

PATROCINADOR

# HOT PYME



Del 26 de Mayo  
al 3 de junio

**\$6,223 + IVA**

**KPIS**

• Impresiones en sitio: **250K - 500K**

Sin costo extra por  
**NO ser miembro AMVO**

★ Todas las cifras de Impresiones y Clickouts son promedios más un factor de crecimiento basados en el comportamiento de estas posiciones en ediciones anteriores, **NO** representa un desempeño futuro para HS 2023. El rendimiento del patrocinio está relacionado con factores como: reconocimiento de su marca, difusión/presencia y canales por los que se promociona y vende, categoría/industria a la que pertenece, cantidad de empresas participantes en el nivel de patrocinio y la calidad de su oferta/promo para el evento, entre otros.

## Políticas de participación especiales para HOT PYMES

- **Uso de la Marca HOT SALE:** Desde el 06 de abril o desde que hayan pagado hasta el 2 de Junio de 2026.
- **Presencia del logo en Landing especial de emprendedores**
- **2 Ofertas HOT visibles en el sitio y hasta 4 cargadas.**
- **Presencia del logo en el ÍNDICE DE MARCAS**
- **Atributo de Wishlist para que los usuarios marquen su marca como sus favoritos**
- **Instructivo en pdf:** Documento instructivo de uso de marca para sacar el mejor provecho de su patrocinio y optimizar su participación en la campaña.
- **ESTOY DE ACUERDO CON QUE MI EMPRESA CUMPLE CON LOS SIGUIENTES LINEAMIENTOS:**
  - *No haber participado en ninguna campaña previa de la AMVO.*
  - *Volumen de ventas entre \$5,000MXN - \$150,000 al mes.*
  - *Pago en su TOTALIDAD del patrocinio antes del evento.*
  - *Estar inscrito ante el Servicio de Administración Tributaria (SAT).*
  - *Empresa constituida o Persona Física con actividad empresarial (El RFC / CSF será requerido) menos de 3 meses de antigüedad.*
  - *La empresa debe estar en etapa de crecimiento y no rebasar el máximo de 4 años en operación.*
  - *La empresa no debe contar con más de 5 empleados.*
  - *Deberán apegarse a las políticas de uso de marca que se determinan para todos los participantes.*
  - *Los participantes bajo esta modalidad estarán sujetos a llenar una encuesta acerca del rendimiento de la campaña una vez haya acabado la misma.*
  - *La empresa no debe poseer más de 2 tiendas físicas.*






★ **En caso de ser pagado el patrocinio y no cumplir con las políticas estipuladas para el mismo, se dará de baja a la empresa sin derecho a reembolso, con prohibición de uso de marca y no podrá participar en las campañas de la AMVO hasta el 2028.**

# POLÍTICAS DE PARTICIPACIÓN OMNICANAL HOT SALE 2026

## DISPOSICIONES APLICABLES A LOS PARTICIPANTES

### 1. Derechos

Son derechos de los participantes

-  **Conocer las fechas aplicables** y correspondientes para HOT SALE 2026 así como para sus entregables.
-  **Uso de marca**  
Emplear la marca y el logotipo oficial de HOT SALE 2026 para dar a conocer información relacionada con sus ofertas y promociones más destacadas, utilizando plataformas digitales, medios electrónicos y/o publicaciones impresas, durante el período estipulado conforme a lo establecido en las reglas de operación correspondientes.
-  **Descargar el Manual de Identidad** del Uso de Marca así como sus logotipos.
-  **Tener acceso** a capacitaciones y reglamentos de operación.
-  **Tener acceso** a CMS (Pulip) para cargar su material (si es aplicable a su patrocinio).
-  **Recibir** material informativo para la operación de la campaña.

## FECHAS DE USO DE MARCA

### 1. Fechas de uso de marca

Las marcas participantes en HOT SALE podrán hacer uso de la marca y logo en sus propias campañas físicas y digitales a partir del **6 de abril**. A diferencia de años anteriores, desde ese día podrán dar a conocer sus promociones, ofertas/precios específicos o finales que tendrán durante la temporalidad pero debe estar claro en sus creativos que esas ofertas y precios son vigentes a partir del primer día de HOT SALE (25 de mayo) y con vigencia hasta el último día de HOT SALE (2 de junio).

