



Ciudad de México, a 31 de octubre de 2023.

Asunto: Notificación de Informe de Resultados de Revisión Sistemática para la NOM-035-SCFI-2003.

Secretario Ejecutivo de la Comisión Nacional de Infraestructura de la Calidad
Presente

Con fundamento en lo dispuesto por los artículos Tercero, y Quinto Transitorios del Decreto por el que se expide la Ley de Infraestructura de la Calidad y se abroga la Ley Federal sobre Metrología y Normalización; artículo 32 de la Ley de Infraestructura de la Calidad; 39, del Reglamento de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización; 1 y 36, fracción I y su último párrafo, del Reglamento Interior de la Secretaría de Economía, por medio del presente se notifica al Secretariado Ejecutivo de la Comisión Nacional de Infraestructura de la Calidad a su cargo, el Informe con los resultados de la Revisión Sistemática de la Norma Oficial Mexicana que se enuncia a continuación:

Título: **NOM-035-SCFI-2003**, "Prácticas comerciales-Criterios de información para los Sistemas de Ventas a domicilio (cancela a la Norma Oficial Mexicana NOM-035-SCFI-1994, publicada el 1 de julio de 1994)".

Fecha de publicación en el DOF: 20 de octubre de 2003

Fecha de entrada en vigor: 19 de diciembre de 2003

Fecha de última revisión quinquenal: 28 de diciembre de 2018

Fecha límite para la notificación al Secretario Ejecutivo de la Comisión Nacional de Infraestructura de la Calidad: 31 de enero de 2024

Tipo de resolución: Confirmación

Justificación: La Norma Oficial Mexicana **NOM-035-SCFI-2003**, establece los lineamientos de información al consumidor que deben observar los proveedores y distribuidores independientes autorizados que, dentro del territorio nacional, comercialicen bienes o servicios en el domicilio del consumidor a través de ventas directas o mediante prácticas de comercialización a distancia. Es importante señalar que dentro de esta Norma Oficial Mexicana quedan excluidas las transacciones comerciales de bienes y servicios mediante el comercio electrónico.

En cumplimiento con el artículo 32 de la Ley de Infraestructura de la Calidad, se realizó un análisis que incluye antecedentes; diagnóstico; impacto o beneficios y; datos cualitativos y cuantitativos, que se exponen en el Anexo 1 "Informe de la Revisión Sistemática de la NOM-035-SCFI-2003". Derivado de lo anterior, como resultado de la Revisión Sistemática se debe Confirmar la Norma Oficial Mexicana NOM-035-SCFI-2003, "Prácticas comerciales-Criterios de información para los Sistemas de Ventas a domicilio (cancela a la Norma Oficial Mexicana NOM-035-SCFI-1994, publicada el 1 de julio de 1994)".

Lo anterior fue expuesto en el Oficio DGN.191.05.2023.2606 suscrito el 31 de octubre de 2023 por la Lic. Mónica Paola Mostalac Cecilia, Directora de Normalización para Industrias Diversas y de Servicios, quien notifica al Director General de Normas la **Confirmación** de dicha norma, en virtud de continuar con los efectos regulatorios y mantener la certidumbre a los consumidores respecto a la información para los sistemas de ventas a domicilio que deben de considerar los proveedores o prestadores de servicio.

Por lo expuesto y habiéndose cumplido en tiempo y forma lo dispuesto en el artículo 32 de la Ley de Infraestructura de la Calidad se notifica que, derivado de la Revisión Sistemática, resulta necesaria la **Confirmación** de la Norma Oficial Mexicana NOM-035-SCFI-2003, "Prácticas comerciales-Criterios de Información para las Sistemas de Ventas a domicilio (cancela a la Norma Oficial Mexicana NOM-035-SCFI-1994, publicada el 1 de julio de 1994)", lo que se hace de su conocimiento para los efectos legales a los que haya lugar.

Sin otro particular, aprovecho para enviar un cordial saludo.

Atentamente,



Lic. Julio Eloy Páez Ramírez
Director General de Normas

01 NOV 2023



MCMC/GCL*

DIRECCIÓN GENERAL DE NORMAS S/R C/ ANEXO

c.c.p. Presidente del Comité Consultivo Nacional de Normalización de la Secretaría de Economía, Secretaría Técnica del Comité Consultivo Nacional de Normalización de la Secretaría de Economía y miembros del Comité Consultivo Nacional de Normalización de la Secretaría de Economía.

c.c.p. Lic. Mónica Paola Mostalac Cecilia, Directora de Normalización para Industrias Diversas y de Servicios, Secretaría de Economía, Dirección General de Normas. Para su conocimiento.





01 NOV 2023

Oficina de Anexo 1

Informe de la Revisión Sistemática de la Norma Oficial Mexicana NOM-035-SCFI-2003, Prácticas comerciales-Criterios de información para los sistemas de ventas a domicilio (cancela a la Norma Oficial Mexicana NOM-035-SCFI-1994, publicada el 1 de julio de 1994)

I. Antecedentes

Con el propósito de que el consumidor tome las mejores decisiones sobre la adquisición de algún producto o servicio, ya sea mediante ventas directas o prácticas de comercialización a distancia (a excepción del comercio electrónico), se inscribió por primera vez en el Programa Nacional de Normalización 1996, publicado el 22 de abril de 1996 en el Diario Oficial de la Federación (DOF), la modificación de la NOM-035-SCFI-1994, "*Criterios de información para los sistemas de ventas fuera de local comercial*".

