

Creación de empresas impulsadas por una misión

David Dietz

Ciudad de Nueva York, USA

A David Dietz le gusta estar donde está ocurriendo el cambio y donde él puede marcar la diferencia. Como periodista en ciernes a principios de la década de 2010, tuvo la rara oportunidad de ser testigo de la historia que se estaba gestando con la Primavera Árabe. Cuando David se embarcó en un viaje al Medio Oriente, estaba en el terreno en momentos críticos como estaban sucediendo en Túnez, Egipto, Libia, Líbano, Siria y Bahrein.

Estos seis países buscaban desesperadamente alivio de la pobreza, así como liberarse de los regímenes opresores y corruptos. Los levantamientos, las protestas contra el gobierno y las rebeliones se estaban extendiendo por el mundo árabe. David sabía que esta tarea requeriría algo de determinación, e incluso significaría enfrentar algún peligro, para poder estar en el terreno donde realmente se estaba produciendo el cambio.

Entre las muchas historias que escribió David, una lo conmovió profundamente, más allá de la complicada geopolítica del momento. Se le asignó escribir un "artículo de puff" sobre la industria del algodón egipcio, conocida como el algodón más fino y lujoso del mundo. Al principio, parecía una historia sin importancia, un relleno de página que, en la superficie, parecía diferente al tipo de historia política que solía buscar. Pero cuando comenzó su investigación, aprendió sobre las prácticas agrícolas industriales nocivas que se estaban utilizando en la industria del algodón egipcio y el devastador costo que estas prácticas estaban teniendo en la salud de los agricultores. Este descubrimiento cambió la trayectoria de la vida profesional de David casi de inmediato.

Es bien sabido que las industrias del gas y el petróleo están contribuyendo a nuestra actual crisis ambiental, pero con el algodón, no hay evidencia aparente de contaminación, no hay bocanadas de humo provenientes de los tubos de escape que podamos ver u oler fácilmente. Y, sin embargo, "el 75 por ciento de los agricultores con los que hablé tenían cáncer debido a los pesticidas increíblemente tóxicos que se usaban", dice David. "A medida que indagaba más en la historia, descubrí que el algodón era la segunda industria más sucia del mundo, después del petróleo y el gas".

El algodón es un cultivo que se cultiva en la tierra, como cualquier verdura o fruta, y tiene todos los pesticidas, herbicidas, fungicidas, insecticidas y otros productos químicos peligrosos que se utilizan en el proceso de producción agrícola. Pero no simplemente se cosecha y luego se envía a las tiendas para su consumo, como tomates o zanahorias. El algodón también tiene una huella de fabricación masiva, procesos durante los cuales se utilizan tintes, solventes y todo tipo de tratamientos químicos, que pueden hacerlo particularmente tóxico. Algunas estimaciones afirman que la camiseta promedio tiene más de 40 tipos de sustancias químicas que la FDA considera dañinas, y estas sustancias químicas se han encontrado en cantidades alarmantes en la leche materna de las nuevas madres en todo el mundo.

Cuando vi el precio que este proceso estaba cobrando en vidas humanas y en el medio ambiente; y que estaba siendo ignorado por todos los demás en la región, me di cuenta de que no solo quería informar sobre esta historia urgente", dice David. "Tenía muchas ganas de hacer algo al respecto. Quería hacer un cambio.

Para comprender la escala de la industria del algodón y su impacto ambiental, en 2019, hubo casi 14 millones de acres de campos de algodón plantados solo en los EE. UU. Esto rinde aproximadamente 800 libras por acre, todo lo cual ha sido tratado químicamente en los campos, y luego será tratado nuevamente en el proceso de fabricación, a medida que se trabaja en textiles. En Egipto, en 2019, se produjeron aproximadamente 350.000 fardos de algodón, cada uno de los cuales contiene 480 libras de algodón.

El primer artículo de David sobre la industria del algodón causó un gran revuelo. Y cuanto más escribía al respecto, más empresarios que tenían preocupaciones similares sobre la industria del algodón se acercaban a él. En su mayoría, se acercaron para agradecerle por resaltar este tema. Con frecuencia, querían hacer correr la voz sobre las empresas de la industria de la moda que utilizaban prácticas conscientes de la ética y el medio ambiente.

Para su próxima aventura, David decidió construir una empresa con conciencia social. Así que regresó a Estados Unidos y comenzó su primera empresa, Modavanti, una boutique en línea para marcas de moda ética. "Mi mamá estaba feliz de que volviera a casa, ya que el Medio Oriente era peligroso", dice David. "Sin embargo, cuando le dije que estaba planeando comenzar una empresa de moda, ella estaba bastante confundida. Nunca me había gustado la moda. Y al principio, realmente no sabía nada de moda. De hecho, era conocido por mi aspecto de periodista arrugado", dice riendo.

Para David, no importaba en qué industria trabajara o lo que la gente pensara sobre su nueva empresa. Lo que le importaba era que podía crear una empresa impulsada por una misión, una que contara la historia de los emprendedores que están dirigiendo negocios de la manera correcta.

