



Cemefi

Hace bien.



Empresa
Socialmente
Responsable®
Cemefi

Ficha de indicadores

Criterio: Social- Comercio electrónico

Indicador: Entrega y servicio





Índice.

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



1. Introducción

El proceso de entrega y servicio es el punto de contacto más tangible entre la empresa y el consumidor: el momento en que la promesa de valor se materializa o se incumple. Una gestión responsable de la entrega y el servicio garantiza que los compromisos adquiridos con el cliente se cumplan con puntualidad, integridad del producto, información transparente y atención respetuosa.

La evolución del comercio electrónico y de las expectativas del consumidor han elevado significativamente los estándares de entrega. En México, la LFPC establece obligaciones claras respecto a la entrega de bienes y la prestación de servicios en los términos pactados. La violación de estos compromisos expone a las empresas a reclamaciones ante PROFECO, litigios y daño reputacional amplificado en redes sociales.

Esta ficha orienta a las organizaciones en el diseño de sistemas de entrega y servicio responsables, que generen valor para el consumidor y contribuyan al cumplimiento del Distintivo ESR® de Cemefi en el ámbito de consumidores.

2. Indicadores relacionados del Distintivo ESR®

Indicadores	Ámbito	Descripción
Cumplimiento de compromisos con el cliente	Consumidores	La entrega en tiempo y forma es la expresión operativa del respeto a los derechos del consumidor.
Información transparente al consumidor	Consumidores	Las condiciones de entrega y servicio deben comunicarse clara y oportunamente al consumidor.
Atención de quejas y reclamaciones	Consumidores	Los problemas de entrega generan quejas que deben gestionarse con mecanismos efectivos de remediación.
Responsabilidad en el producto	Consumidores	La empresa es responsable de la integridad, inocuidad y calidad del producto en el momento de la entrega.
Cadena de suministro responsable	Cadena de valor	Los proveedores de logística y servicios de entrega deben cumplir estándares laborales y ambientales.



3. Industrias con mayor relevancia

Industria/sector	Razón de relevancia
Comercio electrónico	La promesa de entrega es el elemento diferenciador más crítico en un mercado de competencia extrema.
Retail y autoservicio	La disponibilidad de producto en anaquel y la eficiencia en caja son componentes clave del servicio al consumidor.
Servicios financieros	La entrega de tarjetas, créditos y servicios digitales en los plazos comprometidos es crítica para la satisfacción.
Manufactura y distribución	El cumplimiento de fechas y condiciones de entrega determina la continuidad de las relaciones B2B.
Salud y farmacia	La entrega oportuna de medicamentos en condiciones adecuadas es una obligación que impacta directamente la salud.
Telecomunicaciones	La instalación y activación de servicios en los plazos comprometidos es fuente frecuente de quejas ante el IFT.

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

Categoría	Nombre	Descripción	Relevancia para el indicador
Ley	LFPC	Ley Federal de Protección al Consumidor	Establece los derechos del consumidor respecto al cumplimiento de las condiciones de entrega y servicio pactadas.
Organismo	PROFECO	Procuraduría Federal del Consumidor	Supervisa y sanciona incumplimientos en la entrega de bienes y la prestación de servicios.
ISO	ISO 9001	Gestión de calidad	Enfoque al cliente y gestión de procesos como principios que aplican directamente a la entrega y el servicio.
ISO	ISO 10002	Gestión de quejas	Marco para la gestión de quejas derivadas de problemas en la entrega y el servicio al consumidor.
ODS	ODS 12	Consumo responsable	Las prácticas responsables de entrega incluyen el embalaje sostenible y la eficiencia logística.
Estándar	GRI 2-25	Procesos de remediación	Mecanismos para identificar y remediar impactos negativos derivados de fallas en la entrega y el servicio.



5. Factores que influyen en la implementación

- Complejidad de la red logística: las empresas con redes de distribución complejas enfrentan mayores riesgos de incumplimiento de entrega.
- Capacidad de los proveedores logísticos: la calidad del servicio de entrega depende también del desempeño de terceros en la cadena.
- Gestión de expectativas: las promesas de entrega poco realistas generan insatisfacción incluso cuando el proceso es eficiente.
- Contingencias: factores externos como desastres naturales, huelgas o problemas aduanales pueden afectar los tiempos de entrega.
- Devoluciones y garantías: la eficiencia del proceso de devolución es tan importante como la entrega original para la satisfacción del cliente.
- Sostenibilidad del embalaje: el consumidor valora cada vez más el uso de empaques responsables con el medio ambiente.

