estructura turística más adecuada a sus necesidades.

Para tener nuestro sello no hay “niveles mínimos” que garantizar, pero hay que tener una acentuada inclinación a la hospitalidad, a la calidad, hay que tener ganas de mejorar y mejorarse continuamente. V4A® no es un sello de accesibilidad sino uno de calidad. Si en Italia queremos hacer una estrategia de oferta competitiva lo más importante es saber qué necesitan estos clientes. Nosotros lo sabemos y es lo que intentamos explicar con nuestra actividad de consultoría y apoyo a las empresas turísticas, tanto italianas como internacionales.

La parte de abajo del iceberg que veis en la presentación, es exactamente lo que estamos intentando que emerja con nuestro trabajo: pensad que nosotros somos la única empresa privada en toda Europa que hace este tipo de actividad. Comentaba antes que nuestro sistema funciona en todos los países y culturas; hemos probado nuestro sistema en Brasil, Medio Oriente, Turquía,

muchos países europeos y siempre con los mismos excelentes resultados.
¡Funciona!

Nunca hemos recibido fondos públicos o privados y no empezamos gracias a una subvención de la Unión Europea: lo que hemos hecho ha sido gracias a nuestros recursos, de nuestras familias y nuestro trabajo, pasando hasta dieciocho horas trabajando o estudiando para dar vida al proyecto; ahora que la empresa está en marcha las horas no son ya dieciocho, ¡sino que se acercan a las 20! Hoy Village for all -V4A® es una empresa de cinco personas... pobre de mí: ¡son todas mujeres! Soy el único hombre y me encargo de las relaciones públicas y representación, mientras que ellas trabajan en la oficina (en estos momentos mi director y otras dos compañeras están en Puglia para seguir un proyecto que acaba de nacer: Puglia for all).

Para mí ha sido fundamental entender el mercado (porque es de lo que se trata): nos podíamos haber presentado como todos, diciendo que ofrecíamos estructuras que “respetaban las barreras arquitectónicas”; pero el resultado no habría sido el de hoy.

¿En qué situación se encuentra hoy el tema del acceso a las instalaciones turísticas? La situación es complicada porque no se sabe interpretar las normas sin hacerlo de manera automática o restrictiva: los técnicos piensan que las normas son el objetivo de su trabajo, en lugar de ver las normas como el horizonte al que hay que tender, respetándolas, pero sólo después de haber respetado las necesidades de las personas. Para hacer esto, primero hay que entender las necesidades.

Otra posibilidad de acercamiento a la cuestión podía ser médico, como se ha hecho en Francia donde se ha dividido el mercado del turismo accesible entre ciegos, sordos, personas en sillas de ruedas y aquellas con la cabeza deforme... es decir, con deficiencias mentales. Pero una división médica de este tipo es algo que estigmatiza, que sólo puede dar origen a más prejuicios frente a las persona con discapacidad.

La Organización mundial de la Salud dice que “la discapacidad es una experiencia universal. Antes o después, todos la padecerán durante un periodo de su vida”, por un accidente o por un problema de salud.

Otro modo de afrontar la cuestión es el de las normas de calidad ISO, las estándar. Pero las ISO funcionan cuando se trata de hacer un par de gafas, cuando el producto es siempre el mismo desde el primero al último, pero no cuando se trata de hospitalidad, de acogida, ¡ni mucho menos de atender a las necesidades de personas con discapacidad o necesidades especiales!

Así que nosotros hemos desarrollado un sistema que nos permitiera enfocar el tema de otra manera, buscando una solución que nos permitiera hacer entrar

lo extraordinario en lo ordinario.

Hemos intentado hacer nuestra la frase de Albert Einstein que dice “Tenemos necesidad de un nuevo modo de pensar para resolver los problemas creados por el antiguo modo de pensar”.

El método de trabajo que hemos puesto en marcha consiste en poner en el centro las personas con su necesidad.

¿Qué son las necesidades? Os contaré que en el 2003, año europeo de la discapacidad, hicimos una investigación con el apoyo de la Entidad Bilateral de Turismo y descubrimos que para los tour operadores, agencias de viajes y cadenas hoteleras, no trabajar por el turismo accesible era una pérdida económica. Quedaba al descubierto que los clientes más difíciles de satisfacer eran las personas en sillas de ruedas, y esto nos lo podíamos esperar. Lo que no podíamos imaginar es que en el segundo puesto estaban las personas con niños pequeños. La relación con personas con discapacidad puede ser difícil, pero si se cree que una familia con niños pequeños es un cliente difícil, entonces hay algo que no funciona. Los niños nacen desde siempre y los padres se los llevan con ellos. Como podéis imaginar, para una madre con carrito, juegos, niños y bolso en mano, ir a la playa es más sencillo si encuentra una pasarela que la lleve hasta la sombrilla. Pues bien, esta es la misma solución que hay que dar a una persona en silla de ruedas, o en estado de dificultad. Se trata de responder a una exigencia lógica.

