crosswinds
Market Signals by acertiqa

Reporte · E-commerce

E-COMMERCE EN AMÉRICA LATINA

Lo que el Hot Sale México 2026 revela sobre el consumidor digital

Cómo uno de los mayores eventos de e-commerce de México anticipa el comportamiento del comprador en toda la región.

El Hot Sale ya no es solo una campaña de descuentos: es el termómetro más confiable de hacia dónde va el consumidor digital latinoamericano.

Elaborado por Acertiqa a partir de datos públicos de AMVO, Tiendanube, Endeavor–Mercado Libre y fuentes especializadas del sector.

AGOSTO 2026

INTRODUCCIÓN

Por qué el Hot Sale importa más allá de México.

Cada año, el Hot Sale mexicano concentra en nueve días una muestra a gran escala del comportamiento del comprador digital: cómo decide, desde qué dispositivo compra, qué tanto confía en la marca y qué tan dispuesto está a usar nuevas herramientas —como la inteligencia artificial— para decidir mejor.

Porque México es, junto con Brasil y Argentina, uno de los tres mercados que concentran cerca del **85% del volumen de e-commerce en América Latina**, lo que ocurre durante el Hot Sale no es un dato aislado. Es una señal adelantada de hacia dónde se mueve el resto de la región.

Este reporte toma los resultados del Hot Sale 2026 como punto de partida para leer tres cosas: qué cambió en el comportamiento del comprador, qué tan grande es realmente la oportunidad regional y qué debería ajustar un equipo comercial o de marketing que vende, o quiere vender, en LatAm.

QUÉ CAMBIÓ

El comportamiento del comprador durante el evento.

QUÉ TAN GRANDE ES

La oportunidad regional, en cifras verificables.

QUÉ AJUSTAR

Las decisiones que un equipo comercial debe revisar.

Lo relevante no es que las ventas crecieron. Es que crecieron sin que creciera al mismo ritmo la indecisión del comprador: llegó más informado y compró más rápido.

PANORAMA 01

El tamaño real del mercado: México y América Latina en cifras.

Antes de analizar el Hot Sale conviene dimensionar el terreno en el que ocurre. El comercio electrónico mexicano cerró 2025 con un valor de **941 mil millones de pesos**, un crecimiento de 19.2% frente al año anterior, lo que coloca al país como el octavo mercado de e-commerce de mayor crecimiento a nivel mundial.

A nivel regional, el mercado de e-commerce de América Latina supera ya los **215,000 millones de dólares** en 2026 y crece aproximadamente 1.5 veces más rápido que el promedio global, con Brasil, México y Argentina concentrando la mayor parte del volumen.

INDICADOR	2025	2026 · ESTIMADO / REPORTADO
E-commerce México (valor total)	$941,000 M MXN	Penetración esperada de 17.7% sobre el retail
Hot Sale México (ventas totales)	$42,725 M MXN	$47,000–52,000 M MXN · proyección AMVO
Hot Sale México (órdenes)	19.2 millones	Crecimiento de 59% en número de órdenes
E-commerce América Latina (valor total)	~$190,000–195,000 M USD	> $215,000 M USD
Compras vía smartphone (regional)	—	~84% de las compras

México cuadruplicó su penetración de e-commerce entre 2018 y 2024 y, según proyecciones de Endeavor y Mercado Libre, superará por primera vez la penetración de Estados Unidos en 2026. El mercado que sirve de laboratorio en este reporte ya no es un mercado emergente en el sentido tradicional: es uno de los más dinámicos del mundo.

PANORAMA 02

El consumidor que llegó decidido: qué cambió en 2026.

La diferencia más significativa del Hot Sale 2026 no está en el monto total vendido, sino en **cómo se compró**. Nueve de cada diez carritos terminaron convirtiéndose en compras efectivas, según datos de Tiendanube, frente a apenas 50% en la edición anterior. Esa duplicación en la tasa de conversión es la señal más clara de un comprador que investigó antes de entrar a la plataforma.

CÓMO SE EXPLICA EL SALTO

01 **Uso creciente de IA como copiloto de compra**

6 de cada 10 consumidores mexicanos están dispuestos a usar herramientas de inteligencia artificial para comparar productos y precios antes de decidir; la AMVO reportó que cerca de la mitad ya lo hizo en esta edición.

02 **Mobile-first, sin discusión**

El 70% de las ventas del Hot Sale se concretó desde un smartphone, en línea con el ~84% de compras móviles que ya caracteriza a la región completa.