Las marcas que previamente han participado en HOT SALE y piensan hacerlo en 2026 pueden siempre tener su minilanding activa de HOT SALE con la marca y el logo para que así tengan un buen SEO con la condición que en esa página sea claro que el evento no está activo y estén las fechas del evento para que el usuario final sepa las fechas de la temporalidad. También, se debe puntualizar que cualquier promoción que pudieran encontrar en esa página fuera de la temporalidad no está asociada a HOT SALE.

*Ejemplos de creativos:*



**SONY**

AUDÍFONOS  
INALÁMBRICOS  
BLUETOOTH -40%

~~\$1,532.00~~  
**\$903.88**

\*PROMOCIÓN VÁLIDA DEL 25 DE MAYO AL 2 DE JUNIO

DEL 25/05 AL 02/06  
WWW.HOTSALE.COM.MX

#ESTÁENHOTSALE #HOTSALE #HOTSALEMX



**dyson**

**15% OFF**

\*PROMOCIÓN VÁLIDA DEL 25 DE MAYO AL 2 DE JUNIO

DEL 25/05 AL 02/06  
WWW.HOTSALE.COM.MX

#ESTÁENHOTSALE #HOTSALE #HOTSALEMX

IMAGEN SOLO DE REFERENCIA

## 2. Recomendaciones de participación:

Además, alentamos la implementación de estrategias que impulsen las ventas previas al período de HOT SALE, ofreciendo beneficios exclusivos que puedan ser utilizados durante su vigencia. Por ejemplo: "Por compras superiores a mil pesos, recibirás un cupón de 200 pesos válido para redimir en HOT SALE del 25 de mayo al 2 de junio".

## 3. Restricciones de uso de marca en campañas propias

### I. Exclusividad de la AMVO para uso de la palabra "HOT SALE" en Google:

🔥 El término "HOT SALE" en Brand Terms en Google (campañas Google ads) es exclusivo para uso de la AMVO y la campaña institucional en favor de todos los participantes.

🔥 Como marcas participantes solo pueden usar **HOT SALE + MARCA**, pero no pueden apostar por "HOT SALE" solo, ya que los costos aumentan y esto se ve impactado en el volumen de clickouts que reciben del sitio de HS, así como también se pierde relevancia en el impression share. De manera periódica, se realizará una revisión para el control de uso del Término de HOT SALE. **En caso de incumplimiento**, la marca participante será notificada mediante correo electrónico y tendrá un máximo de tres horas para pausar el uso del brand term para evitar penalizaciones.

II. Queda estrictamente prohibido a todo participante hacer uso del término o uso de Marca con la palabra "HOT" **previo al evento para hacer una campaña de promoción** que no sea el propio nombre o logo del evento HOT SALE; no se permite hacer uso de algún slogan u otro logo con la palabra "HOT", ya sea HOT WEEK, HOT PRECIOS, HOT DAYS, HOT DEALS, etc. o algún alusivo similar para promocionar alguna oferta/promoción previo al inicio de la campaña, por ejemplo: "VENTA CALIENTE", "COOL SALE", etc. ; como industria debemos de promocionar y comunicar que ya viene el evento para generar expectativa pero no confundir al consumidor y desgastar a la campaña de HOT SALE previo al evento.

## 4. Fechas límite para garantizar todos los assets y beneficios de la campaña

Para asegurar que los todos los assets de los patrocinios de las empresas participantes tengan el mayor impacto posible y estén correctamente integrados en la estrategia 360 de la campaña, es necesario que nuestros equipos y agencias de trabajo cierren sus parrillas de contenido y diseño, por lo que **no se podrá garantizar su incorporación a los assets** fuera de la página [hotsale.com.mx](https://hotsale.com.mx) si de su parte no recibimos los materiales necesarios con **fecha límite del 8 de mayo.**

## 5. Comunicación del evento a sus propias Bases de Datos

Es requisito que TODAS las empresas comuniquen su participación en el evento de forma exclusiva a sus propias bases de datos vía email y redes sociales en DOS fechas previas a HOT SALE 2026. Esta comunicación debe llevar tráfico hacia [hotsale.com.mx](https://hotsale.com.mx) y dar a conocer las fechas del mismo (26 de mayo al 3 de junio):





Fecha de la primera comunicación vía mail y RRSS: **20 de abril**

Fecha de la segunda comunicación vía mail y RRSS: **22 de mayo**

**El 7 de mayo** será la conferencia de prensa y kick off oficial de HOT SALE 2026, fecha en la cual se hace la presentación a todos los medios y se comunica en todos los canales y bases de datos el lanzamiento/apertura de la nueva edición de la campaña y se presenta el sitio de este año ya con los logos de las empresas participantes de HS 2026.

