



Criterio: Social



Cemefi



Empresa Socialmente Responsable
Cemefi

Ficha de indicador

Entrega y servicio

Evodio Sánchez Rodríguez

Director de responsabilidad social empresarial de Cemefi





Índice

1. Introducción.....	3
2. Indicadores relacionados con la entrega y servicio.....	3
3. Industrias donde es relevante desarrollar la entrega y servicio.....	4
4. Normas, certificaciones, buenas prácticas, ODS y leyes relevantes al indicador	4
5. Factores que influyen en entrega y servicio.	6
6. Creación de un programa de RSE para fomentar entrega y servicio.	6
7. Beneficios empresariales de fomentar la entrega y servicio.	7
8. Riesgos empresariales por no fomentar la entrega y servicio.	7
9. Herramientas para fomentar la entrega y servicio.....	8
10. Mejores prácticas en la entrega y servicio dentro el Distintivo ESR®	9
11. Propuesta de métricas de impacto para medir la entrega y servicio dentro del marco del Distintivo ESR®.....	10
11.1. Fase 1: Inicial	10
11.2. Fase 2: Desarrollo.....	10
11.3. Fase 3: Madurez	10
11.4. Desarrollo de las Métricas	10
12. Conclusión.....	11



1. Introducción

La entrega y servicio al consumidor representan un enfoque integral en el que cada etapa de la experiencia del cliente se cuida meticulosamente, desde el momento de la compra hasta la llegada del producto. Esto implica no solo garantizar que los pedidos lleguen a tiempo y en perfectas condiciones, sino también ofrecer un soporte accesible y efectivo que resuelva dudas o inconvenientes. Al priorizar la rapidez, la eficiencia y la atención personalizada, se busca no solo satisfacer las expectativas, sino también superar las necesidades del consumidor, fomentando su confianza y lealtad hacia la marca.

La entrega y servicio al consumidor es un pilar fundamental en las Empresas Socialmente Responsables (ESR) porque refleja su compromiso con la ética y la transparencia en cada interacción. Estas empresas no solo buscan satisfacer las necesidades de sus clientes, sino también hacerlo de manera sostenible y respetuosa, considerando el impacto social y ambiental de sus operaciones. Al priorizar un servicio de calidad y una entrega eficiente, las ESR fortalecen la confianza del consumidor, promueven la lealtad y contribuyen a una comunidad más justa, donde se valoran tanto los derechos del cliente como el bienestar colectivo. Esto no solo mejora la experiencia del consumidor, sino que también respalda el propósito más amplio de la responsabilidad social empresarial.

2. Indicadores relacionados con la entrega y servicio.

Indicadores	Ámbito	Descripción
Atención de clientes y consumidores	Asuntos de Consumidor	Asegura una comunicación eficiente durante el proceso de entrega y servicio, resolviendo inquietudes y brindando un servicio de calidad que mejore la experiencia del consumidor.
Información transparente al consumidor	Asuntos de Consumidor	Proporciona información clara sobre los tiempos, condiciones y políticas de entrega y servicio, garantizando que el consumidor esté informado en cada etapa del proceso.
Ciclo de vida del producto	Asuntos de Consumidor	Considera la eficiencia en el transporte y entrega como parte del ciclo de vida, buscando reducir el impacto ambiental durante la distribución del producto.
Impacto ambiental y social de su producto	Asuntos de Consumidor	Evalúa cómo los métodos de entrega y servicio afectan al medio ambiente y la sociedad, promoviendo prácticas de entrega sostenibles y socialmente responsables.
Protección de datos personales	Asuntos de Consumidor	Asegura que la información del cliente esté protegida durante el proceso de entrega y servicio, fomentando una relación de confianza y seguridad.



Tecnologías amigables	Ambiental	Utiliza tecnologías sostenibles en el proceso de entrega y servicio, optimizando la logística para reducir el consumo de recursos y el impacto ambiental.
------------------------------	------------------	---

3. Industrias donde es relevante desarrollar la entrega y servicio.

Industria	Importancia
Comercio al por mayor	Fundamental para garantizar la entrega eficiente de productos y un servicio postventa adecuado.
Servicios de alojamiento temporal y alimentos	Crucial para asegurar una experiencia satisfactoria en la entrega de alimentos y servicios de hospitalidad.
Servicios de mensajería y paquetería	Esencial para la rapidez y eficiencia en la entrega, dado que es el núcleo de su actividad.
Industria manufacturera	Importante para cumplir con tiempos de entrega y estándares de calidad en la entrega de productos a distribuidores y clientes.
Transporte y almacenamiento	Vital para la eficiencia en la entrega de productos, optimizando la logística y el manejo de mercancías.
Servicios de salud y de asistencia social	Fundamental para asegurar que los equipos médicos y productos de salud se entreguen de manera oportuna y confiable.
Servicios financieros y de seguros	Importante para la entrega de documentos y servicios de manera rápida y confiable, mejorando la experiencia del cliente.