El 20 de marzo de 2002, el Comité Consultivo Nacional de Normalización de Seguridad al Usuario, Información Comercial y Prácticas de Comercio aprobó la publicación del Proyecto de Norma Oficial Mexicana PROY-NOM-035-SCFI-2002, "Prácticas comerciales-Criterios de información para los sistemas de ventas a domicilio", el cual fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el 17 de abril de 2003 para consulta pública.

Posteriormente, el 30 de mayo de 2003, se publicó la Aclaración por la que se modificó el Proyecto de Norma Oficial Mexicana PROY-NOM-035-SCFI-2002. En consecuencia, se analizaron los comentarios recibidos durante el plazo de 60 días naturales, contados a partir de la fecha de publicación de dicho Proyecto de Norma Oficial Mexicana y se publicó la Respuesta a comentarios el 02 de octubre de 2003. Finalmente, el 31 de julio de 2003, se aprobó por unanimidad la norma definitiva y fue publicada en el DOF el 20 de octubre de 2003.

a) Objetivo, campo de aplicación y alcance

La Norma Oficial Mexicana NOM-035-SCFI-2003, establece los lineamientos de información al consumidor que deben observar los proveedores y distribuidores independientes autorizados que, dentro del territorio nacional, comercialicen bienes o servicios en el domicilio del consumidor a través de ventas directas o mediante prácticas de comercialización a distancia.

Quedan fuera del campo de aplicación de la presente Norma Oficial Mexicana, las transacciones comerciales de bienes y servicios mediante el comercio electrónico.

De acuerdo con la NOM, la comercialización a distancia consiste en la promoción masiva o dirigida de bienes o servicios a través de uno o varios medios de comunicación, en que los consumidores son invitados a responder al proveedor, por el mismo medio u otro diferente, manifestando su intención de adquirir alguno de los bienes o servicios ofrecidos. Los términos de la transacción comercial se establecen en un contrato negociado sin la presencia física de las partes contratantes.

Para clarificar las ventas a domicilio y el alcance que tiene esta norma sobre las mismas, estas aplican de manera directa o a distancia, estando el consumidor en su domicilio, lugar de trabajo, o en cualquier otro sitio. Se pueden realizar por:

- 1) Telemercadeo:** mediante la televisión, la radio, prensa o teléfono.





01 NOV 2023

Of. No. DGN.191.01.2023.2607

Oficina de Partes

- 2) **Venta directa:** comprende aquellas que lleva a cabo el distribuidor fuera de su local comercial, ofreciendo el producto o servicio mediante una demostración o explicación.
- 3) **Venta por catálogo:** la ejecuta el proveedor mediante catálogos, revistas, folletos o cualquier medio impreso.

b) Descripción de la materia, sectores o mercados regulados, así como el Objetivo Legítimo de Interés Público

Las disposiciones de la Norma Oficial Mexicana son de observancia general en la República Mexicana para los proveedores que vendan productos o servicios a través de Telemercadeo, venta directa o venta por catálogo. De conformidad con lo establecido en el artículo 10 de la Ley de Infraestructura de la Calidad, las Normas Oficiales Mexicanas tienen como finalidad atender las causas de las problemáticas identificadas por las Autoridades Normalizadoras y, para el caso en particular, de manera directa se protege el derecho a la información.

Además, dado que la Norma Oficial Mexicana se realizó con la participación de la Procuraduría Federal del Consumidor, resulta necesario que la norma permanezca vigente para promover y proteger los derechos del consumidor, aplicar las medidas necesarias para propiciar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores; así como promover nuevos o mejores sistemas y mecanismos que faciliten a los consumidores el acceso a bienes y servicios en mejores condiciones de mercado, lo anterior con fundamento en el artículo 24, fracciones I y IV de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

II. Diagnóstico

La comercialización es el conjunto de acciones y procedimientos para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. Considera planear y organizar las actividades necesarias para posicionar una mercancía o servicio logrando que los consumidores lo conozcan y lo consuman (SE, 2010).

Una de las formas más eficaces para realizar una compra de un producto o servicio, es la venta directa ya que existe una relación directa entre el vendedor y el comprador, por lo que hay un trato personalizado. Sin embargo, las ventas a distancia crecieron a raíz de la contingencia sanitaria por COVID-19, ya que salir de casa conllevaba un riesgo latente de un posible contagio por dicha enfermedad. Derivado de la pandemia las ventas por telemercadeo y por catálogo se convirtieron en canales principales para ofrecer y hacer llegar sus productos y servicios a varios lugares, sin salir de casa.