6. Cómo crear un sistema de entrega y servicio responsable

- Establecer compromisos de entrega claros, realistas y verificables que se comuniquen al consumidor antes de la compra.
- Diseñar procesos logísticos con niveles de servicio (SLAs) definidos para cada etapa de la cadena de entrega.
- Implementar sistemas de rastreo en tiempo real que permitan al consumidor monitorear el estado de su pedido.
- Capacitar al personal de entrega y servicio en atención al cliente, resolución de conflictos y derechos del consumidor.
- Diseñar un proceso ágil y amigable de devoluciones y garantías conforme a la LFPC y las expectativas del consumidor.
- Implementar mecanismos de retroalimentación post-entrega para medir la satisfacción y detectar áreas de mejora.
- Adoptar embalaje sostenible que minimice el desperdicio y la huella ambiental del proceso de entrega.
- Evaluar y auditar periódicamente el desempeño de los proveedores logísticos con criterios de calidad y responsabilidad.

7. Beneficios empresariales

- Fidelización del cliente mediante la experiencia positiva de entrega que supera las expectativas y genera recomendación.
- Reducción de quejas ante PROFECO y costos asociados a resolución de disputas por incumplimientos de entrega.
- Mejora de la reputación en plataformas de reseñas y redes sociales por experiencias de entrega positivas.
- Reducción de costos logísticos mediante la optimización de rutas y la minimización de reentregas.
- Diferenciación competitiva en mercados donde la experiencia de entrega es un factor clave de decisión de compra.



- Cumplimiento proactivo de la LFPC que reduce la exposición a sanciones y litigios.
- Contribución al ODS 12 mediante la adopción de embalaje sostenible y optimización logística.

8. Riesgos de no implementar

- Quejas ante PROFECO con sanciones administrativas y obligaciones de compensación al consumidor afectado.
- Daño reputacional por experiencias negativas de entrega viralizadas en redes sociales y plataformas de reseñas.
- Litigios por incumplimiento de la promesa de entrega con consecuencias civiles y económicas.
- Pérdida de clientes recurrentes por una sola experiencia de entrega deficiente o mal gestionada.
- Responsabilidad por productos dañados durante el transporte sin mecanismos de remediación accesibles para el consumidor.
- Impacto ambiental negativo por embalajes excesivos o no reciclables que generan percepción negativa en consumidores conscientes.

9. Herramientas y recursos

- Plataformas de gestión logística (TMS): sistemas de optimización de rutas y seguimiento de entregas en tiempo real.
- CRM con módulo de gestión post-venta: seguimiento de la experiencia de entrega y resolución de incidencias.
- ISO 10002: marco de gestión de quejas aplicado a problemas de entrega y servicio al consumidor.
- Guía de la LFPC sobre derechos del consumidor en la entrega de bienes y prestación de servicios.
- Herramientas de medición de experiencia del cliente (NPS, CSAT, CES) post-entrega.
- Plataformas de embalaje sostenible: diseño de empaques con materiales reciclados o biodegradables.

10. Mejores prácticas

- Implementar la garantía de entrega: comprometerse públicamente con una política de compensación ante incumplimientos.
- Medir y publicar la tasa de entregas a tiempo como indicador clave de desempeño en el informe ESR®.
- Diseñar el proceso de devolución para que sea más sencillo que la compra: la facilidad de devolución genera confianza y lealtad.
- Cerrar el ciclo de retroalimentación: informar al cliente sobre las acciones tomadas ante sus quejas de entrega.



- Integrar criterios de responsabilidad socio-ambiental en la selección y evaluación de proveedores logísticos.
- Monitorear las reseñas y comentarios sobre el proceso de entrega en plataformas digitales y responder proactivamente.

11. Métricas de impacto

11.1 Métricas de prevención

Nombre de la métrica	Descripción	Fórmula	Periodicidad sugerida	Obligatoriedad normativa o marco de referencia
SLAs de entrega documentados	Existencia de niveles de servicio definidos para cada etapa del proceso de entrega	Sí/No por etapa del proceso	Anual	ISO 9001; LFPC
Capacitación de personal de entrega	% del personal de entrega y servicio capacitado en atención al cliente y LFPC	$(\text{Capacitados} / \text{Total personal entrega}) \times 100$	Anual	LFPC; ISO 9001
Rastreo de pedidos disponible	Disponibilidad de sistema de rastreo en tiempo real para el consumidor	Sí/No (binario)	Anual	LFPC; ISO 9001
Embalaje sostenible	% de productos entregados con embalaje reciclado, reciclable o biodegradable	$(\text{Con embalaje sostenible} / \text{Total}) \times 100$	Anual	ODS 12; GRI 301

