



Cemefi

Hace bien.



Empresa
Socialmente
Responsable®
Cemefi

Ficha de indicadores

Criterio: Social- Servicios de atención al cliente, apoyo y resolución de quejas y controversias

Indicador: Atención de clientes y consumidores





Índice.

1. Introducción	2
2. Indicadores relacionados del Distintivo ESR®	2
3. Industrias con mayor relevancia	2
4. Normas, leyes, estándares, certificaciones, ODS e ISO	3
5. Factores que influyen en la implementación	3
6. Cómo crear un programa de atención al consumidor	3
7. Beneficios empresariales	4
8. Riesgos de no implementar	4
9. Herramientas y recursos	4
10. Mejores prácticas	4
11. Métricas de impacto	5
11.1 Métricas de prevención	5
11.2 Métricas de corrección, control o mitigación	5
11.3 Métricas de transformación, resarcimiento o generación de bienestar	6
12. Conclusión	6



1. Introducción

El indicador de Atención de Clientes y Consumidores garantiza mecanismos efectivos de atención, quejas y reclamaciones que protejan los derechos del consumidor y generen mejora continua.

La LFPC establece derechos de reclamación del consumidor y PROFECO supervisa su cumplimiento. La ISO 10002 proporciona un marco de gestión de quejas como herramienta de mejora.

Esta ficha orienta a las organizaciones en la implementación de sistemas de atención al consumidor conforme al Distintivo ESR®.

2. Indicadores relacionados del Distintivo ESR®.

Indicadores	Ámbito	Descripción
Información transparente	Consumidores	La atención efectiva previene escalamiento de quejas por información.
Riesgos de salud del producto	Consumidores	Las quejas de salud requieren protocolo de atención prioritaria.
Protección de datos	Consumidores	La atención maneja datos personales que requieren protección.
Educación sobre producto	Consumidores	La atención identifica necesidades de educación del consumidor.
Ética empresarial	Gobernanza	La atención justa al consumidor refleja la ética de la organización.

3. Industrias con mayor relevancia

Industria/sector	Razón de relevancia
Telecomunicaciones	Sector con mayor volumen de quejas ante PROFECO históricamente.
Servicios financieros	Quejas ante CONDUSEF por comisiones, créditos y seguros.
Comercio electrónico	Crecimiento acelerado con desafíos de devoluciones y garantías.
Aerolíneas y transporte	Retrasos, cancelaciones y pérdida de equipaje como fuentes de quejas.
Retail	Devoluciones, garantías y servicio post-venta como áreas críticas.
Salud y seguros	Reclamaciones por cobertura, servicios y tiempos de respuesta.



4. Normas, leyes, estándares, certificaciones, ODS e ISO

Categoría	Nombre	Descripción	Relevancia para el indicador
Ley	LFPC	Protección al consumidor	Derechos de reclamación, garantía y devolución del consumidor.
Organismo	PROFECO	Procuraduría del consumidor	Supervisión y sanción en materia de derechos del consumidor.
ISO	ISO 10002	Gestión de quejas	Marco de gestión de quejas como herramienta de satisfacción.
ISO	ISO 9001	Gestión de calidad	Enfoque al cliente como principio del sistema de gestión.
ODS	ODS 12	Consumo responsable	Protección de los derechos del consumidor.
Estándar	GRI 2-25	Procesos de remediación	Mecanismos para remediar impactos negativos.
Referencia	NPS	Net Promoter Score	Métrica de lealtad y satisfacción del cliente.
Referencia	Directrices ONU Consumidor	Protección internacional	Marco global de protección de derechos del consumidor.

5. Factores que influyen en la implementación

- Regulación sectorial: cada sector tiene reguladores específicos de atención al consumidor (PROFECO, CONDUSEF, IFT).
- Canales: la multiplicación de canales (presencial, telefónico, digital, redes sociales) requiere omnicanalidad.
- Velocidad de respuesta: las redes sociales aceleran las expectativas de tiempo de respuesta.
- Empoderamiento del personal: la capacidad de resolución en primera línea reduce escalamiento.
- Datos: la información de quejas es fuente valiosa de mejora continua e innovación.
- Reputación digital: las quejas no resueltas se amplifican en plataformas de reseñas y redes sociales.

6. Cómo crear un programa de atención al consumidor

- Implementar sistema de gestión de quejas conforme a ISO 10002 con canales accesibles.
- Establecer niveles de servicio (SLA) de respuesta y resolución por tipo de queja.
- Capacitar al equipo de atención en resolución de conflictos y derechos del consumidor.
- Implementar sistema de tickets o CRM para trazabilidad de cada caso.
- Diseñar proceso de escalamiento con niveles de autoridad definidos.
- Medir la satisfacción post-atención y el NPS del servicio.
- Analizar tendencias de quejas para alimentar la mejora continua de productos y servicios.
- Monitorear y responder quejas en redes sociales y plataformas de reseñas.