Una de las características de la venta por medio de catálogos es que no busca migrar a los canales digitales, si no ser una alternativa integral para impulsar las ventas y el posicionamiento de las marcas y atender a los consumidores según sus necesidades, también busca llegar a diferentes tipos de clientes, especialmente aquellos que no conocen este tipo de estrategia digital y siguen en búsqueda de comprar de la forma tradicional (NEO, 2022).

En México existen diversos modelos de venta directa de bienes y servicios que van desde ventas a domicilio particular, o en algún local comercial, el cual es llevado a cabo por un distribuidor independiente autorizado mediante demostraciones; hasta las ventas que son a distancia (a través de la televisión, radio, teléfono, o prensa); y las ventas por catálogo, entre otras. Como se puede observar, este sector se ha ido adaptando a las condiciones del mercado, lo cual ha beneficiado tanto



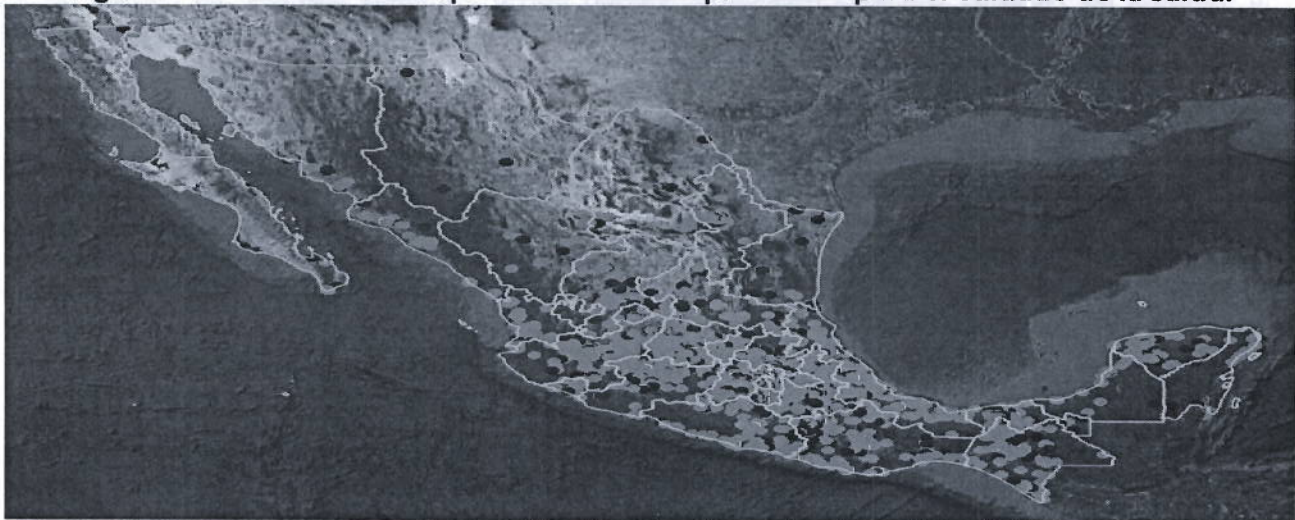


01 NOV 2023

a los vendedores como a los consumidores ya que, cada vez, el consumidor puede adquirir un producto o servicio desde la comodidad de su hogar.

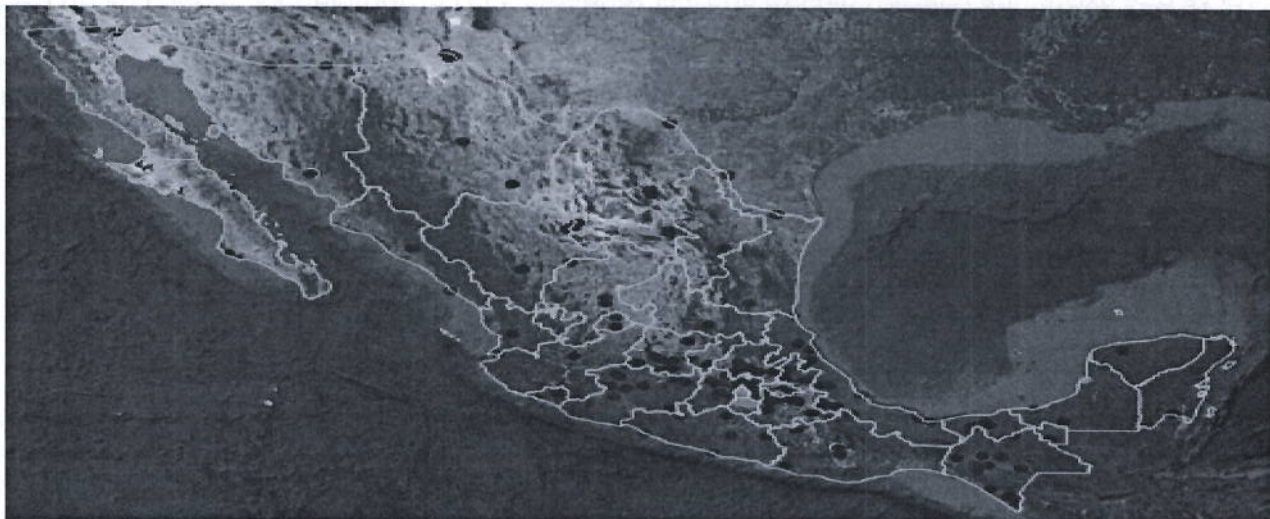
Un ejemplo de la presencia de las ventas por catálogo son las transacciones en el sector de cuidado de la salud, ya que de acuerdo con el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE), de establecimientos que solo se dedican a la venta directa en México existen 17,682 establecimientos que comercializan productos para el control de peso y cuidado personal como se puede observar en la Figura 1, de los cuales la mayoría se concentran en la región Centro, Occidente y Sureste de México y, por otro lado, existen 332 establecimientos que venden productos de perfumería, cosméticos, etc., (Figura 2), de los cuales la mayoría se encuentran en la región Centro de México.

