



Universidad del Rosario
Centro de emprendimiento | UR Emprande

Título de proyecto

Start up Kadú App: fracaso en el primero intento y resurgimiento en experiencia de vida
paraemprender

Modalidad Trabajo de grado en
emprendimiento Kadú App

Presentado por:

Luisa Valeria Roa Cagua

Bogotá, D.C.



Universidad del Rosario
Centro de emprendimiento | UR Emprende

Título de proyecto

Start up Kadú App: fracaso en el primero intento y resurgimiento en experiencia de vida
paraemprender

Modalidad Trabajo de grado en
emprendimiento Kadú App

Presentado por:

Luisa Valeria Roa Cagua

Tutor:

Luis Alberto Buitrago Jimenez

Bogotá, D.C.

Tabla de Contenido

1. Objetivos	9
1.1. Objetivo general	9
1.2. Objetivos específicos	9
2. Caso Kadup App	10
2.1.¿Cómo nace Kadú?	10
2.2. ¿Por qué el nombre Kadú?	11
2.3.La inversión inicial	12
3. Conclusiones	14
4. Anexos	15
5. Referencias	18

Índice de tablas

Tabla 1. Gastos fijos	14
Tabla 2. Costos fijos	14
Tabla 3. Gastos variables unitarios	14
Tabla 4. Costos variables unitarios	15

Glosario

Aplicaciones móviles: Consisten en un software el cual es utilizado en un dispositivo móvil, que sirve como herramienta de comunicación, de gestión, de venta tanto de productos como de servicios, que se encuentra enfocado en poder generar al usuario las necesidades que requiera de manera automática e interactiva, es por esto que, con estas aplicaciones se quiere cubrir la necesidad de forma inmediata, independiente y de manera personalizada, siendo uno de los elementos que más se utiliza actualmente en las estrategias de marketing y que vienen sustituyendo los softwares para computadores con el propósito de poder mejorar los procesos informáticos que han sido creados por Microsoft, Office Suite, lectores de PDF de Adobe o software de entretenimiento para juegos (Florido Benítez L, 2013).

Desvío de dinero: Consiste en la actuación de alguien quien ha trasladado fondos de una empresa legítima propietaria sin autorización de una suma de dinero a otra que no es la legítima titular de ese dinero, el cual es utilizado para fines diferentes a los organizacionales (Manent M, 2017).

Emprendimiento tecnológico: Consiste en un emprendimiento tecnológico que nace desde la iniciativa de generar un nuevo negocio, el cual se basa en las herramientas digitales con el propósito de poder satisfacer las necesidades de las personas, estos emprendimientos tienen que

ver con los avances en materia de tecnología, pero no es que sean de tecnología, sino que utilizan la tecnología como una herramienta.

Fracaso organizacional: De acuerdo a lo establecido por la RAE (2020) consiste en el resultado adverso que tiene una empresa, por medio de una acción desacertada o equivocada, que lo lleva a ensayar y a probar estrategias con el propósito de reconocer esto antes de usarlo.

Servicio al cliente: El servicio al cliente hace referencia a las acciones que son implementadas para los clientes antes, durante y después de la compra, este se realiza con el propósito de satisfacer la necesidad de un producto o servicio, siendo un proceso que un cliente hace una compra, sino lo que ocurre antes, durante y después de la adquisición de un producto o utilización de un servicio.

Servicio de Domicilios: El servicio a domicilio consiste en una herramienta importante que permite a una empresa posicionarse, siendo una manera de llegar diferente a la que normalmente se realiza en un punto de venta, teniendo en cuenta que, el servicio a domicilio es un proceso por medio del cual se genera un acercamiento a los productos o servicios que son ofrecidos por la empresa hasta el lugar donde se encuentra ubicado el cliente, esto permite que el cliente pueda disfrutar de dichos productos sin tener que hacer desplazamientos hasta el punto de compra (Vásquez Agudelo C & Hernández Acosta R, 2015).

Resumen

Kadú app más que una aplicación, es un modelo de vida, se considera como una alternativa para ahorrar tiempo, dinero y transformar el modelo de plataformas de domicilio tradicionales. Así pues, el compromiso principal como modelo de negocio es ofrecer entregas y productos de calidad, a tiempo y en el lugar en que el usuario lo requiera, con excelentes prácticas de servicio al cliente, adherido a la responsabilidad de llevar productos a cada uno de los lugares, optimizando y mejorando la calidadde vida de las personas y generando empleo y crecimiento en el departamento en los lugares en que tiene presencia Villavicencio, Restrepo, Acacias, Puerto López, empleando iniciativas de cambio por un mejor mundo.