Así que empezamos a clasificar las necesidades, a crear categorías de necesidad para poder encontrar nuevos puntos de vista a partir de los cuales dar respuestas. Partiendo de este análisis pusimos a punto nuestro método, basado en tres elementos fundamentales: Información, Formación, Accesibilidad transparente.

Información significa información objetiva para que las personas estén en grado de tomar decisiones de manera consciente; Formación significa tener personas y gerentes que conocen las necesidades y saben responder con actos y comportamientos adecuados. Accesibilidad transparente significa crear ambientes con un diseño que no sea discriminatorio o con un estilo de hospital.

Antes hablaba de financiación. Desde mayo del 2014 hemos sido reconocidos como start-up, pero no nacimos como tal (hoy hay gente muy buena creando empresas para captar subvenciones, pero nosotros no hemos sido capaces de lograr una financiación desde el 2008 hasta hoy). No obstante, hemos logrado poner en pie una empresa que, desgraciadamente, no encaja en ninguno de los canales de financiación que existen; porque este dinero parece que sólo se da a empresas donde la mayoría son mujeres (nosotros somos socios al 50% yo y mi socia), o que más del 50% del capital sea de personas discapacitadas (el

mismo problema de antes), o la edad esté por debajo de los 35 años (yo tengo 55) o bien tener una sede en el sur (nosotros estamos en Ferrara). A pesar de todo, decidimos seguir adelante con nuestro proyecto y nuestros objetivos.

El concepto con el cual hemos desarrollado la accesibilidad transparente ha sido el de innovación estratégica. Respetar el diseño quiere decir que no tiene que ser un ambiente que discrimine ni parecido a un hospital. Este es un elemento de mucha importancia para las empresas y para los constructores. Una vez me pasó que me mandaron ir a un colegio porque había un niño de seis años en silla de ruedas. Me habían llamado porque “algo no funcionaba, ya que el niño no lograba usar el servicio”. ¡Habían instalado un WC que se escapaba a sus posibilidades! ¿Cómo puede un niño de seis años utilizar un water con mandos inútiles por todos los lados y con un lavabo que parecía una bañera? Cuando les hice estas observaciones la respuesta del técnico fue “hemos seguido la normativa”, así que ¡no es culpa nuestra! Con este planteamiento la pelota estaba en el tejado del niño, porque ellos habían seguido las normas. Tenemos que aprender a interpretar todo el texto de las leyes sobre las barreras arquitectónicas, no sólo la parte de las recetas “la ley no debe prescribir sino prestar un servicio” -significa que las personas con discapacidad necesitan medidas, longitudes, dimensiones, no cosas creadas “ad hoc”. Debido a interpretación equivocada se ha creado un mercado paralelo en el que un water especial cuesta 10 veces más que uno normal -y después a nadie le importa si las personas con discapacidad pueden usarlo con comodidad.

No sabéis cuantas veces me han llamado para decirme “Señor Vitali, venga a ver la habitación que hemos construido para “aquellos como usted””. “¿Para mí?” Esto sucede porque, gracias a los prejuicios, se cree que los discapacitados son enfermos; yo no estoy enfermo, salí del hospital cinco años después del accidente (antes te tenían cinco años, ahora después de tres meses te mandan a casa), y desde entonces afortunadamente no he tenido que volver. Yo no me considero una persona enferma, soy una persona normal que se levanta a las 6 de la mañana, lleva a los niños a la escuela, va a trabajar, hace sus 10-12 horas de trabajo, vuelve a casa, cae rendido en el sofá antes del telediario, y cuando puede se va a la cama a dormir un poco. Hago una vida muy normal. En cambio, muchas veces las personas creen que la discapacidad está asociada a la enfermedad. En verdad, tenemos que acostumbrarnos a ver la discapacidad como una condición de la vida -es mucho más sencillo-, y ¡se puede realizar una accesibilidad que sea transparente respecto al usuario!