4. Normas, certificaciones, buenas prácticas, ODS y leyes relevantes al indicador

Categoría	Norma, Certificación o Ley	Descripción / Apartado Específico	Relevancia para el indicador
Norma	ISO 9001	Gestión de calidad en procesos, incluye la optimización en la entrega de productos y servicios.	Alta
Norma	ISO 10001	Gestión de satisfacción del	Alta



		cliente, incluye estándares de entrega y servicio al consumidor.	
Certificación	Ecovadis	Evalúa sostenibilidad empresarial, considera desempeño en entregas y atención postventa.	Alta
Certificación	GRI (Global Reporting Initiative)	Marco de reportes de sostenibilidad, indicadores relacionados con entregas y servicios responsables.	Alta
Certificación	Great Place to Work	Certificación que fomenta ambientes laborales que contribuyen a un mejor servicio al cliente.	Media
ODS	ODS 12: Producción y consumo responsables	Promueve prácticas sostenibles en las cadenas de suministro y distribución de productos.	Alta
ODS	ODS 9: Industria, innovación e infraestructura	Fomenta la infraestructura sostenible para mejorar la logística y los servicios.	Alta
Ley	Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC)	Protege los derechos del consumidor en la recepción de bienes y servicios en México.	Alta
Ley	Ley General de Transporte	Regula las condiciones de transporte y	Alta



		distribución para una entrega eficiente y segura.	
Buena Práctica	Implementación de sistemas de gestión para optimizar entregas y servicios	Optimización de procesos logísticos y de servicio para mejorar la experiencia del cliente.	Alta

5. Factores que influyen en entrega y servicio.

- **Tecnología:** La implementación de sistemas de gestión de pedidos, seguimiento en tiempo real y plataformas de atención al cliente mejora la eficiencia y la experiencia del consumidor.
- **Logística:** Una cadena de suministro optimizada, que incluye la gestión de inventarios y la selección de transportistas, es crucial para asegurar entregas puntuales y efectivas
- **Capacitación del personal:** Un equipo bien entrenado en atención al cliente puede resolver problemas de manera más efectiva y ofrecer un servicio de calidad.
- **Comunicación:** Mantener una comunicación clara y constante con los clientes sobre el estado de sus pedidos y cualquier cambio relevante es vital para generar confianza.
- **Políticas de devolución:** Tener políticas de devolución flexibles y claras puede mejorar la satisfacción del cliente y su percepción del servicio.
- **Feedback del cliente:** Escuchar y analizar las opiniones y sugerencias de los consumidores ayuda a identificar áreas de mejora en el servicio.
- **Cultura organizacional:** Fomentar una cultura centrada en el cliente dentro de la empresa promueve un enfoque proactivo hacia la satisfacción y la entrega de servicios.

6. Creación de un programa de RSE para fomentar entrega y servicio.

- **Evaluación de necesidades:** Identificar las expectativas y preocupaciones de los consumidores y de la comunidad en general relacionadas con la entrega y el servicio.



- **Definición de objetivos:** Establecer metas claras y medibles que alineen el programa de RSE con la misión y visión de la empresa.
- **Involucramiento de partes interesadas:** Incluir a empleados, clientes, proveedores y comunidades locales en el proceso de diseño del programa para garantizar que todas las perspectivas sean consideradas.
- **Implementación de iniciativas:** Desarrollar y poner en marcha proyectos específicos que aborden las áreas de mejora identificadas.
- **Monitoreo y evaluación:** Establecer indicadores para medir el impacto de las iniciativas y hacer ajustes según sea necesario.
- **Comunicación:** Informar a todas las partes interesadas sobre los esfuerzos y logros del programa, creando conciencia y promoviendo la participación.

7. Beneficios empresariales de fomentar la entrega y servicio.

- **Aumento de la lealtad del cliente:** Un excelente servicio y entrega puntual generan confianza, lo que lleva a que los clientes regresen y recomienden la marca.
- **Mejora de la reputación:** Las empresas que se destacan por su atención al cliente y eficiencia en la entrega son más propensas a recibir reseñas positivas y a ser reconocidas en el mercado.
- **Diferenciación competitiva:** En mercados saturados, un servicio al cliente excepcional puede ser un factor clave que diferencie a una empresa de sus competidores.
- **Incremento en las ventas:** Clientes satisfechos tienden a realizar compras adicionales y a aumentar su gasto promedio, contribuyendo al crecimiento de las ventas.
- **Reducción de costos:** Una gestión eficiente en la entrega y atención al cliente puede minimizar devoluciones y quejas, lo que reduce costos operativos a largo plazo.