Figura 1. Establecimientos que comercializan productos para el cuidado de la salud.



Fuente: DENUE, consultado en <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>

Figura 2. Establecimientos que comercializan productos de belleza, como por ejemplo perfumería, cosméticos, etc.



Fuente: DENUE, consultado en <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>

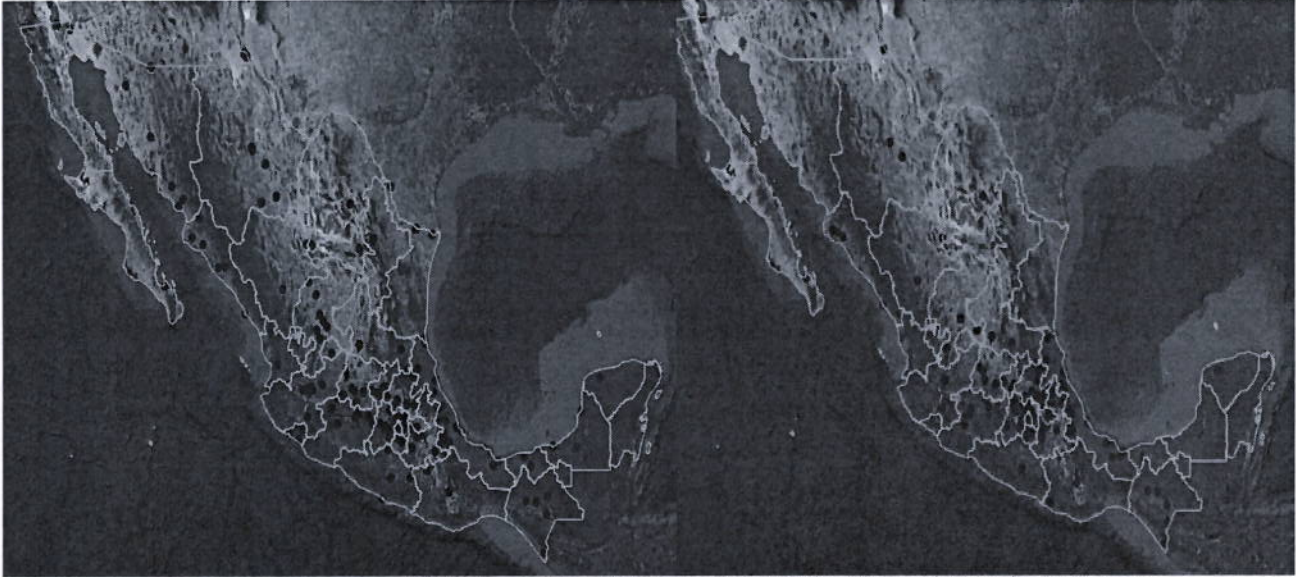


01 NOV 2023

Of. No. DGN.191.01.2023.2607

Respecto a las ventas por catálogo, de acuerdo con DENU, en México existen 445 establecimientos de tan solo dos proveedores que ofrecen calzado mediante catálogos, como se muestra en la Figura 3, de los cuales la mayoría se encuentran ubicados en la región Centro y Occidente de México.

