

Manual de Protocolos de Franquicia

Objetivo: Conoce el conjunto de experiencias, sistemas y sub-manuales con los que cuenta Pak Mail Franquicias.





Introducción.

Un manual de franquicia es un documento que contiene un conjunto de conocimientos, experiencias, sistemas, submanuales, instructivos y técnicas (Know-How) que ha desarrollado Pak Mail a lo largo del tiempo para transmitir al Franquiciatario un sistema de operación y apoyo para el funcionamiento correcto del negocio y que permite asegurar la calidad en los procesos y las técnicas para su buena ejecución, contiene los siguientes Manuales:

1. Manual de Protocolos de Franquicia
2. Manual de Operación inicial de Franquicia
3. Protocolo de atención al cliente.
4. Manual de términos para soporte
5. Manual de Marketing y Ventas
6. Manual de Administración y Finanzas.
7. Manual de Crédito y Cobranza
- 8.-Manual para Smart Pak

Este manual no sustituye la capacitación que debe recibir el Franquiciante a través de cursos que ofrece de forma permanente Pak Mail para el personal directivo y operativo. Es importante señalar que el factor clave para garantizar el éxito de cualquier franquicia es la correcta administración del FRANQUICIATARIO, desempeñando un papel basado en el compromiso, talento, dedicación e iniciativa, realizando actividades directivas y operativas a fin de que se logre un beneficio sostenible en la Franquicia.

1. Identificación de la franquicia ¿Quiénes somos?

1.1 Qué es una Franquicia

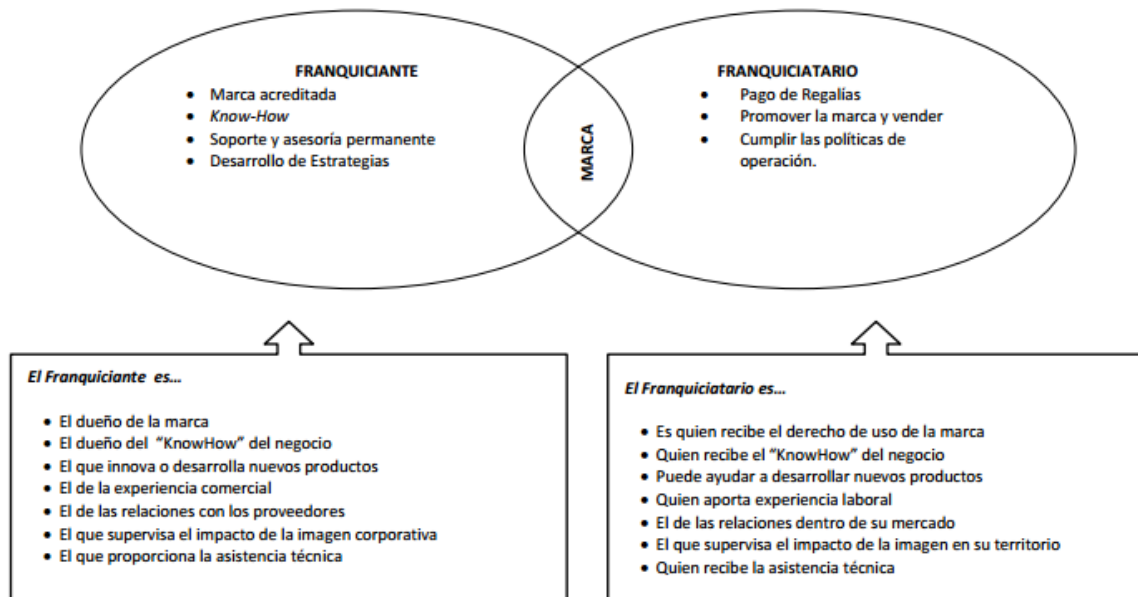
a) Concepto de franquicia. Una franquicia es un sistema de colaboración entre dos empresas distintas e independientes jurídicamente pero ligadas entre sí a través de un contrato, por medio del cual una de las partes denominada Franquiciante permite el uso de su propia marca comercial y modelo de negocio a otro denominado Franquiciatario, brindando a éste último el sistema de operación, conocimiento, acreditación y prestigio para un adecuado desarrollo del negocio a través de soporte permanente, asesoría basada en su experiencia y apoyo estratégico por un tiempo limitado y en un territorio determinado; todo ello a cambio de que el Franquiciante reciba una



regalía mensual, derivada de las ventas que la misma operación de la franquicia genera en dicho periodo.

b) Objetivo de un modelo de Franquicia. La franquicia como tal es una fórmula exitosa de expansión de negocios, es uno de los métodos más propicios para que el empresario desarrolle un negocio de forma rápida y a un costo factible siempre y cuando se cuente con prácticas administrativas eficientes y un concepto de negocio bien definido.

