

ECONOMÍA Y EMPRESAS &gt; ENTREVISTA

# Kevin Jakter: "Nuestro propósito es ser una tribu consciente"

El CEO de Rotunda cuenta cómo pasaron de diseñar prendas de moda a confeccionar dos millones de tapabocas, y cómo juega lo espiritual en su empresa



Tiempo de lectura: 5'

24 de mayo de 2020 a las 05:00

A+ A-

Kevin Jakter (28) se considera a sí mismo "un alma inquieta". Es licenciado en Gerencia y Administración por la Universidad ORT y a los 20 años comenzó a trabajar en la empresa familiar, Hyundai Fidocar. Allí creó el departamento de Marketing que terminó liderando.

Pero su faceta emprendedora le pedía algo más. Fue así que en 2014 contactó a su compañera de facultad Carolina Sosa, que, junto con la diseñadora Sofía Domínguez, había creado unos meses antes la marca Rotunda, para saber más sobre ese mundo que le atraía. Resultó que las emprendedoras tampoco conocían en profundidad cómo funcionaba el mercado y Jakter vio una oportunidad: en lugar de emprender por su cuenta, podía sumarse como socio y aportar su visión estratégica.

Asumió el rol de CEO de Rotunda, que pasó de formar parte de un local multimarca a convertirse en una de las firmas de diseño uruguayo más reconocidas, con 10 locales propios y un equipo de 80 personas. "El diferencial de Rotunda nace de adentro para afuera, es la tribu Rotunda, las personas que la componen y desde ese lugar hacemos todo el trabajo con mucho amor", explica Jakter.

## Leé también



Member

Teletrabajo: ¿qué tanto ahorran las empresas y qué gastos absorbe el empleado?

Esa tribu se vio convulsionada cuando se declaró la emergencia sanitaria. Tras dos años de expansión, el 2020 estaba planificado para la proyección a nivel internacional, pero hubo que ajustar los planes. Los socios actuales, Jakter y Domínguez, además de tomar decisiones cruciales junto a su equipo para minimizar el impacto, se involucraron en el proyecto de coordinar la confección de 25 mil prendas médicas y dos millones de tapabocas a pedido de la organización Nos Cuidamos Entre Todos para donar a diferentes entidades estatales.

¿Qué estrategias definieron a partir del 13 de marzo?

El domingo 15 nos juntamos para ver qué medidas tomar porque era un caso sin precedentes. Teníamos que cuidar la salud de las personas que están dentro y fuera de la organización, así que en esa misma semana mandamos a todos a home office, cerramos los locales de forma progresiva, los que quedamos trabajando nos bajamos los sueldos y mandamos gente al seguro de paro, explicándoles que era momentáneo porque no podíamos mantener el gasto operativo. El 95% de nuestra facturación venía de los locales; solo 5% del e-commerce. Nos enfocamos en el e-commerce. No llegó al nivel de facturación de los 10 locales, pero nos ayuda para mantener el gasto operativo que, aunque sea reducido, existe.

¿Cómo surgió la confección de prendas médicas?

Esa primera semana unas 30 empresas creamos la organización sin fines de lucro Nos Cuidamos Entre Todos, para juntar fondos contra el covid-19. Se pensó en sobretúnicas y mamelucos para el Hospital Español y nos mandaron cotizaciones de China. Eran carísimos, y dijimos: "¿por qué no podemos desarrollar este mismo producto acá para poder dar trabajo a mano de obra uruguaya?". Así que, junto al coordinador de la Unidad de Medicina Intensiva del Hospital Español, Nicolás Nin, Sofía diseñó y probó las primeras prendas. Cotizamos y eran mucho más baratas que en China, de la misma calidad, avaladas por el Hospital Español y le daba trabajo a 50 personas que estaban desempleadas, en seguro o con pocos ingresos. Empezamos con las primeras 25 mil y se empezó a correr la bola. Nos llamaron del Maciel, de Nacional y Peñarol que querían donar a ASSE, y llegaron pedidos como si fuéramos proveedores de toda la vida.

## Leé también



Member

Peluquerías, barberías y centros de estética agrupados para explotar mejor el negocio

¿Cómo hacen para confeccionar 2 millones de tapabocas?

Hubo que sumar muchos más talleres para sacar por lo menos 200 mil por semana (el objetivo es terminar de entregar todo a fines de junio). Parece fácil pero es una red que hoy involucra a más de 300 personas confeccionando, además de personal de traslado, de empaque y pruebas de calidad. Tiene un impacto socioeconómico muy importante porque movió fábricas, talleres, personas individuales, que quizá hoy no tendrían trabajo por la situación del país.

¿Cuáles son los planes a mediano plazo?

Abrir los locales siguiendo los protocolos, consolidar e incrementar el e-commerce y reanudar la internacionalización. También estamos trabajando en tener una empresa de cuádruple impacto. Hoy las más vanguardistas son de triple impacto: social, ambiental y económico. Agregamos el cuarto que es el espiritual y/o de desarrollo humano, porque el centro es la ampliación de conciencia y que el desarrollo humano o espiritual sostiene a los demás.

¿Cómo se conjuga lo espiritual?

Fue un desafío que tuvimos Sofi y yo dentro de nuestro proceso emocional. Hoy estamos parados en el lugar que soñamos hace cinco años, gracias a Dios, al esfuerzo del equipo y de mucho trabajo, pero no estamos donde queremos estar en cinco años. Queremos estar en un lugar que tiene que ver con ser una empresa sostenible ambientalmente, que aporte a la sociedad y al desarrollo. Queremos poder decir: "Esta prenda te va a vestir y te vas a sentir bien pero no va a darte la felicidad si no hacés también un proceso". Ser una plataforma de comunicación y de acción, más allá de la venta de ropa. Nuestro propósito es ser una tribu consciente. Y ya estamos haciendo acciones que se profundizarán con compromisos como que nuestra huella de carbono va a ser neutral en 2030.

Rotunda Member Kevin Jakter moda vestimenta Café y Negocios tapabocas coronavirus

REPORTAR ERROR



ENTREVISTA

"En Rotunda apostamos antes de ver los resultados"



Member

Las seis piezas que hay que ir a buscar a Mowweek este fin de semana



EL ESPÍRITU DE LA ÉPOCA

Un espejo más honesto: la moda uruguaya apuesta a la diversidad



MODA

Entre la belleza y la decadencia: el último estertor del Club Neptuno



MODA Y FEMINISMO

El traje femenino gana terreno en el mundo y en Uruguay también

CÁNONES DE BELLEZA

Todos los cuerpos, todos: la moda plus size aparece con timidez en Uruguay

ALIANZA

Rotunda & The Lab en "una fusión perfecta"

REAPERTURAS

Cientes "al alpiste" y conductas bipolares: la vivencia de tres restaurantes sobre la vuelta a la actividad

COMERCIO

Shoppings argentinos ruegan por la modalidad "take away"

PROMOCIÓN

Para celebrar el día de la carne bajaron el peceto relleno a \$ 279 el kilo

Member

"El gobierno nos pidió que pensemos en viviendas para deciles bajos de la población"

COACHING KARINA PITTINI

Inspirate

## Comentarios

0 comentarios

Ordenar por Más recientes



Agregar un comentario...

Plugin de comentarios de Facebook



CUAREIM 2052, C.P. 11.800 MONTEVIDEO - URUGUAY - TEL. (+598) 2924 7000 - 0800 8218

Políticas de Privacidad | Términos y Condiciones | Contacto

COPYRIGHT © 2019 EL OBSERVADOR

Mustang Cloud - CMS para portales de noticias