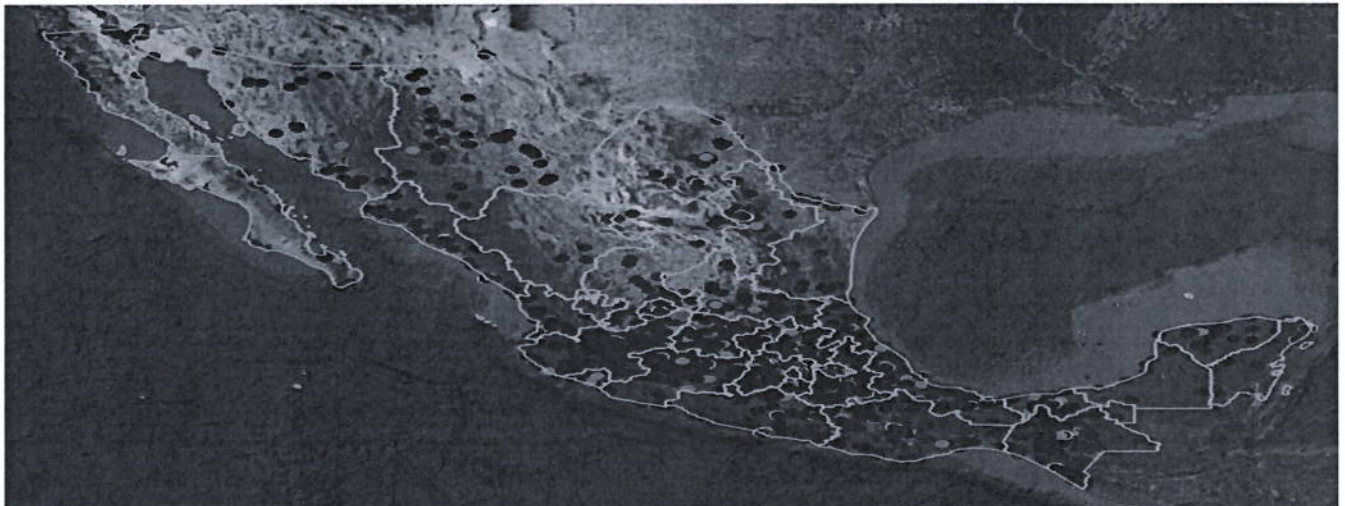
Figura 3. Establecimientos que se dedican a la venta por catálogo



Fuente: DENU, consultado en <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denu/default.aspx>

Por otra parte, los establecimientos de venta por telemarketing también tienen presencia dentro del país, principalmente ofreciendo servicios de telefonía celular, ya sea la venta de equipos mediante planes de pago o cambio de línea telefónica. De acuerdo con DENU, se identificó que existen 6,047 establecimientos de tan solo un proveedor de los servicios mencionados, los cuales se encuentran ubicados en la región occidente, centro y sureste de México (Figura 4). Además, se encontraron 113 Call Centers, de los cuales la mayoría se ubican en la zona centro del país (Figura 5).

Figura 4. Establecimientos que se dedican a la venta por telemarketing



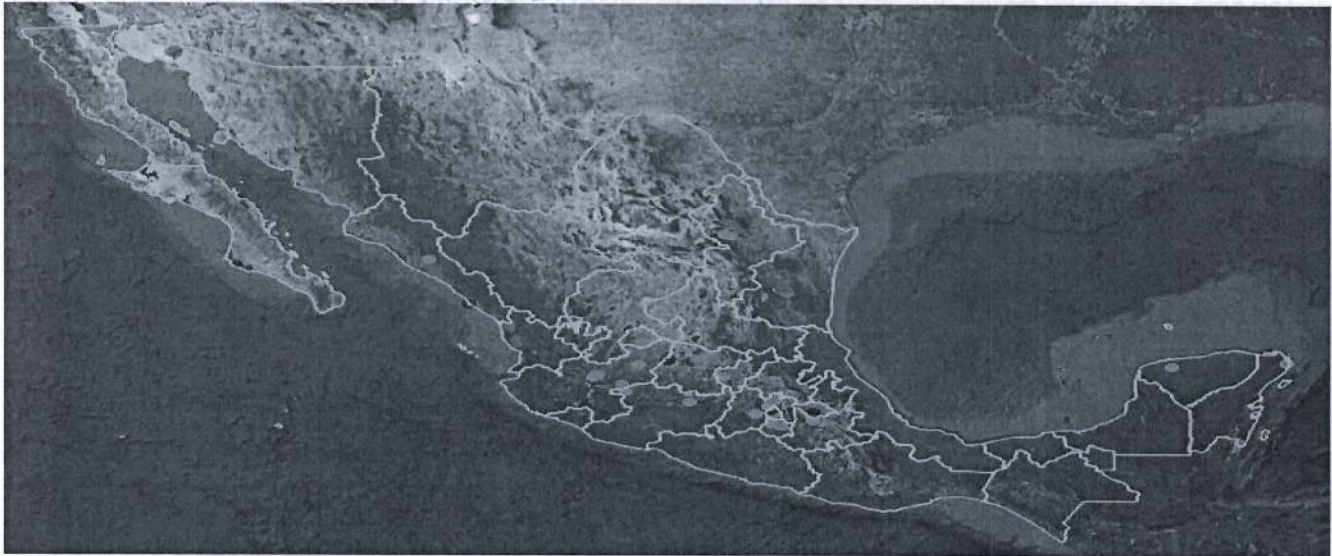
Fuente: DENU, consultado en <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denu/default.aspx>





01 NOV 2023

Figura 5. Call Centers en México



Fuente: DENU, consultado en <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denu/default.aspx>

Como se puede observar, tanto las ventas directas, como por catálogo y por telemercadeo, tienen presencia dentro del territorio nacional, siendo estas una fuente de empleo, así como un canal para adquirir productos y/o servicios sin la necesidad de trasladarse hasta un establecimiento físico, por lo que es necesario de que la NOM en comento, continúe vigente.