Esta imagen que veis en el monitor es una instalación que hemos hecho en la Feria Move, en Vicenza -que organizamos desde hace seis años, junto al arquitecto Simone Micheli. Él sabe hacer cosas muy bonitas y yo le he ayudado a hacerlas “para todos”, demostrando juntos que se puede hacer una habitación, una suite, extremadamente bonita y que puede usar cualquiera:

sordos, ciegos, gente con problemas motores, alergias... porque las necesidades son muchas y muy diferentes. Y la solución no es el servicio para discapacitados estilo DM 384/78!

Uno de los objetivos de las empresas, a mi entender, es el de dar también un sentido social al trabajo, que, lógicamente, tiene que pasar antes por un beneficio para poder invertir el dinero que se ha ganado en el desarrollo de la empresa. Nosotros pensamos que el turismo accesible es una clave de lectura de nuestra empresa que puede ayudar a desarrollar una visión de sociedad más inclusiva.

Donde yo puedo hacer turismo accesible, significa que es una ciudad accesible para todos; donde yo tengo una empresa o un hotel accesible, quiere decir que también una persona discapacitada puede trabajar allí: yo en mi vida profesional he sido director de hotel, responsable de marketing, comercial, ¡hago una media de 80.000 kilómetros al año con mi coche para trabajar! Total, que hago una vida normal como decía al principio.

Pero para hacer y alcanzar estos objetivos, en mi opinión, es indispensable encontrar compañeros de viaje, encontrar personas con las que compartir un objetivo, un proyecto. Si hubiera querido patentar mi idea original no lo habría logrado, porque no tenía sentido; después de cuatro años de investigación y trabajo hemos creado un software, V4Ainside, que nos permite supervisar, medir, el grado de accesibilidad de las instalaciones turísticas y ha podido ser patentado. Lógicamente nos lo hemos tenido que autofinanciar. Pero hoy no estaríamos aquí con los resultados alcanzados si no hubiéramos tenido socios, compañeros de viaje, amigos y empresarios con los que compartir nuestro sueño, que es el de “garantizar a cada uno sus vacaciones”.

Bernard Scholz

Muchas gracias, Roberto.

Lo que hemos escuchado vale para todos: podríamos pensar que hemos escuchado a Marius hablar sobre algo que sólo tiene que ver con Venezuela, o a Roberto hablar de algo que sólo es para discapacitados, pero no.

Sobre lo que ha dicho Marius, he apuntado antes que el límite, o lo afrontamos, o lo soportamos: es una opción. Si lo afrontamos tenemos necesidad de conocimientos. Roberto se fue a conocer la situación de los hoteles, profundizando así en su propia condición; se ha conocido a sí mismo mejor como persona, no definida por el hecho de que va en silla de ruedas, sino por algo que va más allá, donde la silla de ruedas es un instrumento para

ir a todas partes. Así, se ha puesto en marcha para conocer a los clientes, al mercado, la mentalidad de los hoteleros, las normas, para comprender cómo debía hacerse. Y cuanto más conoce uno, más se da cuenta de que no puede avanzar solo, tengo necesidad de otros que me ayuden a comprender: aquí nace la colaboración.

El interés por conocer me hace ser un interlocutor creíble y que inspira confianza, porque la intuición que no se convierte en un trabajo no cambia la realidad, no incide, se queda suspendida en el aire como un apelo a un vago sentimiento.

En cambio, hay que empezar por definir un objetivo, compartirlo, entender la razón por la que trabajamos y elegir un método. Village4all se caracteriza por una serie de connotaciones -una idea de discapacidad, una idea de turismo, de accesibilidad, de mercado -que para nada hay que dar por descontado; estas características han sido compartidas por todos los colaboradores según la empresa iba creciendo. La definición de una idea y de un objetivo, que siempre se puede corregir y mejorar, es fundamental para alcanzar una meta. De otro modo, improvisamos.

Si Vitali hubiera empezado diciendo que había que ayudar a los discapacitados, no habría llegado a ninguna parte, no habría sucedido nada; en cambio, ha nacido una empresa, porque en un momento dado se ha entendido que, con un objetivo y un método adecuado, podía nacer un trabajo. Está claro que esto es válido para todos, no sólo para su empresa, sino para todas las empresas; todo lo que hemos visto vale para todos, porque un empresario puede decidir si quedarse determinado por los problemas que le genera el mercado actual, o afrontarlos.

