EL OBSERVADOR

Kevin Jakter y Sofía Dominguez: "En Rotunda apostamos antes de ver los resultados"

Con ocho locales –más dos en construcción–, y un equipo de trabajo de más de 60 personas, Sofía Domínguez y Kevin Jakter lideran Rotunda, la marca de indumentaria que nació hace seis años y no deja de crecer. Por un camino que pocas marcas de diseño uruguayo han logrado transitar, avanzan sin parar, y aseguran que aún les queda mucha tela por cortar

Tiempo de lectura: 12'
01 de noviembre de 2019 a las 05:00

A+ A-

[Por Agustina Amorós]
[Fotos Lucía Carriquiry]

Ante la propuesta de esta entrevista sus reacciones fueron opuestas. Kevin no le encontró peros a la idea de hablar de su emprendimiento y de que Rotunda fuera la tapa de la revista. Sofía tuvo que pensarlo. Poco seducida por la exposición, se excusó con que la marca se conforma por un equipo inmenso de gente talentosa, y que la grifa los trasciende a ellos; pero finalmente aceptó.

Tras dos horas de entrevista fue claro que aquello había sido un indicio de lo que son: socios complementarios y dos caras de lo mismo. Él, enérgico y espontáneo, y ella, creativa e intuitiva. Juntos capitanean Rotunda, una marca de indumentaria y accesorios para la mujer, con un catálogo que abarca jeans, abrigos, *swimwear*, ropa de noche y zapatos, y que sigue sumando productos alineados con su impronta. Kevin Jakter (28) se encarga de la dirección general y la estrategia, y Sofía Domínguez (31) de la dirección creativa. Desde que inauguraron su primera tienda en 2015, Rotunda no paró de abrir locales. Están en Montevideo, Salto y Punta del Este, tomaron los shoppings (un imposible para las marcas nacionales) y antes de fin de año abrirán en Rosario, Argentina, en su primera apuesta en territorio internacional.

Son una dupla pero no hablan siempre en plural ni terminan las frases que empezó el otro. Responden por turnos, piden disculpas al interrumpirse y se escuchan atentos entre sí. El respeto y la admiración mutua es evidente, y de eso solo salen cosas buenas.

El Observador

EDITORIAL
La ruta de la droga

EDITORIAL

Por El Observador

ALIMENTOS
Nuez Pecán: la reina de las frutas secas despega en Uruguay

FRENTE AMPLIO
El último relato del Frente
Por Dardo Gasparré

ÚLTIMAS NOTICIAS

10:51 DEPORTES
Sporting vuelve a su casa: el club anunció el estadio cerrado en su vieja sede

10:34 TRATA
La trama de explotación sexual en Pando que salió a la luz tras el caso Milagros

10:25 ENTREVISTA / CARLOS MOLINA
“Aunque no todo está resuelto, hay un ambiente que está favoreciendo a ganaderos”

10:23 CAMPO & NEGOCIOS
Formidable 2x1 concretó Zambrano en el Chiflero

10:21 EN EL SODRE
Vuelve Jaime Roos y ya hay fechas para sus shows: conocé los detalles

10:19 BBC
"La manada de Manresa": la condena de un caso de violación grupal que causa polémica en España

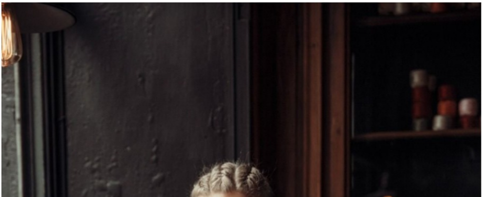
La historia detrás

Comparten ascendencia polaca. Los abuelos de él son judíos que huyendo del nazismo terminaron en Montevideo. En el caso de ella, sus ancestros paternos –obligados también por la segunda guerra– se instalaron al norte de Uruguay, en Calpica (hoy Mones Quintela), un pequeño poblado volcado a la planta de azúcar, a 21 kilómetros de Bella Unión.

Kevin creció en Villa Biarritz en una familia tradicional judía. Sus abuelos maternos tuvieron una gomería, luego una estación de nafta y en los años ochenta empezaron a vender autos como concesionarios de Fiat y Chevrolet. Fue a principios de los noventa (cuando nació Kevin) que su madre y sus abuelos tomaron la representación de Hyundai Fidocar en Uruguay. “Dicen que un hijo viene con un pan abajo del brazo”, comenta Kevin, que creció rodeado de empresas. Por el lado paterno, sus abuelos también se dedicaron a los negocios –en su caso, al rubro de la carpintería– y si bien su padre es médico, tiene su propia clínica y una marcada veta empresarial.

