

Hot Fashion 2026: qué dice el comprador digital mexicano antes del evento

Recopilado por el Staff de El Inversionista

Del 10 al 17 de agosto de 2026, México vivirá una nueva edición de HOT FASHION, la campaña de ventas en línea especializada en moda, belleza, cuidado personal y artículos de lujo. El Consumer Pulse Julio-Septiembre 2026 de AMVO documenta con precisión el contexto en que llega esta edición: un comprador digital más confiado, más frecuente y más planificado que en cualquier trimestre anterior.

El contexto trimestral: un consumidor digital más confiado y más frecuente

El Índice de Confianza del Consumidor Digital (ICCD) alcanzó el 66% en el tercer trimestre de 2026, frente al 48% registrado en el trimestre previo. Es el dato

de apertura más importante del Consumer Pulse Q3 2026 de AMVO porque no describe sólo un estado de ánimo: se traduce en comportamiento. El 46% de los internautas planea comprar de forma semanal o varias veces por semana en los próximos tres meses. La Gen Z crece hasta el 32% de la base de compradores, y la región Norte gana peso hasta el 19%, desplazando ligeramente los núcleos tradicionales de CDMX. Para HOT FASHION esto tiene una implicación directa: el evento llega en un momento de alta disposición a transaccionar en línea. El consumidor no necesita ser convencido de comprar digitalmente. Necesita encontrar las razones correctas para hacerlo en el evento.

Quién va a comprar en HOT FASHION 2026

Según el Consumer Pulse Julio-Septiembre 2026 de AMVO, 7 de cada 10 internautas muestran interés en adquirir productos de moda, belleza y cuidado personal en los próximos tres meses, consultando en promedio 3.3 categorías de forma simultánea. Quien busca ropa también considera calzado, maquillaje y accesorios: la compra en moda actúa como detonador de decisiones más amplias. Un dato que merece atención especial: el 89% de quienes conocen la campaña declara alta probabilidad de compra. Y el 85% se muestra dispuesto a probar o comprar marcas que no consume habitualmente. La temporalidad diluye el hábito por las

opciones conocidas, generando una ventana de adquisición de nuevos clientes que no existe con la misma intensidad en el resto del año.

Cómo decide: un comprador que llega preparado, no reactivo

La planificación anticipada es el rasgo más relevante del perfil de compra para HOT FASHION 2026. El 54% de los compradores interesados comenzará a explorar ofertas entre una y tres semanas antes del inicio del evento. Sólo el 19% espera al mismo día de inicio. Esto tiene consecuencias directas para la estrategia de comunicación: Las decisiones no se toman el 10 de agosto. Se toman en las