Y después está la fase de realización, donde se hace operativo lo que ha sido definido como innovación. Hemos visto la imagen de una habitación que vale como ejemplo; pero ¿de dónde nace dicha innovación? De la claridad de querer alcanzar un objetivo determinado. La creatividad necesita un objetivo para que se convierta en innovación, de otro modo se queda en una idea.

Empezar a comprender estas dinámicas supone cambiar de enfoque radicalmente. Nacen sinergias, por ejemplo, entre las exigencias típicas de una familia y las de los discapacitados para ir a la playa. Así se entiende que, cuando uno empieza a razonar de manera profunda sobre una cuestión, centra el punto.

Por otro lado, nosotros pensamos siempre que conocemos al cliente; por ejemplo, pensamos que conocemos lo que es una persona discapacitada y qué necesidades tiene, sabemos los requisitos para eliminar las barreras arquitectónicas, pero, en realidad, no conocemos de verdad las necesidades de una persona que está en silla de ruedas.

Pensamos que sabemos, pero no podemos prescindir del diálogo; hay que hablar, hacer preguntas, intentar comprender cuales son las necesidades específicas de nuestros clientes, porqué aprecian lo que hacemos. Esta continua interlocución nos permite conocer al que tenemos delante y de ahí nace una innovación verdadera, una economía de escala, una apertura a los mercados, y así...

Desde un cierto punto de vista, la profundización en el conocimiento y la colaboración van de la mano; porque cuanto más conozco, más me doy cuenta que necesito colaboradores, y cuanto más colaboro, más se me abren nuevos conocimientos. Lo que hemos escuchado tiene un valor también desde el punto de vista del modo de hacer economía. Esta tarde ha sido una oportunidad para entender el mercado, el intercambio, donde el dinero no es un objetivo sino una modalidad que permite el intercambio. Por desgracia, podemos desnaturalizar la realidad y poner en el centro el beneficio y no el bien que queremos crear. De hecho, el mercado es algo bueno, es un lugar donde intercambiamos nuestros bienes y servicios y sólo si volvemos a comprender el valor original del intercambio, es decir, que tú eres capaz de hacer una cosa, yo otra, etc., entonces la humanidad podrá crecer. Esto es un gran desafío para nosotros, crear una economía más humana, más verdadera, una economía como un bien para todos.

Así que es un verdadero desafío llegar a comprender la naturaleza de la colaboración como una génesis de conocimiento, y una profundización de la colaboración misma, y mirar el mercado como un lugar donde se crea un bien, porque el mercado no es un “mors tua vita mea” sino un continuo desafío para que uno pueda dar lo mejor de sí mismo para todos.

Sin desafío, el hombre no va a ninguna parte, es necesaria la confrontación, un espolón para activar la energía que ha quedado agarrotada, para innovar y hacer algo mejor, algo diferente.

Una colaboración se queda en improvisación, en algo sentimental, si no se basa en un conocimiento y en una relación donde se comparte continuamente el objetivo; frente al primer problema se vuelve frágil. Hay que profundizar en las razones por las cuales hago lo que hago, los conocimientos que necesitaré; con la fuerza del reconocimiento de una exigencia verdadera se va lejos, a condición de que se profundicen los conocimientos necesarios y que estemos abiertos a la colaboración.

Ciertamente, la colaboración tiene momentos de dificultad: sobre esto no hay duda. Pero ¿cómo lo supero? Poniendo en el centro el objetivo. Tantas discusiones se paran, tantos problemas no son afrontados por una simple razón. La cuestión que se discute es “tienes razón tú/tengo razón yo”, o bien, el “hay que hacer así/hay que hacer de otra manera”. Si, en cambio, empezamos a preguntarnos “Este es el problema, ¿cómo respondes tú?, ¿cómo

responde yo?”, entonces, con el diálogo sería más fácil llegar a la solución.

Si no vamos directos al problema, y nos quedamos en la idea que tengo sobre la solución, si no ponemos en el centro el problema, formulando la pregunta para aclararnos y las propuestas consiguientes, entonces no llegaremos a ninguna parte. La colaboración siempre debe de nacer de la claridad frente al problema.

Coged el ejemplo de cómo se tiene que hacer un servicio para un discapacitado: no hay discusión si tiene la razón la norma x o la norma y o el hotelero; de lo que se trata es de partir de la necesidad real que tiene una persona que tiene que ducharse cuando está en una silla de ruedas. Hay que poner en el centro la pregunta, el problema, tener el coraje de centrar el problema, porque lo que nos hace fuertes es este conocimiento; la solución, después, se encuentra.

*Texto no revisado por los autores