Queremos lograr que todos juntos hagamos la mayor cantidad de difusión posible, y generar un mayor awareness, por lo que TODAS las empresas deben realizar estas acciones de marketing asegurándose que en todas las comunicaciones exista como mínimo un Call to Action (botón) que re-direccionen al sitio [www.hotsale.com.mx](http://www.hotsale.com.mx).

Estas publicaciones deben de generar expectativa (“Ya viene”) y deben ser enviadas con información general como:

-  Fechas del evento
-  Logo de HOT SALE mencionando su participación oficial
-  Slogan del evento
-  Hashtags oficiales

\*Pueden o no utilizar los formatos de diseño oficiales, pero cumpliendo con la información antes mencionada.

## ENCUESTA DE RESULTADOS

### 1. Llenado de encuesta

Una vez finalizado el evento, todas las empresas participantes **deberán de forma obligatoria contestar una ENCUESTA ANÓNIMA rápida de resultados y otra más extensa realizada por [AMVO]** con el objetivo de consolidar un reporte general de resultados de la campaña y el cual será compartido el reporte extenso, solo a todas aquellas empresas que participen.

## OBSERVACIONES Y OBLIGACIONES HOT FASHION 2025

### 1. Obligaciones

- I. Es requisito que todas las empresas participantes liquiden al 100% el pago de sus patrocinios y espacios adicionales antes del **19 de mayo**.
- II. Toda empresa con patrocinio/sponsor pagado, podrá hacer uso del logo, nombre, marca y slogan de HOT SALE de manera oficial desde el 7 abril si ya están facturados y las empresas que reciban su factura posterior al 7 de abril podrán hacer uso de la marca y logo hasta que sus patrocinios estén facturados. El último día para hacer uso de la marca y logo será el 3 de junio al finalizar el evento.
- III. La fecha límite para inscribirse y pagar es el **18 de mayo**.
- IV. Toda comunicación, posicionamiento y tamaño de los logos se harán de acuerdo al NIVEL de sponsor/patrocinios por categoría contratado y lo que incluya dichos paquetes.
- V. Todas las empresas deberán auto-administrar y subir al sitio toda su información y contenido mediante el CMS (Pulip) con accesos personalizados por empresa que les serán asignados y cumplir con las fechas límites.
- VI. Realizar registro en el Portal Oficial con el formulario de HOT SALE 2026

VII. Aceptar términos y condiciones

VIII. Cumplir reglas de operación

IX. Establecer Ofertas y/o promociones con un mínimo de 10% de descuento

X. Diseñar promociones claras que especifiquen el precio de los productos incluyendo el Impuesto al Valor Agregado, con el objetivo de evitar confusiones o posibles engaños en la publicidad.

XI. El uso indebido de la Marca y Logo de HOT SALE, generará infracciones correspondientes a los Términos y Condiciones aceptados y se cancelará la participación de la marca, (AMVO se reserva el derecho de seleccionar y sancionar en los casos específicos).

## 2. Observaciones

**I. Se podrán realizar estrategias OMNICANAL siempre y cuando su oferta online sea mejor o igual que en tiendas físicas, también se podrá tener comunicación del evento/marca en estos espacios pero siempre se debe de dar mayor relevancia/peso o importancia al canal de ventas online.**

II. Los links/URL que se publiquen, deberán contener la oferta para el usuario final. No se podrá derivar el tráfico a un sitio de terceros, a menos que ese comercio también participe en el evento.

III. Cada membresía AMVO otorga el beneficio de participar sin el fee de "No miembro AMVO" hasta para 4 marcas que sean del mismo holding. A partir de la quinta, se pagará un extra por cada marca o se deberá adquirir otra membresía para obtener los beneficios de la membresía.

IV. A partir de que se les haya facturado, podrán subir su información al CMS y su logo y ofertas serán clickeables para que puedan aprovechar las visitas previas que tiene el sitio de HS.

V. Los marketplaces o empresas multicategoría deberán escoger una Categoría Principal para que su logo tenga presencia dentro de esa landing de categoría; si desean aparecer en más landings de categorías, tendrán que contratar por separado y de forma individual la presencia en cada una de las categorías en las que se tenga oferta de productos o servicios.

VI. Todos los precios son más IVA. A partir del **28 de abril**, todos los precios por paquete que no hayan sido facturados tendrán un costo extra del 5% por concepto de "Late Bird", y a partir del **5 de mayo** será del 10%.