Sofía es de Bella Unión, la ciudad más al norte del país, y nació en una familia de madre veterinaria y padre arquitecto. Es la menor de dos hermanas y tuvo una infancia feliz, en una casa que recuerda siempre concurrida por amigos y familiares. Los vestigios de su vida en el interior son pocos, pero extraña la hora de la siesta y las distancias cortas, y no descarta volver a vivir lejos del ruido de la ciudad. Fue una niña muy creativa, motivada siempre por lo artesanal. “En mi casa tenía una habitación que era mi taller, donde aprendí a tejer, dibujar, hacía velas, pintaba las uñas y diseñaba collares y cinturones”, relata. Cursó primaria y secundaria en la enseñanza pública, hasta que se mudó a Montevideo para terminar bachillerato en el Instituto Juan XXIII (una forma de prepararse mejor –académica y logísticamente– para empezar facultad). Hasta último momento barajó la idea de hacer arquitectura, pero, motivada por el auge del diseño en esos años –y algo intimidada por la física preuniversitaria–, optó por estudiar moda, aunque hoy se arrepiente un poco.

Sofía se licenció en Diseño de Indumentaria y él en Gerencia y Administración de Empresas, y si bien ambos se formaron en la universidad ORT, sus historias no se entrecruzan hasta bastante después.



La otra vida

Las primeras experiencias laborales de Kevin incluyeron pasajes por el fútbol y el modelaje. “De chico soñaba con ser futbolista y le rogué a mi padre que me llevara a probarme”, dice Kevin. Llegó a jugar en Peñarol, River y Rampla, hasta que abandonó, en parte por la exigencia y en parte porque tuvo algunas experiencias negativas en el ambiente. Noto que aún mantiene el entusiasmo y le pregunto si no se plantea volver. “Le das dos manijazos y arranca”, se adelanta su socia a responder.

Un verano Kevin acompañó a su hermano a una reunión con un representante de modelos y, casi por accidente, unas fotos suyas terminaron en manos de una agencia en Milán. Lo convocaron a castings y –para no perderse la oportunidad– hizo rendir los meses de vacaciones viajando a trabajar. Modeló en Nueva York, París, Milán, Buenos Aires, Chile y Uruguay. Mantuvo su plan de estudios universitario y combinó el modelaje con sus aspiraciones en el fútbol. Pasó de desfilar para Moschino en la semana de la moda de Milán a ir al Cerro para entrenar en Rampla. Esos años de botines y flashes acabaron cuando decidió empezar a trabajar en la empresa familiar. “En ese momento el marketing de Hyundai estaba, a mi criterio, muy noventoso. Yo volcaba en la empresa todo lo que aprendía en facultad. Arranqué trabajando solo, pero terminamos siendo un equipo grande”, dice. Tres años de mucho trabajo, demasiado café y la presión inherente de tomar el negocio familiar se volvieron un dolor en el pecho constante. “Tuve una crisis (que hoy veo como una oportunidad) y después de mucho trabajo interno y una terapia que me cambió la vida, me di cuenta de que quería dejar la empresa”, dice Kevin. Acordó que trabajaría hasta terminar la carrera y se permitió soñar con la idea de emprender algo propio.

Sofía, en cambio, construía una realidad más cerca de la moda que de los negocios. Cursando el último año de carrera se asoció con una compañera de clase, Federica Langwagen, y emprendieron Ninguna Santa, una marca de ropa “de una onda *vintage*, muy juvenil”, relata Sofía. “Nosotras hacíamos los moldes, cosíamos, recorríamos sucuchos buscando telas, íbamos con el perchero a cuestas y vendíamos en las ferias de diseño que recién empezaban a aparecer”, comenta. Luego de unos años la marca se dejó morir. Tras recibirse, Sofía se hizo de un sueldo estable trabajando como modelo y le dedicó un tiempo a definir cómo seguir. Finalmente se reinventó con una nueva apuesta personal, que llamó Chouet, una marca artesanal de diseño de punto. “Eran prendas hechas a mano por tejedoras de Bella Unión. Convertí mi apartamento en un *showroom*, y cada vez que recibía a una clienta, escondía a mis padres en la cocina y atendía en el living”, se ríe de aquella etapa. La marca vivió tres años y, aunque fue un éxito, Sofía atiende los errores, “creo que no pude sacarle el potencial que tenía como marca artesanal. Además, los números en general estaban muy mal hechos”, afirma. Pero como cuando no se gana se aprende, fue una oportunidad para probarse como emprendedora. “Descubrí que tenía un ojo marquetinero muy intuitivo. Creé los Daily Looks, donde cada semana convocaba a clientas (una especie de *influencers* antes de Instagram), que fotografiaba con la ropa de la marca”. Chouet vendía muy bien pero era difícil sostener el negocio sola. En ese período se vinculó con Carolina Sosa, una fotógrafa que empezó a ayudarla cada vez más con la marca. Como trabajar juntas les funcionaba tan bien, Sofía le propuso asociarse. “Me sentía limitada con el tejido de punto. Quería una marca paraguas donde encontrar mayor libertad creativa”, argumenta. Carolina aceptó y en setiembre de 2013 Rotunda salió al mundo.

