

## **Hot Sale y alta demanda: ¿están preparadas las flotillas mexicanas?**

**Ciudad de México, 18 de mayo de 2026.** - El Hot Sale se ha consolidado como una prueba de estrés para las flotillas mexicanas. Durante nueve días, la promesa comercial de disponibilidad, precio y entrega a domicilio se traduce en más unidades en circulación, rutas con mayor presión, operadores expuestos durante más tiempo y una operación logística que necesita visibilidad permanente.

*“Desde la experiencia de Total Protect, el reto no está en mover más unidades, sino en mantener control sobre una operación que se vuelve más compleja. En temporadas como Hot Sale, las empresas necesitan visibilidad sobre cada unidad, ruta y comportamiento operativo para detectar señales que puedan anticipar un riesgo”,* afirma **María de los Ángeles Useche Serrano, directora comercial de Total Protect**, empresa de seguridad privada especializada en soluciones de monitoreo, telemetría y prevención de riesgos para flotillas.

La edición 2026 de Hot Sale México se realizará del **25 de mayo al 2 de junio**, de acuerdo con la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO) y el sitio oficial de Hot Sale México. Será la décimo tercera edición de la campaña, descrita por sus organizadores como la campaña de ventas online más grande del país.

El antecedente inmediato confirma la magnitud del reto. La AMVO reportó que Hot Sale 2025 alcanzó ventas por **42,725 millones de pesos**, con un crecimiento de **23.7%** frente a 2024. La campaña también generó **19.2 millones de órdenes de compra**, un ticket promedio de **1,100 pesos** y casi **39 millones de unidades vendidas**, de acuerdo con datos difundidos por la asociación y retomados en su comunicación rumbo a 2026.

Cada una de esas órdenes activa decisiones físicas: inventario, surtido, carga, asignación de unidades, salida a ruta, entrega, posible devolución y atención al cliente. Para las flotillas, el dato implica más presión sobre ventanas de entrega, más kilómetros recorridos, mayor exposición en zonas urbanas y carreteras, y una necesidad más estricta de control sobre rutas y operadores.

El Pulso Hot Sale 2026 de AMVO anticipa que **8 de cada 10 internautas planean comprar** durante la campaña; además, **76% prevé comprar tanto en línea como en tienda física**. Ese comportamiento omnicanal incrementa la complejidad operativa, porque las empresas deben coordinar entregas a domicilio, recolecciones, inventarios en tienda, centros de distribución y movimientos entre puntos de venta.

*“Hot Sale mide la capacidad operativa, no solo ventas. En pocos días, las empresas deben demostrar si pueden entregar, responder, documentar y mantener continuidad.*

*Para lograrlo, necesitan información en tiempo real sobre rutas, unidades y comportamiento operativo”, señala Useche Serrano.*

Para las flotillas, ese comportamiento se traduce en rutas más densas, más paradas, mayor interacción con zonas metropolitanas, posibles retrasos por tráfico y exponiendo a las flotillas a mayores riesgos operativos y de seguridad para cumplir promesas de entrega. En ese contexto, la geolocalización permite conservar trazabilidad; la telemetría ayuda a revisar consumo, conducción y desempeño vehicular; la videovigilancia aporta evidencia; y el análisis de datos permite identificar patrones que requieren atención.

*“Una flotilla preparada no espera a que el incidente llegue al cliente final. Antes de una campaña como Hot Sale, las empresas deben revisar rutas críticas, definir zonas de riesgo, validar horarios de operación, establecer protocolos de reacción y asegurar comunicación directa con sus operadores. Esa disciplina operativa ayuda a proteger mercancías, unidades y conductores”, apunta la experta de Total Protect.*

*“Las empresas deben entrar a una temporada de alta demanda con tres preguntas resueltas: dónde están sus unidades, qué comportamiento se considera normal en cada ruta y quién toma decisiones cuando aparece una anomalía. Si no existe esa claridad, la operación queda expuesta a decisiones tardías, entregas fallidas, incidentes de seguridad, sobrecostos y afectaciones directas a la experiencia del cliente”, advierte la directora comercial de Total Protect.*

Hot Sale presiona ventas, entregas, rutas, seguridad y experiencia del cliente. También expone la madurez operativa de las flotillas mexicanas: las empresas que no monitorean sus unidades en tiempo real pierden capacidad para anticipar desvíos, corregir retrasos, documentar incidentes y sostener la continuidad del servicio durante los días de mayor demanda.

*“Las temporadas de alta demanda muestran qué tan preparada está una flotilla para operar con control. La venta ocurre en línea, pero la confianza se confirma en la ruta. Ahí es donde las empresas deben actuar con información, protocolos y acompañamiento al operador, porque cada decisión tardía puede traducirse en una entrega incumplida, una unidad expuesta o una pérdida operativa”, concluye María de los Ángeles Useche Serrano.*