VII. No hay reembolsos, devoluciones parciales ni totales por sus patrocinios/sponsors. Los pagos tendrán que ser liquidados ANTES del evento para poder dejar su logo arriba en el sitio y en toda comunicación con uso de su logo (si aplica).

## POLÍTICAS GENERALES DE PARTICIPACIÓN

### 1. Requisitos de participación

I. Tener mínimo 1 año en el mercado con la misma razón social o acreditar historial.

II. Contar en su sitio con:

-  Un carrito de compra donde se lleve a cabo la venta en línea dentro de su sitio de eCommerce o captación de leads.
-  Aviso de Privacidad actualizado, no mayor a seis meses.
-  Términos y Condiciones de uso también conocido como Aviso Legal actualizado, no mayor a seis meses.
-  Como mínimo tener dos puntos de contacto efectivos con el consumidor como: teléfono, correo electrónico, dirección física, chat en línea y redes sociales actualizadas.
-  Tener instalado un candado de encriptación conocido como Secure Socket Layer (SSL) al momento de solicitar cualquier dato de contacto, bancario o de información sensible de los clientes así como garantizar la confidencialidad en el manejo de la información.

## 2. Requisitos extraordinarios

I. En caso de ser requerido, tendrán que cargar al Content Management System (CMS) del sitio de HS (plataforma Pulip) la siguiente documentación:

- Copia del acta constitutiva o copia de inscripción al Registro Público de Comercio.
- Copia de comprobante de domicilio con antigüedad no mayor a dos meses.
- Copia de cédula del Registro Federal de Contribuyentes.

II. Es indispensable aceptar los Términos de la Carta Compromiso de HOT SALE 2026 y la Políticas de Participación incluyendo las de la Preventa del Main Sponsor (se enviarán por separado en un email), ambos documentos se firman de forma electrónica con "checkbox" al acceder por primera vez a la plataforma de Pulip (CMS) del sitio.

### TIPS Y GUÍA DE MEJORES PRÁCTICAS

I. Involucra a toda tu empresa y dale la importancia necesaria al evento: crea una estrategia y objetivos a lograr con al menos un mes de anticipación.

II. Prepárense para el evento: hay que tener una landing con logo y fechas de HOT SALE 2026 / Capturar Leads / Hablar de sus promociones y beneficios de manera general para generar expectativa y calentar las futuras ventas.

III. Tener las mejores ofertas/descuentos posibles del año para el evento. Hay que tener diferentes tipos de promociones e impulsar productos ganadores para maximizar la conversión, así como asegurarse de contar con el stock necesario.

IV. Preparen su sitio Mobile Friendly para que puedan convertir este tráfico (+85% mobile).

V. Recuerden tener en orden y actualizados los siguientes datos: T&C, avisos de privacidad, datos de contacto para los clientes, como menciona el Monitoreo de Tiendas Virtuales de la Profeco e inscribáanse a Conciliaexpress.

VI. Comuníquense con sus proveedores (bancos, empresas de logística) para estar preparados para la fuerte demanda y fortalecer la estrategia anti fraudes.

VII. IT / Sistemas: Hacer Stress tests, pruebas de velocidad, optimizar uso de base de datos, usar caché del navegador, optimizar imágenes y hacer uso eficiente de tags para su analytics.

VIII. Tengan definido un presupuesto adicional para invertir en medios y aprovechar todos los esfuerzos de 2024: TV, Search, Display, Retargeting, CRM, Newsletters, etc.

IX. Viste tus Redes Sociales con los artes de HOT SALE. Utilicen los hashtags de #HotSale, #HotSaleMX, y los que se definan de acuerdo al Slogan del evento.

X. Sobre todo, den un gran servicio al cliente por todos los canales posibles y brinden una experiencia inolvidable, ya que en esta temporalidad tendrás muchos visitantes nuevos.

## REGLAS DE PARTICIPACIÓN EN CAMPAÑA OMNICANAL HOT SALE 2026

- I. Plan de comunicación enfocado a las ventajas de comprar en línea.
- II. Publicación de guía de buenas prácticas de omnicanalidad para promover principalmente la venta en línea y aprovechando también las tiendas físicas y otro canal de venta.
- III. Contar con un URL que permita finalizar la compra o hacer captación de leads
- IV. Se podrán realizar estrategias omnicanal siempre y cuando su oferta online sea mejor o igual que en tiendas físicas, también se podrá tener comunicación del evento/marca en estos espacios.
- V. Presencia de material de comunicación en el punto de venta físico: kioscos, posters, displays, TV, iPads, billboards de la tienda, entre otros. Estos materiales deben de promover tu comercio electrónico mencionando tu sitio web oficial. ejemplo: [www.marca.com](http://www.marca.com)  
Se debe promover la practicidad de compra en línea, por lo menos alguno de los siguientes mensajes: catálogo extendido, compra 24/7, compra donde quieres o entrega en todo el país.
- VI. Se debe ofrecer servicios/comunicación de omnicanalidad como por ejemplo: recolección en tiendas de las compras por internet, devolución en tiendas de las compras por internet, reserva por internet y compra en la tienda, personal capacitado para promover la compra en línea.