Unir talentos

La dupla funcionaba bien y Sofía era consciente de que sumar socios podría significar crecimiento. Lo que no sospechó era que Kevin Jakter, el estudiante de administración que llegó a su living con algunas preguntas sobre el mercado de la moda, terminaría siendo su socio, el CEO de Rotunda y hoy también su pareja.

"Les pedí una reunión para saber más sobre el mercado porque tenía la idea de emprender algo en el mundo de la moda", explica Kevin, que les hizo algunas preguntas básicas del negocio y se encontró con que del negocio en sí no sabían demasiado. Entendió que les faltaba una estrategia comercial y en esa misma reunión les propuso asociarse. Hoy, tras varios años de trabajo en Rotunda, aclara que algunas de esas dudas recién empiezan a descifrarse. "Más allá de que yo venía del sector empresarial, no tenía (ni tengo) gente cercana vinculada a lo textil. Los autos no tienen nada que ver con esta industria y si bien Sofi es una gran diseñadora, tampoco sabía del negocio de la moda. No tuvimos ningún guía, hubo que aprender a ensayo y error".

El ingreso de Kevin a Rotunda vino acompañado de un capital de inversión para la empresa, "que nos lo gastamos todo en lentes", acota Sofía. La realidad es que se entusiasmaron con un proveedor de lentes de sol y no dudaron en destinar todo el capital para comprar mercadería. Todavía incrédulos, recuerdan sus decisiones de novatos con humor. "Tuvimos también nuestros errores", se ríe Kevin.

Construir un imperio

La llegada de Jakter a Rotunda impulsó drásticamente la proyección del negocio, y le agregó ceros a todas las cifras que manejaban. Mientras ellas discutían si hacer 20 o 25 *t-shirts* (el gran éxito en ventas de 2015), él quería hacer 200. Quiso duplicar el tamaño del stand en MoWeek y propuso dejar la multimarca donde vendía Rotunda para pasar a tener su propio local. La apuesta era grande, pero las ventas acompañaban.

Unos meses después de la formación de la sociedad, Carolina optó por irse a estudiar al exterior y desvincularse de Rotunda, lo que se tradujo en un golpe anímico para la organización. Para mitigar el desánimo, Kevin propuso contratar diseñadoras y –progresivamente– ir armando un equipo. "Kevin me hablaba de formar departamentos y yo por primera vez veía de cerca lo que era una empresa", confiesa Sofía.

Después de su primer local en 2015, armaron un plan de negocio para pasar rápidamente a tres. Hoy ya cuentan con ocho y antes de fin de año serán diez. "Llegó un momento en el que tuve que confiar y solté", dice Sofía con los ojos cerrados mientras Kevin cuenta con los dedos para chequear que no se le olvide ninguna sucursal. Mis preguntas intentan descifrar cuál fue la clave del éxito sostenido y Kevin responde: "Fuimos apostando antes de ver los resultados. Nos la jugamos para crecer". Y aunque entusiasmo no faltaba, el crecimiento empezó a sobrepasarlos. "Crecimos muy rápido a nivel de empresa, pero la organización no estaba preparada. Entendimos que necesitábamos formar personas en cada departamento, que además de ejecutar sus tareas pudieran liderar. Pedimos ayuda a un coach, rearmamos el organigrama varias veces hasta llegar al equipo que tenemos hoy, que es verdaderamente extraordinario –comenta Kevin–. Hoy somos una tribu, un equipo muy humano, y donde crece Rotunda, crecemos todos".