Kadú app se consolida como una plataforma alternativa que tiene como valores de marca la creatividad, la responsabilidad y la sostenibilidad, con el objetivo de ser un referente regional de buenas prácticas de servicio al cliente, ofreciendo diferentes productos y conectando diferentes establecimientos con los clientes. Bienvenido a nuestro proyecto.

Palabras claves: aplicación, domicilios, productos de calidad, a tiempo.

Abstract

Kadú app more than an application, it is a life model, it is considered as an alternative to save time, money and transform the model of traditional home delivery platforms. Thus, the main commitment as a business model is to offer quality deliveries and products, on time and in the place where the user requires it, with excellent customer service practices, adhering to the responsibility of bringing products to each of the places, optimizing and improving the quality of life of people and generating employment and growth in the department in the places where it has presence Villavicencio, Restrepo, Acacias, Puerto Lopez, using initiatives of change for a better world.

Kadú app is consolidated as an alternative platform whose brand values are creativity, responsibility and sustainability, with the aim of being a regional benchmark of good customer service practices, offering different products and connecting different establishments with customers. Welcome to our project.

Keywords: application, home delivery, quality products, on time.

1. Objetivos

1.1. Objetivo General

Documentar la trayectoria del emprendimiento fallido Kadú App, desarrollado durante los años 2020 - 2021 en la ciudad de Villavicencio.

1.2. Objetivos específicos

Comprender las fases del desarrollo de una Start up

Evaluar los aspectos del emprendimiento, emprendedor y su equipo de trabajo

Determinar las situaciones que desencadenaron el fracaso de la aplicación

Identificar las enseñanzas para que nuevos emprendedores Rosaristas puedan tener marcos de acción cuando se desarrolla emprendimiento tecnológico

2. Caso Kadú App

2.1. ¿Cómo nace Kadú?

A mediados del año 2020, Alejandro Hernández en una reunión familiar nos habló a mi familia ya mi sobre la posibilidad de crear una empresa en la ciudad de Villavicencio enfocada al desarrollo de una plataforma delivery, debido al gran auge que estas tuvieron durante la cuarentena decretada en ese año y aprovechando de igual manera la experiencia que él tenía como creador de varias aplicaciones de este tipo en la sabana de Bogotá. Primero ellos nos realizaron una presentación contándonos sobre el proyecto, no sin antes haber estudiado la posibilidad y la viabilidad de este en la ciudad de Villavicencio, para esto ellos viajaron hasta allá y evaluaron en primera instancia la cantidad de habitantes que tiene la ciudad, que para el desarrollo de la aplicación debía contar con más de 100.000 habitantes, ya que en poblaciones pequeñas la oferta y la demanda no suplirían los objetivos de la empresa, en este caso Villavicencio cuenta con una población superior a los

Es así como 500.000 habitantes que hacía que por este ámbito fuera factible el desarrollo de la aplicación, de igual manera, ellos tuvieron en cuenta que la ciudad cuenta con bastantes zonas en donde las personas tienen un alto poder adquisitivo, ya que como es sabido, esta ciudad e inclusive el departamento se caracteriza por tener sectores económicos muy fortalecidos y con alto flujos de capital como la ganadería, la agricultura y la industria petrolera y estas personas cuentan con una cultura de pedir domicilios cosa que hacía que la

aplicación fuese llamativa en estos sectores. Por otro lado, ellos en su viaje pudieron establecer y analizar a la competencia directa que había en la ciudad en este caso eran dos aplicaciones: Ifood y Rappi, y el primero estaba muy consolidado en la zona sobre todo en estratos 1,2 y 3, debido a las promociones que ellos aplicaban y el último venía semi posicionándose en la ciudad, con muy buenas ventas; teniendo en cuenta lo anterior, el principal plus y elemento diferenciador de la empresa, es que esta sería una empresa netamente local, aprovechando así la etiqueta que en ese tiempo se estaba promocionando durante la pandemia: #LlaneroCompraLlanero, en donde los habitantes del Meta debido a su arraigo cultural y sentido de pertenencia optaban por comprar a las industrias lleneras.

2.2. ¿Por qué el nombre de Kadú?

Para darle un nombre muy local que representara una parte de los llanos orientales y que, por supuesto fuese un nombre de alta recordación no solo en la región sino a nivel nacional, seleccionamos la palabra Kadú, que en una lengua indígena llanera significa “Cachama” y el símbolo o logo es un ave insignia de los llanos, en donde por supuesto usamos unos colores llamativos para que estos sean de fácil acceso en los dispositivos móviles.