Figura 1. Relación Franquiciante-Franquiciatario



c) Entidad reguladora en México.

Pak Mail es una empresa reconocida e inscrita en la Asociación Mexicana de Franquicias (AMF) y con ello es regulada, garantizando el respaldo, experiencia y conocimiento del mercado mexicano para ofrecer a sus actuales Franquiciatarios la seguridad y garantía de operar adecuadamente su marca. La Asociación Mexicana de Franquicias es el organismo nacional que se encarga de velar por los intereses del Sector de Franquicias en México, ofreciendo a los Asociados el registro, servicios y beneficios que eleven los estándares de calidad y reducción de costos, mediante la participación en diversos foros gubernamentales y privados, así como la organización y desarrollo de eventos de interés para el sector.



Aspectos relevantes.

Que es trabajar bajo un esquema de Franquicias:	Que NO es trabajar bajo un esquema de Franquicias:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Es una forma de crear un negocio personal basado en un modelo de negocio vigente y probado en el mercado. 2. Es la colaboración sinérgica entre un <i>Franquiciatario</i> emprendedor y la experiencia estratégica del <i>Franquiciante</i>. 3. Es un negocio con menor riesgo de inversión dada la acreditación de la marca y la permanencia actual en el mercado, comparado con una idea de negocio nueva aún no acreditada y sin presencia. 4. Es una operación basada en la confianza y consolidada con la firma de un Contrato. 5. Es un negocio comercialmente atractivo para emprendedores comprometidos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. No es la garantía del éxito de un negocio ya que depende del trabajo personal y compromiso del <i>Franquiciatario</i>. 2. No es un sistema unilateral y totalitario que depende de una de las partes. 3. No es el éxito inmediato ni la garantía de que un negocio crezca automáticamente sin la participación del <i>Franquiciatario</i>. 4. No es problema de un solo participante, sino la colaboración y participación de dos operadores complementarios. 5. No es la solución a problemas financieros ni la opción para el retiro por cesantía ya que implica trabajo activo. 6. No es el desarrollo de representantes o distribuidores de servicios, es el desarrollo de un negocio personal respaldado por un experto. 7. No es un contrato para toda la vida, sino que tiene vigencia sujeta al compromiso de las partes. 8. No es una relación informal y pasajera sino que existen obligaciones de ambas partes que deben cumplirse.

La mejor analogía que existe de una franquicia es comparándola con un largo viaje por carretera, solo existen dos opciones: viajar por autopista de cuota o bien viajar por la carretera libre de cuota, en el ejemplo podemos asumir que en ambas rutas se podrá llegar al destino y que en ambas existirán riesgos de accidentes; sin embargo viajar por autopista de cuota nos ofrece mayor seguridad, confianza ante posibles eventualidades, apoyo y auxilio en el camino, en tanto que en la carretera libre siempre existirá el riesgo potencial de que ante cualquier contingencia no recibiremos ninguna clase de apoyo en el trayecto.

Llevemos este ejemplo a una franquicia de Pak Mail, que el contar con el respaldo de una estrategia de negocio experimentada y el apoyo directo de un Corporativo en México nos permite hacer ese viaje de negocios con el menor riesgo y con las directrices probadas, que no se tendrían si se opta



por el arranque de un nuevo negocio sin orientación, experiencia, ni planes para posibles contingencias.

Pak Mail es una sinergia entre Franquiciante y Franquiciatario en donde los participantes obtienen beneficios mutuos a partir de la colaboración y participación activa en el negocio, bajo el esquema de negociación ganar-ganar.



1.2 ¿Qué es Pak Mail?

a) Antecedentes históricos.