11.2 Métricas de corrección, control o mitigación

Nombre de la métrica	Descripción	Fórmula	Periodicidad sugerida	Obligatoriedad normativa o marco de referencia
Tasa de entregas a tiempo	% de pedidos entregados en la fecha y horario comprometidos con el consumidor	$(\text{Entregados a tiempo} / \text{Total pedidos}) \times 100$	Mensual	LFPC; ISO 9001
Tasa de incidencias en entrega	% de entregas con algún problema (daño, retraso, faltante) respecto al total	$(\text{Pedidos con incidencia} / \text{Total pedidos}) \times 100$	Mensual	ISO 9001; LFPC
Quejas por entrega ante PROFECO	Número de quejas formales presentadas ante PROFECO por incumplimiento de entrega	Conteo de quejas ante PROFECO	Trimestral	LFPC (obligatorio)
Satisfacción post-entrega (CSAT)	Índice de satisfacción del consumidor evaluado después de recibir su pedido	Promedio de calificaciones CSAT post-entrega (1-5)	Mensual	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
Tasa de fidelización post-incidente	% de clientes que experimentaron una falla en entrega o servicio y continuaron como clientes activos tras la resolución	$(\text{Clientes retenidos post-incidente} / \text{Total clientes con incidente}) \times 100$	Trimestral	ISO 10002; LFPC; GRI 2-25
Tiempo promedio de resarcimiento	Tiempo promedio entre el reporte de una falla en la entrega y la entrega efectiva de la compensación o solución al consumidor	$\text{Suma de días hasta resarcimiento} / \text{Número de casos resarcidos}$	Mensual	LFPC; ISO 10002
Monto total de compensaciones otorgadas	Valor económico total de compensaciones, reposiciones o descuentos entregados a consumidores afectados por fallas en entrega	Suma de compensaciones otorgadas (MXN)	Trimestral	LFPC (Art. 92 bis); PROFECO
Índice de promotores netos post-entrega (NPS)	Indicador de lealtad y bienestar del consumidor medido al completar la entrega o tras la resolución de una incidencia	$\% \text{ Promotores} - \% \text{ Detractores}$ (escala -100 a +100)	Mensual	ISO 9001; GRI 2-25
Clientes recuperados tras queja formal	% de consumidores que presentaron una queja formal (interna o ante PROFECO) y fueron reconquistados mediante resolución satisfactoria	$(\text{Clientes recuperados} / \text{Total quejas formales}) \times 100$	Semestral	ISO 10002; LFPC; GRI 2-25
Reducción de residuos de embalaje	Disminución en kg de residuos de embalaje generados por el proceso de entrega como resultado de iniciativas de embalaje sostenible	$\text{Residuos embalaje año base (kg)} - \text{Residuos período actual (kg)}$	Anual	ODS 12; GRI 301; ISO 14001



12. Conclusión

La gestión responsable de la entrega y el servicio no es únicamente una obligación operativa: es una declaración de los valores de la empresa frente al consumidor. En un entorno donde la experiencia de compra se extiende hasta la puerta del cliente y donde una sola falla puede escalar a miles de personas en redes sociales en cuestión de horas, la calidad del proceso de entrega define la percepción de la marca tanto o más que el producto mismo.

Las organizaciones que adoptan un enfoque proactivo —con compromisos de entrega claros, sistemas de rastreo transparentes, mecanismos ágiles de resarcimiento y embalaje sostenible— no solo reducen su exposición a sanciones de PROFECO y a litigios bajo la LFPC: construyen una ventaja competitiva sostenible basada en la confianza del consumidor.

En el marco del Distintivo ESR® de Cemefi, la entrega y el servicio representan el puente entre la cadena de valor interna de la empresa y el bienestar real de las personas que confían en ella. Medir, mejorar y rendir cuentas sobre este proceso —desde los SLAs de prevención hasta las métricas de fidelización y resarcimiento post-incidente— es la evidencia más concreta del compromiso empresarial con el consumidor responsable.

Las empresas que lideren en este indicador serán aquellas que entiendan que cada entrega cumplida a tiempo es un acto de integridad, y que cada falla bien gestionada es una oportunidad de demostrar que el servicio al cliente no termina con la venta, sino que apenas comienza.