03 **El pico de venta ya no es el primer ni el último día**

Por primera vez en la historia del evento, el momento de mayor actividad ocurrió a mitad de la campaña, coincidiendo con la quincena y el inicio de un fin de semana: una lectura de comportamiento financiero, no solo comercial.

04 **Un evento deportivo redefinió categorías**

La proximidad de la Copa del Mundo 2026 en México impulsó categorías como pantallas, audio y artículos deportivos; cerca de 2 de cada 10 compradores dijeron que gastarían más de lo planeado para equiparse para los partidos.

El comprador de 2026 no llega al Hot Sale a descubrir ofertas. Llega a confirmar una decisión que ya tomó antes, apoyado en comparadores, reseñas y ahora también en IA.

PANORAMA 03

La lectura regional: lo que México anticipa para LatAm.

Los mismos patrones que explican el Hot Sale mexicano aparecen, con distinto ritmo, en el resto de la región.

MÉXICO

21%

del total de ventas del Buen Fin 2025 fue canal digital, con un crecimiento de 31% frente a 2024.

ARGENTINA

+55%

creció el canal digital en facturación durante 2025, con 253 millones de operaciones de compra en el año.

BRASIL

$47 mil M

USD en ventas online solo en el primer trimestre de 2025: más de la mitad del total digital de la región.

El patrón común a los tres mercados es el mismo que revela el Hot Sale: el crecimiento ya no depende de sumar nuevos compradores, sino de **convertir mejor, retener más y sostener la recompra**. LatAm sigue siendo la región del mundo con más compradores digitales nuevos, pero la métrica que ahora decide quién gana no es la adquisición: es la eficiencia.

TRES TENDENCIAS QUE SE REPITEN EN TODA LA REGIÓN

Social commerce en ascenso	Las plataformas sociales se consolidan como canal de descubrimiento y de conversión, con una participación que crece a doble dígito en las ventas digitales regionales.
Pagos digitales e inclusión financiera	Billeteras electrónicas, pagos instantáneos y modelos de compra ahora-paga-después siguen acelerándose y se vuelven decisivos en el checkout.
Logística como diferenciador de marca	Los retrasos en la entrega y las devoluciones complejas se están convirtiendo en la principal razón de abandono de plataforma, más que el precio.

PANORAMA 04

Qué significa esto para un equipo comercial o de marketing.

Leer el Hot Sale como un evento de temporada es quedarse con el titular. Leerlo como un adelanto del comportamiento regional es lo que permite ajustar la estrategia antes de que el resto del mercado se mueva. Estas son las implicaciones prácticas más directas de los datos anteriores.

→ **Si tu comprador llega decidido**, tu contenido pre-compra (comparadores, reseñas, specs claras) pesa más que el descuento del día del evento.

→ **Si el 70–84% de las compras son desde el celular**, cualquier complicación en el checkout móvil cuesta más conversión de la que parece en el reporte de analytics.

→ **Si la IA ya influye en 5 o 6 de cada 10 decisiones**, la forma en que tu producto aparece descrito (en tu sitio, en marketplaces y en redes) empieza a competir también por visibilidad ante asistentes de IA, no solo ante buscadores.

→ **Si la eficiencia reemplazó al crecimiento** como métrica de éxito regional, medir solo tráfico y ventas del evento deja fuera la pregunta que realmente importa: ¿cuántos de esos compradores vuelven a comprar en los siguientes 90 días?

EN RESUMEN

Gana quien llega primero a la fase en la que el comprador ya está decidiendo.

El Hot Sale 2026 confirma algo más grande que una buena temporada de ventas: el consumidor latinoamericano es cada vez más informado, más móvil y cada vez más dispuesto a delegar parte de su decisión de compra en herramientas digitales.

Las marcas que ganan no son necesariamente las que ofrecen el mejor descuento, sino las que llegan primero a la fase en la que el comprador ya está decidiendo: en el contenido que compara, en el checkout ágil y sencillo, y en la experiencia posterior a la compra que decide si ese comprador vuelve.

SIGUIENTE PASO

¿Quieres leer las señales del mercado latinoamericano antes que tu competencia?

En Acertiqa ayudamos a equipos comerciales, de marketing y liderazgo a convertir señales de mercado como estas en inteligencia accionable para decisiones de crecimiento en América Latina.

www.acertiqa.com talkto@acertiqa.com

Fuentes: Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO) — Reporte de Resultados Hot Sale 2025 y Pulso Hot Sale 2026; Tiendanube; Endeavor México y Mercado Libre; Colliers; dLocal; PCMI/AMI; eMarketer; Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE). Reporte elaborado por Acertiqa, Agosto 2026.