7. Beneficios empresariales

- Retención de clientes mediante resolución efectiva de problemas.
- Datos de quejas como fuente de mejora continua e innovación.
- Prevención de escalamiento de quejas a PROFECO u otros reguladores.
- Mejora de la experiencia del cliente que fortalece la lealtad.
- Reducción de costos legales por resolución temprana de conflictos.
- Reputación de marca asociada a servicio de excelencia.
- Identificación de problemas sistémicos en productos o procesos.

8. Riesgos de no implementar

- Quejas ante PROFECO con sanciones y procesos administrativos.
- Daño reputacional por quejas no resueltas amplificadas en redes sociales.
- Pérdida de clientes por experiencias negativas de servicio.
- Litigios por incumplimiento de garantías y derechos del consumidor.
- Falta de información de mejora por quejas no canalizadas adecuadamente.
- Deterioro de la marca por reseñas negativas acumuladas.

9. Herramientas y recursos

- Plataformas de CRM y gestión de tickets de atención al cliente.
- Sistema de gestión de quejas conforme a ISO 10002.
- Herramientas de monitoreo de redes sociales y reseñas online.
- Metodología NPS para medición de lealtad del cliente.
- Software de análisis de tendencias de quejas y text mining.
- Guía de la LFPC sobre derechos del consumidor y obligaciones del proveedor.

10. Mejores prácticas

- Resolver la mayor proporción de quejas en primera línea con empoderamiento del personal.
- Cerrar el ciclo: informar al consumidor sobre las acciones tomadas.
- Analizar causas raíz de quejas recurrentes para corregir problemas sistémicos.
- Implementar omnicanalidad para que el consumidor use el canal que prefiera.
- Monitorear NPS y satisfacción post-servicio como indicadores clave de gestión.
- Publicar indicadores de servicio al cliente en el reporte de sostenibilidad.



11. Métricas de impacto

11.1 Métricas de prevención

Nombre de la métrica	Descripción	Fórmula	Periodicidad sugerida	Obligatoriedad normativa o marco de referencia
Canales de atención disponibles	Número de canales de atención al cliente operativos	Conteo de canales (teléfono, email, chat, presencial, redes)	Anual	LFPC (obligatorio)
Capacitación de personal de atención	% del personal de atención capacitado en resolución de quejas	$(\text{Capacitados} / \text{Total atención}) \times 100$	Anual	ISO 10002; LFPC
Protocolo de escalamiento documentado	Existencia de protocolo de escalamiento para quejas complejas	Sí/No (binario)	Anual	ISO 10002; LFPC
Tiempo de respuesta promedio	Horas promedio para primera respuesta al consumidor	$\text{Suma horas primera respuesta} / \text{Total quejas}$	Mensual	ISO 10002; LFPC

11.2 Métricas de corrección, control o mitigación

Nombre de la métrica	Descripción	Fórmula	Periodicidad sugerida	Obligatoriedad normativa o marco de referencia
Tasa de resolución en primer contacto	% de quejas resueltas en el primer contacto con el consumidor	$(\text{Resueltas primer contacto} / \text{Total quejas}) \times 100$	Mensual	ISO 10002; ISO 9001
Quejas escaladas a PROFECO	Número de quejas que llegan a PROFECO por no resolverse internamente	Conteo de quejas ante PROFECO	Trimestral	LFPC (obligatorio)
Tiempo promedio de resolución	Días promedio para resolver una queja completamente	$\text{Suma días resolución} / \text{Total quejas resueltas}$	Mensual	ISO 10002
Tasa de reincidencia de quejas	% de quejas recurrentes sobre el mismo tema	$(\text{Quejas recurrentes} / \text{Total quejas}) \times 100$	Trimestral	ISO 10002; ISO 9001



11.3 Métricas de transformación, resarcimiento o generación de bienestar

Nombre de la métrica	Descripción	Fórmula	Periodicidad sugerida	Obligatoriedad normativa o marco de referencia
Net Promoter Score (NPS)	Indicador de lealtad y recomendación del cliente	% Promotores – % Detractores	Trimestral	ISO 9001; Directrices ONU Consumidor
Customer Satisfaction Score (CSAT)	Satisfacción del cliente con la resolución de su queja	Promedio de satisfacción (escala 1-5)	Trimestral	ISO 10002; GRI 2-25
Mejoras derivadas de quejas	% de quejas que generaron mejoras en productos o procesos	(Mejoras implementadas / Quejas analizables) × 100	Semestral	ISO 10002; ISO 9001
Historial limpio ante PROFECO	Trimestres consecutivos sin quejas formales ante PROFECO	Conteo de trimestres sin queja PROFECO	Trimestral	LFPC (obligatorio)

12. Conclusión

La atención efectiva de clientes y consumidores es expresión del compromiso de la empresa con los derechos del consumidor y con la mejora continua de sus productos y servicios.

El Distintivo ESR® reconoce la progresión desde sistemas básicos de atención hasta la experiencia del cliente como diferenciador estratégico.