Pak Mail Centers of América. En 1984, Pak Mail comenzó con una única ubicación. Hoy en día, somos una de las empresas más importantes en embalaje y envío, con más de 500 tiendas en los EE.UU., México, Canadá y Japón. Desde hace más de 25 años, nos hemos ganado una reputación de excepcional calidad, satisfacción del cliente y la innovación empresarial. A lo largo de nuestra historia, el modelo de negocio Pak Mail y red de colaboradores han evolucionado con las necesidades de nuestros clientes. Debido a nuestro pequeño paquete y el embalaje de mercancías y grandes capacidades de transporte, que son capaces de ayudar a los clientes mover cualquier y todo tipo de mercancías en todo el mundo-

Pak Mail México, abre en 1993 su primer Franquicia Piloto en México, en ese mismo año comienzan los proyectos de adaptación del concepto al mercado mexicano. Actualmente cuenta con más de 140 Franquicias a nivel nacional. Nace por la necesidad de conjugar:

- Consolidar los servicios de mensajería bajo un mismo techo
- Paquetería
- Empaques
- Servicios múltiples de comunicación

b) Que es Pak Mail para sus Franquiciatarios:

Pak Mail es una franquicia de clase mundial encargada de brindar servicios de mensajería y empaque especializado al sector empresarial y residencial que requieran soluciones a la medida, todo ello a través de una red compuesta de las mejores empresas transportistas nacionales e internacionales integradas en un solo centro de operación y atención a clientes, dicho centro está estratégicamente ubicado para cubrir un mercado, garantizando así la viabilidad, rentabilidad financiera y potencial de crecimiento a mediano plazo.

c) Que es Pak Mail para sus Clientes:

Pak Mail es un centro de envíos y empaque de cobertura nacional e internacional, dirigido a clientes con necesidades y presupuestos específicos, enfocados a cumplir con calidad en el servicio personal, ubicación, tiempo de entrega oportuno y confirmación de sus envíos, a través de una vasta red de distribución y personal experto que le asesorará en todo momento del servicio.

d) Misión de Pak Mail.

Ser una empresa de servicios de envío y empaque especializados para clientes residenciales y empresariales, para satisfacer los requerimientos de seguridad en las entregas, así como la confirmación de las mismas, a través de un centro de operaciones utilizando una red de aliados transportistas y personal experto en la atención a clientes.



La misión es la razón de ser de toda empresa la cual justifica su existencia, es una declaración de alto nivel que describe su propósito fundamental, para entenderla podemos responder a las preguntas:

- ¿Quiénes somos?
- ¿Qué hacemos?
- ¿Para quién los hacemos?
- ¿Para qué lo hacemos?
- ¿A través de que los hacemos?

e) Visión de Pak Mail.

La visión representa el escenario altamente deseado por una empresa, que se quisiera alcanzar en un periodo a largo plazo, a través de ellas establecemos los esfuerzos por realizar, debe ser positiva y alentadora para que invite al desafío y la superación.

Responde a las preguntas:

¿Qué y cómo queremos ser? Ser el Franquiciante líder en servicios de envíos, logística y empaque especializado, experto en la administración y operación de una red de Franquiciarios de alto nivel, orientados a la calidad, rentabilidad y competitividad.

¿Que deseamos lograr? Fijar la vanguardia en servicios de envíos y empaque especializados, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes en cuanto a seguridad en la entrega de todos sus servicios, no sólo cumpliendo sus requerimientos de oportunidad y precio, sino superando sus expectativas.

¿Cómo queremos que nos describan?

- Como un proveedor de servicios especializados que siempre cumple con la entrega y confirma a sus usuarios.
- Como un Franquiciante que genere alta rentabilidad a su red de Franquiciarios.
- Como una empresa que genere beneficios económicos y calidad de vida en el personal que integra su corporativo.

¿Hacia dónde queremos cambiar? Hacia un crecimiento organizado en la red de franquicias y con base en mejores alianzas con empresas líderes que permitan a Pak Mail ser líder en el mercado nacional y latinoamericano.



f) Valores de Pak Mail.

Los valores prioritarios de Pak Mail son los principios rectores que nos identifican y norman nuestro comportamiento organizacional, los cuales son:

- La calidad en el servicio
- La honestidad ante sus clientes
- La integridad en su trabajo
- La responsabilidad empresarial
- La lealtad a sus Franquiciatarios
- El compromiso de cumplir con las entregas
- El desempeño profesional de sus colaboradores

g) Datos de contacto.

Pak Mail Franquicias S. de R.L. de C.V. Sitio Web. www.pakmail.com.mx Facebook, Pak Mail Corporativo Tel. 50 14 90 40

2. Descripción de los servicios de Pak Mail

¿Qué hacemos?

Cada franquicia Pak Mail es un centro de operaciones que bajo un mismo techo integra varios productos y servicios complementarios, cada línea de negocio (LT, Línea Transportista) es resultado de un análisis y propuestas probadas en el mercado, así mismo Pak Mail se encuentra en constante desarrollo de nuevas opciones de negocio que eventualmente generarán más productos y/o servicios que satisfagan necesidades de nuestro mercado.