## USO Y CONDICIONES DE LOGO Y MARCA DE HOT SALE EN CAMPAÑAS PROPIAS DIGITALES Y OMNICANAL Y TAMAÑO DE EMPRESA

### LINEAMIENTOS DE DETERMINACIÓN DEL PATROCINIO

#### Evento Hot Sale 2026

1. **OBJETO.** Establecer las reglas claras para la determinación del Perfil de Impacto de las empresas participantes, con la finalidad de regular la disponibilidad de los niveles de patrocinio y garantizar una estructura de participación equitativa y representativa del sector.
2. **METODOLOGÍA DE CLASIFICACIÓN.** Para acceder al inventario de patrocinios, toda empresa se someterá a un cuestionario de autodeterminación, que atiende a una Metodología de Pesos Objetivos. Esta herramienta asigna un perfil basado en la capacidad operativa y de mercado de la empresa, alineándose a los criterios oficiales de estratificación económica y considerando la naturaleza digital del sector.

#### Los factores de evaluación que la empresa deberá declarar son:

1. Ventas Anuales (Factor preponderante).
2. Capital Humano (Número de colaboradores).
3. Infraestructura (Puntos de contacto físicos).

**2. PERFILES Y REGLAS DE DISPONIBILIDAD.** El resultado de la metodología ubicará a la empresa interesada en uno de los tres perfiles, lo cual habilitará la disponibilidad del inventario de la siguiente manera:

- 🔥 **PERFIL PEQUEÑA:** Habilita la disponibilidad total del inventario de Patrocinios Base.
- 🔥 **PERFIL MEDIANA:** Habilita la disponibilidad de niveles Patrocinios Base Medios y Altos.
- 🔥 **PERFIL GRANDE:** Habilita exclusivamente la disponibilidad de niveles Patrocinios Base de Alto Impacto.

**Nota:** La disponibilidad se limita únicamente en sentido descendente (contrataciones por debajo de su base inicial). Cualquier empresa, sin importar su perfil, tiene derecho a adquirir patrocinios de mayor nivel.

## 4. PROCESO DE REGISTRO

### 1. Autodeterminación:

La empresa ingresará sus datos en la plataforma oficial bajo protesta de decir verdad.

### 2. Habilitación:

El sistema procesará los datos y mostrará los patrocinios disponibles para el perfil resultante.

### 3. Verificación:

La Asociación realizará revisiones periódicas de los registros. En caso de inconsistencias entre los datos declarados y la información pública o fiscal de la empresa, la Asociación podrá ajustar el perfil y la disponibilidad de inventario de Patrocinios Base correspondiente.

## 5. IGUALDAD DE DERECHOS

Todos los patrocinios pertenecientes a una misma categoría otorgarán idénticos derechos, beneficios y exposición de marca, independientemente del perfil de la empresa que los adquiera.

## 6. MECANISMO DE REVISIÓN

En caso de que una empresa considere inexacta su clasificación y esto afecte su intención de compra de un nivel no disponible, contará con un plazo de 5 días hábiles tras su registro para solicitar una revisión ante la Asociación. Para ello, deberá presentar la documentación oficial que acredite su nivel de ventas y estructura organizacional. La resolución de la Asociación será definitiva para la edición en curso.

## 7. FUENTES DE CONSULTA

**A)** INEGI. Censos Económicos (CE), Resultados oportunos, 2024. [https://inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2025/EAP\\_MIPYMES\\_25.pdf](https://inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2025/EAP_MIPYMES_25.pdf)

**B)** Secretaría de Economía. (2009). Acuerdo por el que se establece la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas [Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 30 de junio de 2009]. Diario Oficial de la Federación.

[https://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php%3Fcodigo%3D5468221%26fecha%3D30/12/2016](https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php%3Fcodigo%3D5468221%26fecha%3D30/12/2016)