La consolidación del equipo implicó gastos operativos cada vez mayores, por lo que para mantener la rentabilidad del negocio necesitaban crecer en facturación. Entrar a los shoppings era una alternativa ambiciosa, pero auguraba ascenso. Kevin accionó. A finales de 2018 abrieron Rotunda en el shopping de Punta Carretas y en mayo de este año también en Montevideo Shopping. "La marca necesita esta cantidad de locales para sostener a un equipo inmenso de gente. Entrar a los shoppings fue un desafío, pero cambió la empresa a todo nivel. Abastecer los locales nos permitió producir más, acceder a mejores proveedores y llegar a fábricas que antes nos cerraban las puertas", dice Sofía. Hablamos de la complejidad de producir moda en Uruguay, porque la industria textil escasea, las fábricas apenas logran sostenerse, la producción a pequeña escala tiene costos altísimos, "y hay cosas que sencillamente no se pueden hacer acá", dicen. Hoy sus diseños se confeccionan en Uruguay, Brasil y China. Los zapatos, que representan entre el 30% y el 40% de su facturación, se producen entre Brasil y Uruguay. "La ropa se hace mitad acá y mitad en China", confirman a grandes rasgos. Me cuentan que entrar en el mercado chino es otro mundo y que se les amplió el espectro de posibilidades. "Nos permitió hacer cosas para las que acá no teníamos los recursos", dice Kevin, y Sofía aclara: "Todo esto hubiese sido muy difícil –diría imposible– sin una inversión detrás". Para mantener su modelo de negocio, Rotunda cuenta con un grupo inversionista, un potente acelerador para la marca. "No hay que tener miedo a la inversión. Trae responsabilidades, sí, pero es la forma de sostenerse y crecer".

Qué decís

En Rotunda han sabido pronunciarse con una postura clara respecto al feminismo, la construcción de una realidad más sustentable y el desarrollo personal. Se caracterizan por crear contenidos de alto componente artístico, que generan un aporte cultural más allá de la moda. En esa línea, en mayo de este año lanzaron una serie de videos en los que les rindieron tributo a cuatro poetas uruguayas. “Este es nuestro humilde homenaje a mujeres de nuestra cultura que con sus vidas enriquecen las nuestras”, rezaba la campaña. Fueron auténticas piezas de arte y me interesa saber más: “Es el resultado de un equipo humano muy talentoso”, responden.

Antes de terminar les pregunto sobre el megaevento que desplegaron en 2017 en el Aeropuerto de Carrasco. “Mercedes Benz nos invitó a presentar una colección en el marco de Mercedes-Benz Fashion Day. El desfile se hizo en un hangar del aeropuerto. Fue una producción inmensa, hubo una gran inversión y trabajó mucha gente. Fuimos ambiciosos y apostamos alto”, recuerda Kevin de lo que fue un evento inédito, no solo para Rotunda sino también para la realidad de la moda local. Al año siguiente hicieron una apuesta similar, montaron una pasarela adentro de la piscina olímpica del Club Neptuno. Fue un desfile recordado especialmente por su magnífica puesta en escena. Ya se verá lo que harán este año, lo que es un hecho es que están dispuestos a todo, y van por más.

Kevin Jakter Sofía Dominguez Rotunda Moda local tendencias Diseño moda marcas uruguayas

REPORTAR ERROR

ENTREVISTA SEISGRADOS
Rosario San Juan: "Mi trabajo es hacer que las cosas pasen"

ENTREVISTA CENTRAL
Inés Bortagaray y su arte textual

ENTREVISTA
Joaquín Cortacans: De Fray Bentos a Harvard

SELECTED
Arredo presenta la campaña Tu hogar es también tu refugio

TURISMO INTERNO
Moda Itinerante: las ferias de diseño revolucionan la experiencia de compra

SELECTED
En pleno año electoral Facundo Ponce de León entrevista a los candidatos a la Presidencia de la República

FOR DUMMIES
¿Qué es mejor, Android o iOS?

INFORME INTERNACIONAL
La conectividad y el acceso a internet en todo el mundo

TASTY TEST
Connectus Medical: la plataforma uruguaya que conecta 8000 centros de diálisis de todo el mundo

REPORTAJE
La industria del videojuego: joya del software nacional

TURISMO INTERNO
Turista digital: tres herramientas transmedia para conocer la cultura uruguaya

PORTRAIT
Jerónimo Acosta: el creador de ChillTravel, un emprendimiento que propone wraps de seguridad para valijas

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

COPYRIGHT © 2019 EL OBSERVADOR

Mustang Cloud - CMS para portales de noticias