A continuación se enlistan los actuales productos y servicios, cada uno de ellos se tratará ampliamente en el Manual de Operación de servicios en los capítulos subsecuentes:

2.1 Operación Logística.

La operación logística consiste en ofrecer servicios de envío y consta de las siguientes soluciones:

- Envíos Nacionales
- Envíos Internacionales
- Carga
- Almacenaje



2.2 Servicio de empaque especializado.

El empaque es el uso de cajas, material especial y armado, capaces de contener cualquier artículo de cualquier naturaleza y dimensión sin que sufra alguna alteración o daño durante el trayecto a su destino. Pak Mail se caracteriza por tener expertos en la materia. Por otro lado, la venta de material de empaque dentro de Pak Mail representa otra fuente de ingresos.

2.3 Servicios Adicionales.

En Pak Mail ofrece servicios adicionales que consisten en iniciativas que responden a necesidades del mercado local, dichas iniciativas son propuestas por el Franquiciante y aplican restricciones en cada caso particular ya que pueden implicar recursos y costos específicos, actualmente contamos con:

- Fotocopias.
- Artículos de Oficina / Empaque.

2.4 Ventajas competitivas de Pak Mail en su operación:

1. Ofrecemos a nuestros clientes una amplia gama de opciones de mensajería y paquetería (Líneas Transportistas) bajo el mismo techo.
2. Pak Mail opera los servicios a través de los líderes en el mercado (DHL, FedEx, UPS, Estafeta, etc.) al mismo precio y bajo las mismas condiciones.
3. Pak Mail multiplica las opciones de servicio al poseer a todos los líderes transportistas en el mismo centro de operación satisfaciendo los requerimientos de cualquier cliente en un solo punto.
4. Pak Mail es experto en empaque especializado, capaz de llevar cualquier cosa a cualquier lugar del mundo.
5. Pak Mail se encuentra en el Top 5 de posicionamiento de marca en empresas de mensajería y paquetería a nivel nacional.
6. Pak Mail tiene una amplia experiencia en el mercado y una sólida red de franquicias operando a nivel nacional.
7. Pak Mail, a diferencia de las grandes empresas, tiene la flexibilidad de adaptarse rápidamente a los cambios del mercado. Para sus clientes:
 1. Pak Mail cuenta con asesores experimentados para sus clientes residenciales que le orientan en cómo realizar envíos y sobre la mejor propuesta de empaque.
 2. Pak Mail representa para sus clientes PyMES una extensión de su área operativa de envíos y entregas.
 3. Pak Mail es experto en importaciones en artículos que se venden en EUA para público residencial, mediante un sencillo sistema de compra electrónica y entrega en México.



4. Pak Mail tiene la mayor cobertura a nivel local, nacional e internacional derivado de su estrategia de negocio.
5. Pak Mail tiene la capacidad de diseñar soluciones a la medida en servicio y empaque a cada cliente gracias a su diversificación de productos y servicios.
6. Pak Mail rastrea y confirma entrega de todos los envíos a sus clientes.
7. Pak Mail ofrece seguros para cualquier tipo de envío.
8. Asesoramos para ofrecer el mejor servicio de acuerdo a las características de los artículos.
9. Nos incorporamos a su empresa para ofrecerle una solución integral con base en sus necesidades específicas.
10. Trato personalizado.
11. La mayor cobertura a nivel local, nacional, internacional.

En su personal:

- 1.-Pak Mail capacita y desarrolla a su personal para convertirlo en Asesor Experto en el servicio al cliente.

Mis ventajas como Franquiciatario

1. Tener bajo un mismo techo a las (LT) Líneas Transportistas más importantes de mensajería y paquetería (DHL, UPS, FedEx, Estafeta, Aeroflash, Redpack, Paquetexpress).
2. Contar con una gran gama de proveedores para disponer de uniformes, impresiones, papelería, fabricación y reparación de muebles, etc.
3. Contar con un soporte operacional continuo (Capacitación, Smart Care, Asesoría).
4. Comunicación interna con el Franquiciante y la Red de Franquicias.

Es un negocio donde:

5. No requiere de administración y control de inventarios.
6. No implica llevar productos perecederos.
7. Es un negocio donde primero se recibe el dinero y después se paga el costo de la venta.
8. La operación se hace a través de terceros.

