

# HOT SALE 2026: guía estratégica para empresas de eCommerce en México

Recopilado por Amalia Beltrán

**Del** 25 de mayo al 2 de junio de 2026, México vivirá la decimotercera edición del Hot Sale, la campaña de ventas en línea más grande del país, organizada por AMVO. Nueve días en los que el comportamiento del consumidor digital se concentra, el tráfico en los sitios participantes se multiplica y las decisiones operativas de cada empresa se ponen a prueba.

## Un evento que ya no se puede improvisar

La edición 2025 dejó cifras que hablan por sí solas: \$42,725 millones de pesos en ventas, un crecimiento del 23.7% respecto al año anterior y 19.2 millones de órdenes de compra. El 82% de los consumidores ya investiga sus productos hasta tres semanas antes del inicio del evento. Daniela Orozco, directiva de AMVO, lo describe con precisión: el usuario de hoy es un "comprador profesional". Ya

no llega a las plataformas a descubrir ofertas; llega a ejecutar decisiones que validó previamente. Esto cambia todo. Las empresas que diseñan su estrategia para los nueve días del evento llegan tarde. La ventana relevante empieza, al menos, un mes antes.

## 2026 tiene una variable adicional: la Copa Mundial

El HOT SALE 2026 se desarrolla en un contexto que no tiene precedente reciente: México será sede de la Copa del Mundo FIFA 2026, con 13 partidos confirmados y un impacto económico estimado en hasta 3,000 millones de dólares según el Gobierno de México. El propio estudio de expectativas de AMVO rumbo al HOT SALE 2026 analiza específicamente el efecto de la Copa Mundial en las decisiones de compra del



consumidor durante la campaña. Categorías como electrónicos (especialmente televisores y audio), artículos deportivos, indumentaria y entretenimiento en el hogar van a competir por atención y presupuesto con una narrativa que excede al propio HOT SALE.

Antes del evento: dónde se juega el partido.

La preparación para el Hot Sale tiene tres frentes simultáneos que deben gestionarse en paralelo, no en secuencia.

## Infraestructura técnica y capacidad operativa

Resistencia del sitio bajo picos de tráfico. El aumento repentino de visitas durante el Hot Sale es predecible: ocurre todos los años. Sin embargo, muchas empresas siguen encontrando cuellos de botella en la carga del servidor, tiempos de respuesta lentos o procesos de checkout que fallan bajo presión. Las

pruebas de estrés previas al evento no son opcionales.

Optimización mobile-first. El 74% del tráfico durante el Hot Sale 2025 provino de dispositivos móviles. Tiempos de carga, navegación, visualización de productos y flujo de pago deben estar optimizados para pantallas pequeñas.

Capacidad real de procesamiento de pedidos. Cuando el volumen se multiplica, el cuello de botella no siempre está en el stock: está en la velocidad de picking, empaque y despacho. Calcular cuántos pedidos por hora puede procesar realmente el equipo es un ejercicio que pocos hacen antes del evento.

## Inventario y logística

Coherencia entre canales. Cuando una empresa vende en su sitio propio y en marketplaces simultáneamente, los errores de sincronización de stock generan ventas de productos que ya no están disponibles. Esto deriva