Después de recibir una gran cantidad de apoyo de empresas de moda ética de todo el mundo, fue invitado a hablar en las Naciones Unidas sobre la necesidad de una moda sostenible. "A través de este proceso, realmente aprendí sobre el poder de la comunidad", dice. "Aprendí que, si compartes tu historia y vives con pasión y convicción, la gente te acompañará.

Durante seis años, David cultivó Modavanti; luego lo vendió porque quería expandir sus emprendimientos sociales. "Yo, y muchos otros, sentimos la necesidad de traspasar los límites y seguir adelante", dice. "Nunca debemos volvernos complacientes con lo que hemos logrado. Tantos desafíos nos esperan. Con una comunidad sólida, podemos generar un impacto en el cambio de una manera positiva para todos". Para explicar sus singulares empresas comerciales, a David le gusta citar a un personaje de televisión favorito, Sam Seaborn de *The West Wing*: "La historia del hombre está colgada en la línea de tiempo de la exploración, y esto es lo que sigue".

En Modavanti, David había establecido alianzas con varias marcas que abordaban los problemas de los desechos plásticos, el reciclaje y el reciclaje de plástico de las playas y las vías fluviales.

Se dio cuenta de que, con un poco de conocimiento empresarial, podría aprovechar esta comunidad para el siguiente nivel de bondad. Fue entonces cuando David decidió unirse a Nexus, donde una vasta red de emprendedores con ideas afines y con conciencia social estaban a la vanguardia para implementar precisamente este tipo de enfoque. David pasó a liderar el segmento de la moda sostenible en la Cumbre Nexus, donde fue acogido por la comunidad, ofreció apoyo de diversas formas y se estableció con oportunidades de tutoría de los veteranos en el espacio. Se sintió alentado a continuar abordando problemas de sostenibilidad más importantes y matizados por esta sólida comunidad que había encontrado, y reconoce que este apoyo tuvo un gran impacto en su éxito continuo.

Como Director de Iniciativas de Impacto en Nexus, David, con el creciente apoyo de la comunidad, decidió abordar uno de los problemas de sostenibilidad más urgentes de nuestro tiempo: los desechos plásticos. Entonces, en 2020 lanzó su nuevo emprendimiento, SUPR, con el propósito de impactar en la reducción de productos plásticos de un solo uso. Para lograr su ambicioso objetivo, SUPR se asoció con Accenture y Oceanic Global para desarrollar un plan maestro sobre cómo los equipos deportivos profesionales pueden transformar sus cadenas de suministro para que no contengan plástico.

Todas las empresas de David se realizan con un doble propósito: presentar conceptos de sostenibilidad a una audiencia más amplia y joven. Dado que tantas personas en todo el mundo están influenciadas por los deportes, David cree que, si organizaciones como SUPR pueden lograr que los líderes culturales se expresen sobre la responsabilidad social, se puede hacer un largo camino hacia la construcción de un mundo más saludable y sostenible.

En 2020, los Miami Dolphins organizaron el Superbowl por primera vez en 10 años. David estaba encantado de que los Dolphins fueran 99.4 por ciento libres de plástico para el Gran Juego, implementando muchas de las soluciones libres de plástico de SUPR.

Desde entonces, cinco equipos se han comprometido y se han comprometido a realizar cambios en sus cadenas de suministro y prácticas para reducir los plásticos. Un equipo incluso ha comenzado a reciclar botellas de Coca-Cola y convertirlas en ropa deportiva para los empleados del estadio.

David sabe que dependemos de la próxima generación para encontrar soluciones para salvar el planeta. Para los jóvenes que quieren involucrarse en este tipo de trabajo, dice: "No va a ser fácil. Pero nada que valga la pena lo es: es importante no dejarse disuadir por los desafíos que tenemos por delante. Ambos son amplios y de gran alcance". Quiere que los jóvenes emprendedores comprendan que la creación de una empresa impulsada por una misión no perjudicará sus posibilidades de éxito. "En un futuro cercano, las empresas con una misión social, ambiental o relacionada con la justicia serán las que lideren el camino", dice. "Salvar el planeta y ayudar a otros será parte integral de negocios exitosos. Y dado que nos encontramos en un punto de inflexión, no solo creo que económicamente es el movimiento correcto, creo que es nuestra obligación hacerlo".

David sabe de dónde habla. Realmente ha “vivido el cambio” que quería ver, al dedicar su vida profesional a caminar por un camino noble y restaurador. Cualquiera, incluida su madre, que ahora es creyente, debería estar orgulloso de seguirlo por ese camino.

*Haga su poquito de bien donde este;
son esas pequeñas cosas buenas juntas las que abruman al mundo.*
Arzobispo Desmond Tutu

LLAMADO A LA ACCIÓN: Anime a sus equipos deportivos a que asuman el Compromiso sin plástico de SUPR para reducir la contaminación plástica. Haga correr la voz sobre SUPR <https://www.pledgesupr.com/pledge>.

Stone Soup Leadership Institute
www.soup4youngworld.com
www.soup4worldinstitute.com