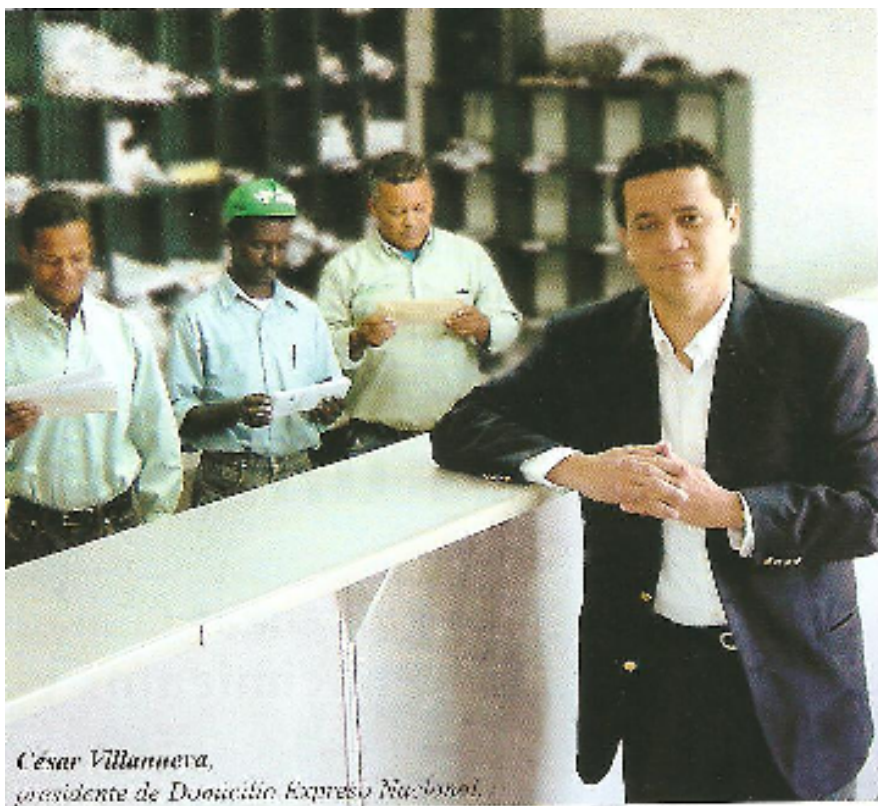


Mensajería al instante...

En 1994, la aparición en República Dominicana del negocio del envío a domicilio o delivery de la mano otras innovaciones en materia de business, que con el paso del tiempo se han consolidado en nuestro mercado. Fue precisamente la llegada del delivery a nuestro país lo que despertó el interés de César Villanueva por desarrollar un negocio que supliera de insumos como asignación de mensajeros a las empresas que montaban este servicio...farmacias, pizzerías, etc.



*César Villanueva,
presidente de Domicilio Expreso Nacional.*

Así nació Domicilio Expreso Nacional y rápidamente se enfocó en el envío de mensajería, basándose en tres categorías de servicio: asignación de mensajeros para empresas delivery, hacer diligencias y pagos, y entregar documentos en horas de poca demanda.

“Sobre esos tres servicios comenzamos a crecer. Llevamos 10 años en el mercado y la verdad es que no nos podemos quejar. Nos ha ido bien”, comenta Villanueva, quien

junto a su esposa Marilú dedicaron cuerpo y alma al proyecto.

Como todos los comienzos, las cosas fueron muy complejas. El negocio se inició hace una década con solo 75 mil pesos, hoy su capital multiplica por varios ceros cifras.

Luego de deambular por todas las categorías que marcaron el negocio de la mensajería criolla – servicios públicos, instituciones financieras, servicios telefónicos e instituciones comerciales, Villanueva se dio cuenta que el verdadero desarrollo estaba en el sector bancario, por lo que concentraron sus esfuerzos en ese nicho particular.

En la actualidad, según sus datos, Domicilio Expreso Nacional tiene una participación en ese renglón particular superior al 35%, seguido de empresas como Delivery Express y Servicio de Correo Expreso.

“Nuestro éxito se debe a que tuvimos la visión de enfocar nuestros esfuerzos en un sector como el financiero que iniciaba sus operaciones de mensajería por outsourcing”, precisa

Además, añade, marcaron la diferencia con sus competidoras en tarifas, en la implementación de acuses de recibo, contratos de calidad, encuestas de servicios prestados, unidad de servicio al cliente y contratación solo personal calificado.

Pero la empresa de César Villanueva no reparte solo mensajería. La misma necesidad de los clientes y la confianza depositada por ellos en este tipo de servicios externos hizo que Domicilio Expreso Nacional se diversificara.

Ahora al tradicional envío de documentos, se suma el delivery de gestión de documentación de tarjetas de crédito, la entrega de los plásticos tarjetas habientes, el transporte de carga liviana y de las valijas bancarias.”Apoyamos también a los courriers internacionales como Fed Ex y DHL en el envío de los paquetes a sus destinatarios y la facturación correspondiente”.

Con 212 empleados, en su mayoría mensajeros, y una flotilla superior a los 15 vehículos que recorren toda la geografía nacional, Domicilio Expreso Nacional se ha consolidado como uno de los líderes del competitivo mercado de la mensajería, tanto así que su desarrollo y el olfato empresarial de Villanueva dieron paso a otras empresas de personal y una compañía inmobiliaria.

“¿El momento más crítico?. El pasado año, sin duda”, responde con franqueza. Pero....año nuevo, vida nueva dicen. Esperemos que sea así. G.P.M