8. Riesgos empresariales por no fomentar la entrega y servicio.

- **Pérdida de clientes:** La insatisfacción con el servicio puede llevar a los clientes a buscar alternativas, lo que resulta en una alta tasa de abandono.



- **Reputación dañada:** Las malas experiencias se difunden rápidamente, especialmente en redes sociales, lo que puede afectar gravemente la imagen de la empresa.
- **Bajas ventas:** La falta de atención al cliente y problemas en la entrega pueden reducir la frecuencia de compra y el valor de las transacciones.
- **Aumento de quejas y devoluciones:** Un mal servicio puede resultar en un aumento en las quejas y devoluciones, generando costos adicionales y afectando la eficiencia operativa.
- **Desmotivación del personal:** Un enfoque deficiente en el servicio puede llevar a un ambiente de trabajo negativo, afectando la moral y la productividad de los empleados.
- **Impacto en la rentabilidad:** La combinación de pérdida de clientes, quejas y costos operativos puede afectar negativamente la rentabilidad a largo plazo.

9. Herramientas para fomentar la entrega y servicio.

- **Sistemas de gestión de pedidos:** Software que permite rastrear y gestionar el flujo de pedidos, optimizando el proceso de entrega.
- **Plataformas de atención al cliente:** Herramientas como chatbots, sistemas de tickets y líneas directas que facilitan la comunicación y resolución de problemas de manera rápida.
- **CRM (Customer Relationship Management):** Sistemas que ayudan a gestionar las interacciones con los clientes, permitiendo personalizar el servicio y hacer seguimiento de las preferencias.
- **Encuestas de satisfacción:** Herramientas para recopilar feedback de los clientes sobre su experiencia, ayudando a identificar áreas de mejor.
- **Automatización del marketing:** Plataformas que permiten segmentar a los clientes y enviar comunicaciones personalizadas, manteniéndolos informados sobre el estado de sus pedidos y promociones.
- **Gestión de inventarios:** Software que optimiza la gestión de existencias, asegurando que los productos estén disponibles para una entrega rápida.
- **Análisis de datos:** Herramientas de análisis que permiten monitorear el rendimiento del servicio y las tendencias del consumidor, facilitando la toma de decisiones informadas.



- **Formación y capacitación:** Programas de e-learning y talleres presenciales para mejorar las habilidades de servicio al cliente del personal.
- **Sistemas de gestión de logística:** Software que optimiza la cadena de suministro y la logística de entrega, mejorando la eficiencia y reduciendo costos.

10. Mejores prácticas en la entrega y servicio dentro el Distintivo ESR®

- **Implementación de sistemas de seguimiento de entregas:** Utilizar herramientas tecnológicas como software de seguimiento en tiempo real para monitorear el estado de las entregas, proporcionando a los clientes información clara y actualizada sobre sus pedidos.
- **Establecimiento de tiempos de entrega claros y cumplidos:** Definir plazos de entrega específicos y asegurarse de cumplirlos consistentemente. Esto genera confianza en los consumidores y mejora la percepción del servicio.
- **Capacitación del personal de servicio:** Ofrecer formación continua a los empleados que interactúan directamente con los clientes, enfocándose en habilidades como resolución de problemas, comunicación efectiva y empatía.
- **Políticas de devolución y reemplazo accesibles:** Diseñar procedimientos simples y ágiles para gestionar devoluciones, cambios o reemplazos de productos, asegurando que los clientes tengan una experiencia positiva incluso en situaciones adversas.
- **Uso de encuestas de satisfacción:** Recopilar retroalimentación de los clientes después de cada entrega o interacción de servicio para identificar áreas de mejora y adaptar las estrategias según las necesidades y expectativas.
- **Personalización en la atención al cliente:** Incorporar estrategias que permitan ofrecer un servicio personalizado, como recordatorios de compras anteriores, recomendaciones basadas en preferencias y seguimiento proactivo de las solicitudes del cliente.
- **Implementación de estándares de calidad:** Adoptar protocolos específicos para asegurar que tanto el proceso de entrega como la experiencia de servicio cumplan con criterios de calidad establecidos, evitando errores o inconvenientes recurrentes.
- **Mantenimiento de canales de comunicación abiertos:** Establecer múltiples puntos de contacto, como chat en vivo, líneas de atención telefónica y redes sociales, para que los clientes puedan resolver dudas o problemas rápidamente.
- **Uso de entregas sostenibles:** Optar por opciones de entrega que reduzcan el impacto ambiental, como vehículos eléctricos, rutas optimizadas y materiales de empaque reciclables.
- **Creación de programas de fidelización basados en el servicio:** Incentivar a los clientes a través de programas de fidelización que premien las interacciones positivas, como entregas puntuales y atención personalizada.