2.3. La inversión inicial

Iniciamos Kadú con una inversión cercana a los 600.000.000 de pesos, en donde inicialmente tuvimos que buscar el lugar en donde se iba a llevar a cabo la operación de la empresa, se empezaba a buscar a personas dentro de la ciudad que ayudaran en la parte contable y operacional, no sin antes tener un plan con distintos socios o restaurantes ya que esto es lo principal para iniciar con domicilios, de igual manera realizamos las respectivas inversiones de mobiliario y equipos de cómputo necesarios para el desarrollo del proyecto.

La operación inició con Alejandro y Jean Paul Osorio a la cabeza, en donde este último además de ser inversionista se convirtió en el CEO, Alejandro se convirtió en el encargado de la operación, además también contamos con varios coordinadores comerciales como Cristian Zapata y Felipe Martínez. La plataforma que contenía todo lo que necesitábamos para la oferta y los servicios que teníamos presupuestados para la aplicación, fue desarrollada en la India, sin embargo, esta era muy robusta o muy grande y no se ajustaba a la población que estaba usando la aplicación ya que todas las funcionalidades que esta tenía no se estaban usando; debido a esto los usuarios de la aplicación empezaron a reportar fallas en la plataforma, ya que, constantemente se caía y empezamos a ver que no contábamos con un soporte en tiempo real para que ayudara a solucionar los problemas que presentaba la plataforma. Aun así, invitamos a la población de Villavicencio y se realizó una campaña invitándolos a descargar la aplicación y hacer uso de esta, por esta razón tuvimos al comienzo de la operación más de 5.000 descargas.

Los clientes empezaron a quejarse constantemente con la plataforma, ya que, esta no era nada amigable, no permitía realizar un seguimiento de los pedidos e inclusive no permitía tener

una pasarela de pagos en donde los usuarios pudieran pagar sus pedidos con tarjeta crédito; esto hizo que muchos de nuestros usuarios, no volvieran hacer uso de nuestra aplicación a pesar de que en el primer mes de operaciones tuvimos ingresos superiores a los 17.000.000 de pesos.

Realizando un balance general, con las cifras que teníamos en Kadú encontramos que, en los activos corrientes, teníamos una cifra de \$403.130.981 pesos, repartidos entre los inventarios, deudores comerciales, efectivo, los impuestos corrientes; los activos no corrientes representaban una suma de \$15.059.821 para la planta y los equipos. Las cifras del pasivo corriente fueron \$17.830.762, divididos entre los acreedores, pasivos por impuestos, la nómina y la seguridad social, así encontramos que la empresa cuenta con pérdidas por \$199.639.961.

De igual manera, internamente los inversionistas nos empezamos a dar cuenta que debido a las libertades que se le dieron al CEO de la empresa, permitieron que este tomara decisiones que iban en contra, como el mal manejo y la desviación de los recursos económicos que se tenían, realizando fraudes hasta el punto en que no había más dinero para continuar con la operación de Kadú.

Tablas de costos y/o gastos de Kadú.

Tabla 1. Costos fijos

Precio	\$ 200.000,00
Costos Fijos	
Rubros	\$
Dominio	\$ 24.220
Arrentamiento	\$ 1.500.000
Internet	\$ 480.000
Administración	\$ 400.000
Página web	\$ 1.500.000
Servidores	\$ 750.000
Nomina	\$ 9.200.000
Servicios	\$ 800.000
TOTAL COSTOS FIJOS EMPRESA	\$ 14.654.220,00

Margen Contribución \$	\$ 31.000
Margen contribución %	15,50%

Punto Equilibrio \$	\$ 131.969.161
Punto Equilibrio U	660

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Gastos fijos

Gastos Fijos	
Rubros	\$
Contabilidadn	\$ 1.000.000
Mantenimiento	\$ 1.973.000
Impuestos	\$ 2.828.000
TOTAL GASTOS FIJOS EMPRESA	\$ 5.801.000,00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3. Gastos variables unitarios

Costos Variables Unitarios	
Rubros	\$
Comisiones bancarias	\$ 4.000
Domiciliario antiguo	\$ 150.000
pago comercio	\$ 15.000
TOTAL COSTOS VARIABLES UNITARIOS	\$ 169.000,00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4. Costos variables unitarios

Gastos variables Unitario	
Rubros	\$
Comisionesa adicionales	\$ 30.000
Lluvia	\$ 4.500
TOTAL GASTOS VARIABLE UNITARIOS	\$ 34.500,00

