



Dr. CARTUCHO® emprende con olfato de negocio

El éxito también es recargable

*Un agudo **olfato de negocio** llevó a los creadores de la marca **Dr. Cartucho®** a abrir las puertas de esta empresa en abril de 2003. Crearon esta idea, confiaron en el país, y ahora, ocho años después, no se arrepienten para nada. Esta es una de las razones por las cuales **Dr. Cartucho®** ha sido merecedor del **Premio a la Excelencia 2011** que otorga **Venezuela Competitiva***

En **Dr. Cartucho®** cada uno de los socios tiene un estilo gerencial diferente. Pero se comunican bien entre ellos. José Narváez dice que Milton Dávila tiene un estilo gerencial muy distinto, es más incisivo, siempre va al fondo, busca y busca. “A veces hay que mantener el equilibrio, yo soy la persona que mantiene al personal estable, y él es la persona que exige. Ahí vamos”.

Independientemente de los estilos, ambos socios lograron identificar una ventana de oportunidad emergente en el mercado de los consumibles para impresión y son una referencia. Tanto José Narváez como Milton Dávila evaluaron el potencial del mercado, indagaron sobre experiencias similares, sacaron cuentas, y, como buenos emprendedores, proyectaron sus sueños: Hoy en día **Dr. Cartucho®** es una de las franquicias que apuesta en nuestro país al fortalecimiento de la economía nacional.

Los dos protagonistas principales de este caso ejercen liderazgo y, sin embargo, **Dr. Cartucho®** no es una empresa centralista. Se da poder de decisión a los coordinadores. “Si eres centralista evidentemente lo que haces es una burocracia”, dice José Narváez. “Aunque siempre hay algo de centralismo, porque la visión la tenemos nosotros”, dice Milton Dávila.

Calidad como oportunidad

Cuenta su creador que en esa época el mercado tenía espacio para **Dr. Cartucho®** y ofrecía una opción para que alguien crease una ventaja competitiva que lo diferenciara: calidad. Siendo así, **Dr. Cartucho®** ocupó dicho espacio ofreciendo, básicamente, lo mismo que las demás en su ramo, pero con una diferencia fundamental: excelente calidad. He allí la diferencia. He allí la oportunidad.

Bajo la misma batuta, El *know how* se ha estandarizado en todos los puntos de servicio: no es lo mismo recargar cartuchos y que cada quien lo haga como quiere, a que se recargue el cartucho y todos lo hagan bajo unos estándares rigurosos.

“Realmente necesitamos que la gente lo haga exactamente como es, para poder ofrecer el servicio exacto”, expresa José Narváez.

Pequeños emprendedores pueden invertir en un negocio. El gran hallazgo de **Dr. Cartucho®** es haber logrado convertirlo en una franquicia y que siempre sea la de menor costo del mercado. “Yo vengo de ser vicepresidente de la Cámara Venezolana de Franquicias y tengo cuatro años como director allí”.

Indica Milton Dávila que han querido impulsar el gremio desde adentro “porque queremos que esto crezca”. Venden la franquicia por 45 mil bolívares. “No ganamos con la tercerización;

comenzamos a ganar cuando distribuimos nuestros productos. Después de ocho años esto es un éxito total”.

Se encontraron el carácter visionario y la persona operativa: José Narváez y Milton Dávila. Es el dúo perfecto para esto. “Soy el que ve hacia futuro, el que se arriesga, aquí siempre estamos peleando él y yo porque yo me quiero arriesgar, y él no se quiere arriesgar, porque él es el que ve los números del día a día, y yo no”, se describen.

Retos de mercado

Dr. Cartucho® ha desarrollado nuevas alternativas de mercadeo: “Tenemos un sistema que es como un punto de venta. Lo alquilamos a unas personas, y ese punto de venta relaciona todas las tiendas a nivel nacional a través de telefonía e internet, con las promociones que nosotros queramos.”

Parafraseando a Milton Dávila en lo referente a que Venezuela se ha convertido en una escuela para los gerentes, este agudo líder dice que sin duda el mercado para su negocio, al igual que muchos otros, presenta retos importantes. Ante estos retos Dávila es enfático en decir: “cualquier persona simplemente lo que hace es que agarra la toalla y la tira, me voy de aquí”. No obstante, es claro al decir: “en Venezuela lo que hay son súper gerentes, porque esto es una carrera de obstáculos”.

- ✓ **Dr. Cartucho®** es un concepto de franquicia de servicio de inversión moderada, con más de 40 tiendas operativas en el país.
- ✓ Desde su fundación, el objetivo principal de **Dr. Cartucho®** es ser una corporación sin fronteras, líder en servicios de recarga de consumibles de impresión.
- ✓ Actualmente con ocho años de operaciones **Dr. Cartucho®** se ha posicionado como una de las franquicias de recargas de cartuchos y suministro de materiales más importantes del país. Tomando en cuenta, los grandes avances establecidos en productos, servicio y calidad.

CLAVE DE ÉXITO

Para aguzar su **Olfato de Negocio**, el emprendedor debe mantenerse en acción, involucrado con su entorno, escuchando lo que pide el mercado, atento a la aparición de cualquier necesidad no cubierta u oportunidad de mejora de lo existente. Debe estar listo para entrar en el negocio tan pronto perciba que hay un real potencial de dar forma a una idea con éxito, con una balanza inclinada hacia los beneficios potenciales.