III. Impacto o Beneficio

La regulación correspondiente a *Prácticas comerciales-Criterios de información para los sistemas de ventas a domicilio*, genera un impacto para los proveedores al ser los sujetos regulados de la NOM. Si bien no hay Unidades de Inspección, la vigilancia y la verificación del cumplimiento de la Norma Oficial Mexicana corresponde a la Procuraduría Federal del Consumidor. Cabe decir que la norma cuenta con elementos que la Ley Federal de Protección al Consumidor contempla respecto a la información comercial.

Este instrumento normativo seguirá contribuyendo a que los consumidores se mantengan informados sobre los elementos que debe especificar el producto y/o servicio, cuando este realice una compra a distancia dentro del sector ventas que esta Norma regula. Los beneficios deben estimarse considerando que existen fallas en el mercado. Por un lado, la falta de información y transparencia, así como la falta de un contrato entre las partes origina que se tengan prácticas abusivas por partes de los proveedores o distribuidores.

Dado que los consumidores se benefician de este tipo de ventas, las cuales se pueden realizar desde la comodidad de su hogar, esta NOM impacta positivamente en ellos ya que la importancia de que los prestadores de servicios tengan un contrato, el cual establece en formatos uniformes los términos y condiciones aplicables a la prestación de servicios. Si se identifica alguna anomalía en el contrato, o se presente alguna dificultad al momento de recibir el servicio, se podrá hacer el reclamo o denuncia, o en caso de un reclamo injustificado, el proveedor cuenta con los elementos jurídicos para defenderse.





01 NOV 2023

IV. Datos cualitativos y cuantitativos

Las ventas a domicilio, permiten a los vendedores interactuar directamente con el consumidor, mostrando sus productos o servicios, empleando estrategias de acuerdo a la necesidad de los compradores. Sin embargo, es de resaltar que las mujeres son quienes más se dedican a este tipo de ventas. Del total de mujeres dedicadas a la venta directa, 7 de cada 10 son amas de casa y en México han generado ventas anuales por MN\$102 millardos, lo que representó en el 2021 un crecimiento del 14% en relación con el año anterior. (García, 2022)

Las ventas en diferentes ramas, se ha convertido en una fuente de trabajo en donde las personas generan recursos para solventarse económicamente. De acuerdo con la Asociación Mexicana de Ventas Directas, el total de esta industria es de 102, 080 millones entre socios afiliados y empresas no afiliadas (AMVD , 2020). De acuerdo con datos de la Asociación Mexicana de Ventas Directa, más de 4.3 millones de personas se dedican a la venta directa y la belleza es la categoría con más participación, con 46% de las ventas de la industria (El Economista , 2022), como se puede observar en la Tabla 1 y Gráfica 1.

Tabla 1. Distribución de ventas por subcategoría

		2018	2019	2020	2021
Belleza	Cuidado de la piel	15.1	13.6	13.7	13.8
	Cosméticos	11.5	13.2	13.8	7.2
	Fragancias	7.9	7	7.3	7
	Cuidado Personal	7	7.3	7.3	8.2
	Otros	2.4	2.8	3.7	3.8
Nutrición	Suplementos alimenticios	30.1	30.3	31.6	32.6
	Remedios herbolarios	2.9	0	0	0
	Fitness	0.3	0	0.6	0.8
	Otros	0.9	4.2	0.7	1.4
Hogar	Hogar	13	14.6	14	18.8
Moda	Joyería	3.9	2.7	2.5	1.8
	Lencería	3.5	2.8	3.4	3.5
	Ropa	0.1	0.7	0.3	0
	Calzado	0	0	0.2	0
	Otros	1.3	0.6	0.6	1

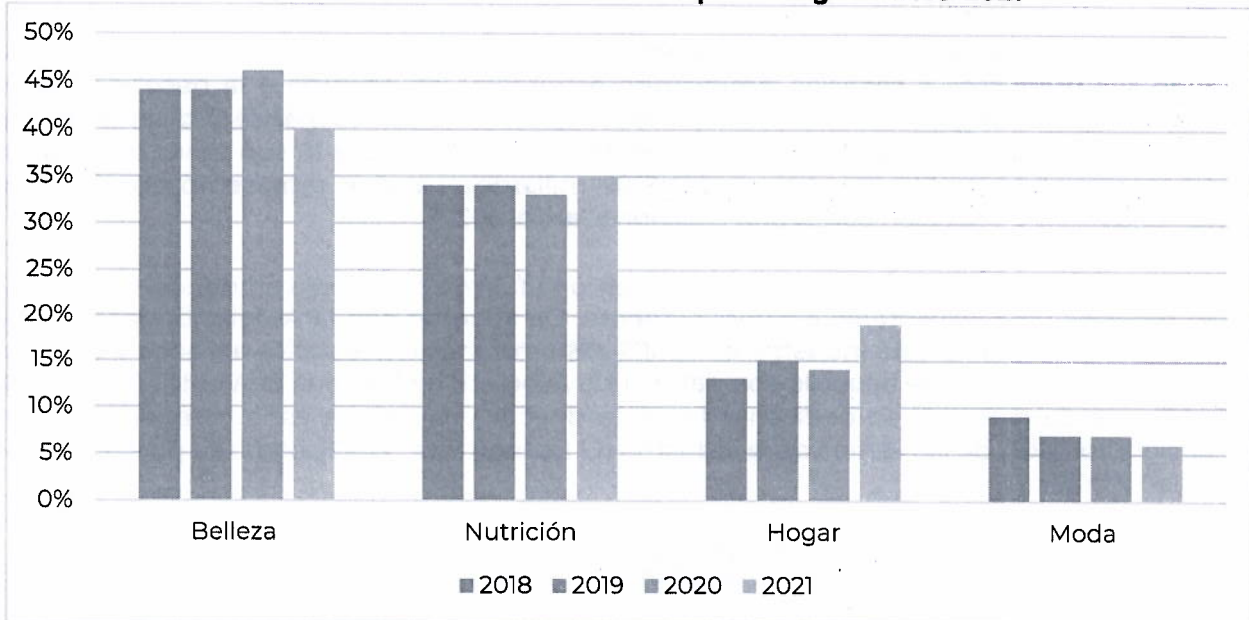
Fuente: Asociación Mexicana de Ventas Directas A.C.