Fuente: Elaboración propia

3. Conclusiones

En un análisis que realicé junto con otros inversionistas y personas cercanas que tenían conocimiento de la aplicación se llegó a la conclusión que los fallos en la plataforma se debían a que el desarrollo de esta no se realizó en el país y era muy robusta para la población contando con los servicios que se ofrecían, permitiendo así una desarticulación entre las tiendas, los domiciliarios y la parte operacional y administrativa de la empresa; en segundo lugar, a pesar de que se contaba con la experiencia ya que Alejandro y Jean Paul habían manejado y gerenciado diferentes aplicaciones exitosas, el no realizar un seguimiento y control de la tecnología y de las decisiones que tomaban en gerencia, el no tener una buena estrategia de marketing y el no planificar de manera adecuada las situaciones que posiblemente se iban a dar en el desarrollo de la plataforma, hicieron que esta aplicación cayera de manera sustancial al abismo, a pesar del gran potencial que tenía este emprendimiento, sin embargo, en palabras del mismo Alejandro: “la

aplicación fracaso debido a la confianza depositada al gerente” ya que al dejar a este sin una vigilancia, los recursos se fueron desperdiciando y perdiendo, hasta el punto que la empresa se quedó sin recursos para seguir operando.

Ahora bien, en la actualidad pretendemos enfocarnos en vender la tecnología construida por nosotros mismos, ya que la operación no se realizó y se tiene la tecnología como activo en la empresa que nos permitirá venderla y así poder recuperar la inversión para el desarrollo de Kadú. Es importante resaltar el esfuerzo y dedicación que se debe tener al momento de emprender. Es un camino lleno de aprendizaje, crecimiento y sobre todo motivación, no es un camino fácil, pero si logramos llegar a la meta es un proceso muy satisfactorio, sin embargo, en mi caso también lo fue, puedo decir que un fracaso saca lo mejor de nosotros y nos permite aprender a detectar y valorar las oportunidades desde un aspecto mucho más amplio y con mucha más experiencia. Nos hace responsable de nuestras decisiones y el rumbo que queramos darles a nuestros objetivos. Para finalizar compartiré un video que recoge las voces de algunas personas que participaron dentro del Proyecto Kadú para ampliar el panorama de lo que se realizó en esta empresa.

4. Anexos

Teaching note.

Como se pudo ver anteriormente este emprendimiento tuvo varios puntos de quiebre que hicieron que bajara abismalmente hasta llegar al fracaso, sin embargo, hay tres puntos que queremos resaltar, el primero es la inconsistencia de la plataforma usada en el emprendimiento, este causó la pérdida de credibilidad de la empresa ya que en cierto sentido, esta aplicación era el centro del emprendimiento y en dónde convergen los distintos actores de la aplicación como lo son los coordinadores, las tiendas, los domiciliarios y por último y más importante los clientes que hacían uso de la aplicación y beneficiaban económicamente a la empresa.

En segundo lugar, la falta de control por parte de los distintos inversionistas y líderes de la aplicación frente a la labor administrativa realizada en la empresa hizo que internamente Kadú tuviera bastantes problemas en dónde principalmente el factor económico y financiero se vieran notablemente afectadas.

En tercer lugar, el factor más importante y el determinante para el fracaso de la aplicación, el mal manejo por parte del gerente de la empresa, ya que sus decisiones repercutieron en el fracaso de la empresa, empezando por el desarrollo de la plataforma, hasta el control del dinero y como se comentó en el caso, dejándola sin dinero para funcionar.

Ahora bien, como la inversión de más de \$600.000.000 de pesos, se tiene que recuperar de alguna manera, la solución presentada a los inversionistas es la venta de la tecnología, ya que al ser propia y construida para el servicio de delivery, se puede vender para que una empresa ya sea nueva o una existente, haga uso de esta plataforma ya que el crecimiento acelerado de este tipo de servicios puede aumentar considerablemente la posibilidad de venta.

6. Referencias

- Florido Benítez L (2013). La implementación del mobile marketing como herramienta multidisciplinar. Disponible en <https://www.eumed.net/libros-gratis/2016/1539/aplicacion.htm#:~:text=Aplicaci%C3%B3n%20M%C3%B3vil%3A%20es%20aquel%20software,de%20forma%20autom%C3%A1tica%20e%20interactiva.>
- Manent M (2017). Desvío de fondos. Disponible en https://www.derecho.com/c/Desv%C3%ADo_de_fondos
- RAE (2020). Definición fracaso organizacional.
- Vásquez Agudelo C & Hernández Acosta R (2015). Pasos para implementar un servicio a domicilio servicio a domicilio para las pequeñas empresas en el sector de comidas rápidas