11. Propuesta de métricas de impacto para medir la entrega y servicio dentro del marco del Distintivo ESR®.

La propuesta de métricas de impacto para medir la entrega y servicio se desarrollará en tres fases: inicial, desarrollo y madurez. Estas fases consideran el tamaño de la empresa, la madurez de la industria y los recursos disponibles.

11.1. Fase 1: Inicial

Tasa de satisfacción de entrega del cliente: Porcentaje de clientes satisfechos tras recibir el producto o servicio.

Tiempos de entrega promedio: Promedio de días desde que se realiza un pedido hasta su entrega.

11.2. Fase 2: Desarrollo

- **Índice de resolución en el primer contacto:** Porcentaje de consultas o quejas resueltas en la primera interacción con el cliente.
- **Tiempo promedio de devolución o reemplazo:** Duración promedio entre la solicitud de un cliente para una devolución o cambio y la finalización del proceso.
- **Tasa de resolución en primera instancia:** Porcentaje de problemas de entrega resueltos en el primer contacto con el servicio al cliente.

11.3. Fase 3: Madurez

- **Número de quejas y reclamos sobre entregas:** Número de quejas recibidas en relación con el total de transacciones.
- **Frecuencia de actualización de procesos:** Número de actualizaciones o revisiones realizadas a los procedimientos de entrega y servicio en un período específico.
- **Porcentaje de clientes que recomiendan el servicio:** Proporción de clientes que, a través de encuestas, indican estar dispuestos a recomendar el servicio de entrega a otros.

11.4. Desarrollo de las Métricas

1. **Definición de Objetivos Claros:** Establecer objetivos específicos para cada métrica en función de las metas generales de la empresa y del contexto del Distintivo ESR.
2. **Recopilación de Datos:** Implementar sistemas de recopilación de datos que permitan monitorear y registrar la información necesaria, como encuestas de satisfacción, tiempos de entrega y quejas de clientes.



3. **Análisis de Datos:** Utilizar herramientas de análisis para interpretar los datos recopilados, identificando tendencias, patrones y áreas de mejora. Esto puede incluir análisis estadísticos y de sentimiento.
4. **Establecimiento de Líneas Base:** Definir líneas base para cada métrica en la fase inicial, lo que permitirá medir el progreso a lo largo del tiempo y evaluar el impacto de las iniciativas implementadas.
5. **Desarrollo de Planes de Acción:** Basado en los hallazgos del análisis de datos, crear planes de acción específicos para abordar áreas de mejora identificadas y optimizar el servicio al cliente.

La definición de las métricas debe considerar los siguientes aspectos:

- **Tamaño de Empresa:** Las pequeñas empresas deben enfocarse en métricas esenciales, como la tasa de entregas a tiempo y el número de incidencias reportadas, para establecer una base de desempeño. Las medianas pueden incluir indicadores más avanzados, como la satisfacción del cliente y la resolución en primera instancia. Las grandes empresas, con mayores recursos, deben medir métricas complejas, como el impacto de las mejoras en la fidelidad del cliente o la sostenibilidad de las entregas.
- **Madurez de la Industria:** En industrias emergentes, las métricas deben centrarse en construir confianza y establecer procesos básicos de servicio y entrega. Las industrias en desarrollo deben medir la eficiencia operativa y la experiencia del cliente. En sectores maduros, las métricas deben abordar la innovación, sostenibilidad y la diferenciación frente a la competencia.
- **Recursos Disponibles:** Las empresas con recursos limitados pueden optar por herramientas manuales y encuestas simples para medir las métricas. Con recursos moderados, es posible implementar plataformas tecnológicas que optimicen el monitoreo y análisis. Las empresas con recursos amplios deben invertir en tecnologías avanzadas como inteligencia artificial para predecir problemas y optimizar procesos de entrega.

12. Conclusión

El indicador de entrega y servicio es clave para garantizar una experiencia positiva y satisfactoria para los clientes, siendo un componente esencial en la construcción de confianza y lealtad hacia la empresa. Las métricas propuestas permiten evaluar de manera objetiva el desempeño en cada etapa del proceso, desde la puntualidad en las entregas hasta la calidad del servicio al cliente.

Implementar estas métricas de forma estratégica y adaptada al tamaño de la empresa, la madurez de la industria y los recursos disponibles asegura que las organizaciones puedan identificar áreas de mejora, optimizar procesos y responder eficazmente a las



expectativas del cliente. Además, al integrar herramientas tecnológicas, procesos estándar y retroalimentación continua, se pueden alcanzar niveles avanzados de eficiencia y satisfacción.

En un mercado competitivo, un entrega y servicio de alta calidad no solo es un diferenciador clave, sino también un reflejo del compromiso de la empresa con la excelencia operativa y la satisfacción del cliente. Este enfoque integral refuerza la reputación corporativa y fomenta relaciones duraderas con los consumidores.