01 NOV 2023

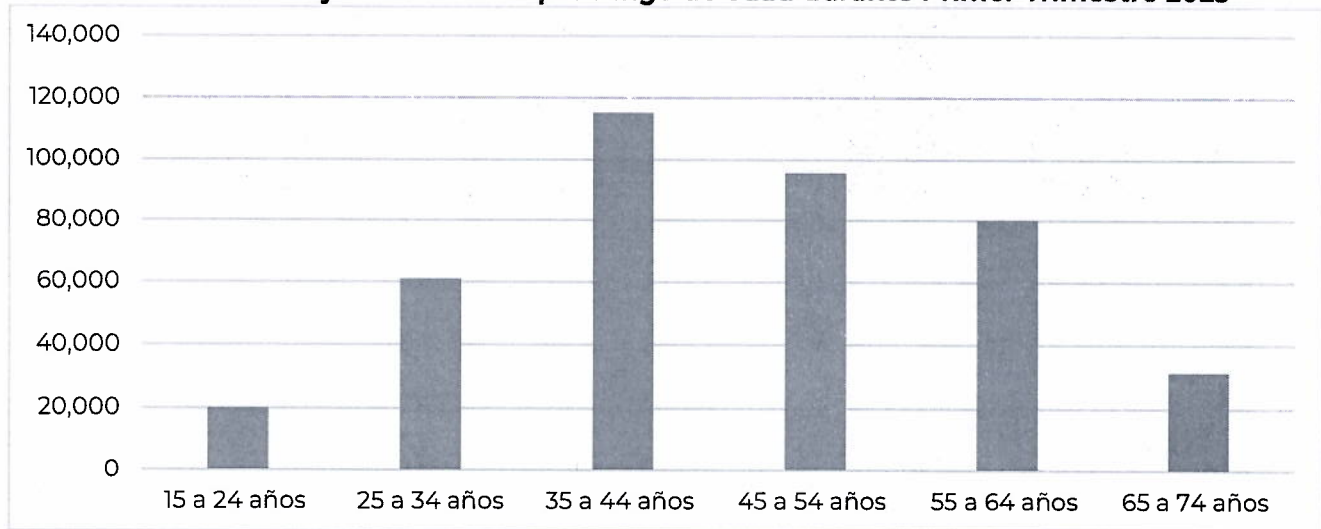
Gráfica 1. Distribución de ventas por categoría 2018-2021



Fuente: Asociación Mexicana de Ventas Directas A.C.

Respecto a los vendedores por catálogo, de acuerdo con la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), durante el primer trimestre de 2023, de la población que trabaja como vendedores por catálogo, el 2.2% son hombres mientras que el 97.8% corresponde a mujeres, principalmente mujeres en un rango de edad de 35 a 54 años (Data México, 2023), como se muestra en la Gráfica 2.

Gráfica 2. Trabajadoras totales por rango de edad durante Primer Trimestre 2023

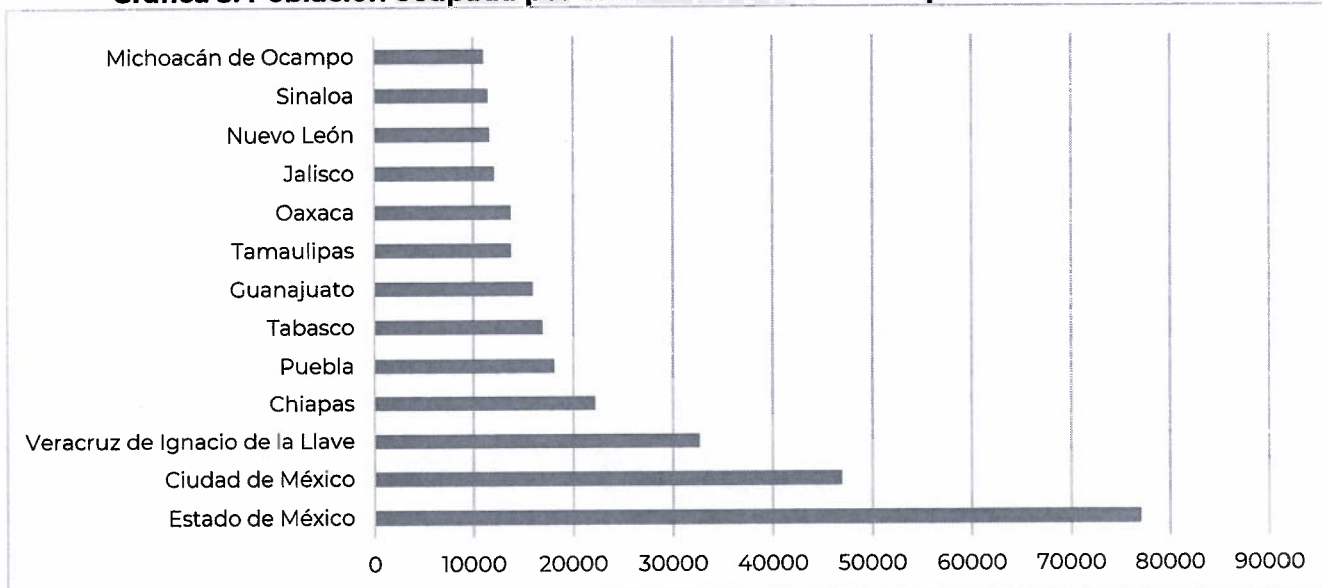


Fuente: Data México, Vendedores por catálogo

Cabe señalar que las entidades con mayor número de población ocupada en el sector de ventas por catálogo, se concentran principalmente en el Estado de México, Ciudad de México, Veracruz y Chiapas los cuales rondan entre los 22,181 y los 77,055, Gráfica 3.



Gráfica 3. Población ocupada por entidad federativa en el primer trimestre 2023



Fuente: Data México, Vendedores por catálogo

V. Determinación

De lo anteriormente expuesto, se presenta como resultado de la Revisión Sistemática la **CONFIRMACIÓN** de la Norma Oficial Mexicana NOM-035-SCFI-2003, "Prácticas comerciales-Criterios de información para los sistemas de ventas a domicilio (cancela a la Norma Oficial Mexicana NOM-035-SCFI-1994, publicada el 1 de julio de 1994)", en virtud de que el objetivo y el campo de aplicación continúan vigentes. Las ventas directas, por catálogo y telemercadeo, sigue teniendo presencia dentro del sistema de ventas a domicilio en territorio nacional como una práctica comercial.

Con base en lo anterior, debe notificarse el presente informe al Secretariado Ejecutivo de la Comisión Nacional de la Infraestructura de la Calidad, con los resultados de esta revisión dentro de los sesenta días hábiles posteriores a la terminación del periodo quinquenal correspondiente y así, se solicite su publicación en la Plataforma Tecnológica Integral de Infraestructura de la Calidad, en cumplimiento y de conformidad con lo establecido por el artículo 32 de la Ley de Infraestructura de la Calidad.

Finalmente, tomando en consideración las atribuciones que la Ley de Infraestructura de la Calidad otorga a las Autoridades Normalizadoras, señaladas en el artículo 139 fracciones I, II, IV y VI, y artículo 142, la Secretaría de Economía, se coordinará con las autoridades competentes para realizar actos de vigilancia y verificación de la NOM-035-SCFI-2003 conforme a sus respectivos ámbitos de competencia y disponibilidad de sus recursos humanos, económicos y materiales.

VI. Bibliografía

AMVD . (2020). *La Venta Directa en números*. Obtenido de <https://amvd.org.mx/index.php/venta-directa/la-venta-directa-en-numeros/>

Data México. (2023). *Vendedores por Catálogo*. Obtenido de <https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/occupation/vendedores-por-catalogo>





ECONOMÍA
SECRETARÍA DE ECONOMÍA

01 NOV 2023

Unidad de Normatividad, Competitividad y Competencia
Dirección General de Normas

Of. No. DGN.191.01.2023.2607

- El Economista . (14 de septiembre de 2022). *Generar mayores ingresos e independencia financiera y de tiempo, principales motivos para ingresar a la venta directa*. Obtenido de <https://www.eeconomista.com.mx/el-empresario/Generar-mayores-ingresos-e-independencia-financiera-y-de-tiempo-principales-motivos-para-ingresar-a-la-venta-directa-20220914-0044.html>
- García, G. (23 de septiembre de 2022). *Las nuevas tendencias de la venta directa*. Obtenido de <https://www.revistaneo.com/articles/2022/09/23/las-nuevas-tendencias-de-la-venta-directa#:~:text=M%C3%A1s%20de%203.9%20millones%20de,Echeverr%C3%ADa%2C%20director%20comercial%20de%20Natura>
- INEGI. (2023). *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas*. Obtenido de <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>
- NEO. (8 de marzo de 2022). *Las ventas por catálogos, una solución ante la pandemia*. Obtenido de <https://www.revistaneo.com/articles/2022/03/08/las-ventas-por-catalogos-una-solucion-ante-la-pandemia>
- SE. (2010). *Comercialización*. Obtenido de <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/productos-servicios/comercializacion>

