

FN

FASHIONNEWS

www.fashionnews.com.mx

AÑO 20

149

ENERO
2026

MÉXICO



UNA EDICIÓN PARA LA HISTORIA

20 años documentando la moda mexicana

NUESTRA PORTADA:
DISEÑO Alondra Gudiño (UCAM) / MODELO Maria Sobrino / FOTOGRAFÍA Misael Martínez / DIRECCIÓN CREATIVA Rapsodia Mendoza / MAQUILLAJE Carlos Vizcarra

Contenido

NUESTRA EDICIÓN #149

02

DEL EDITOR - LA HISTORIA QUE CONSTRUIMOS

Hace veinte años, el 17 de enero de 2006, viví uno de los momentos más importantes de mi vida.

04

NUESTRA PORTADA - ALONDRA GUDIÑO

Alondra Gudiño es estudiante del quinto semestre de la carrera de Diseño de Moda en la Universidad CAM.

05

MEZCLARTE ANUNCIA SU GRAN FINAL

La plataforma creativa de diseño en mezclilla prepara su Gran Final dentro de Intermoda.

06

EL PULSO DE LA INDUSTRIA

Nearshoring, sustentabilidad y tecnología redefinen el rumbo del sector en México

08

IM LA FUERZA DE LA MODA MEXICANA

Intermoda se consolida como la plataforma que proyecta la moda mexicana hacia los mercados.

09

NOTAS CORTAS DE LA INDUSTRIA

El pulso inmediato de la industria de la moda

14

LA ENTREVISTA: CON MARIO FLORES

Mario Flores es una figura clave en la historia de la industria de la moda en México.

16

INTERMODA UNA HISTORIA QUE NO TERMINA

Una selección de imágenes históricas de FN Fashion News recorren la evolución de Intermoda

14

EXINTEX LA CITA INELUDIBLE EN PUEBLA

Exintex vuelve a reunir a la industria que transforma hilos en futuro. Innovación, negocios y orgullo

EDITORIAL 20 AÑOS

FN La Historia que Construimos Juntos



Hace veinte años, el 17 de enero de 2006, viví uno de los momentos más importantes de mi vida. Ese día, en los pasillos de Intermoda, mi sueño tomó forma y respiró por primera vez. Ahí nació FN Fashion News, con una ilusión tan grande que apenas cabía en mis manos: construir un medio que hablara por la moda mexicana, que contara sus historias y que acompañara a quienes, día a día, dan vida a esta industria.

La moda mexicana era distinta... más silenciosa y más invisible para el mundo. No existía una publicación que hablara por nosotros. El periodismo de moda era terreno de unos pocos, el internet era limitado y las redes sociales ni siquiera habían iniciado y lo más sorprendente: en las exposiciones no había gafetes de prensa, ni convocatorias, ni salas de prensa. Éramos un gremio sin registro propio.

Y, aun así, a pesar de todo, **algo dentro de mí decía que era el momento**. Que México merecía ser contado. Que nuestros diseñadores, fabricantes, creadores, empresarios y visionarios necesitaban **una voz que creyera en ellos**. Así comenzó este camino.

Hoy, dos décadas después, miro hacia atrás y no puedo evitar sentir un nudo en la garganta.

149 ediciones y 20 años

149 veces en las que trabajamos para dejar constancia de lo que somos, de lo que hemos construido, de lo que hemos soñado como industria.

FN Fashion News se convirtió en un testigo silencioso y, al mismo tiempo, en un impulsor constante. **FN ha sido mi compañero de vida**, pero también ha sido un reflejo fiel de todos ustedes.

Porque este aniversario no celebra tan solo a una revista... **iCelebra a las personas!** A quienes confiaron en nosotros cuando nadie más veía lo que podía llegar a ser la moda mexicana.

Gracias a quienes nos abrieron las puertas de sus talleres, a quienes nos invitaron a sus desfiles, a sus ferias, a quienes nos mostraron sus diseños y nos contaron sus historias... **iGracias a quienes nos regalaron su tiempo, su talento y su cariño!**

Hoy, al cumplir 20 años, siento un inmenso orgullo... pero también una profunda gratitud. Si FN Fashion News tiene valor, es porque juntos lo construimos.

Porque cada número, cada página y cada imagen guarda un pedazo de la historia de este país **creativo y apasionado**.

El reto, ahora, es el futuro y lo abrazo con la misma emoción de aquel primer día en Intermoda. Sé que lo que viene será aún mejor, porque **hoy tenemos experiencia, madurez y una visión clara**: llegar a toda la industria mexicana y trascender hacia Latinoamérica, Estados Unidos y Canadá. **Queremos contar nuevas historias**, descubrir nuevos talentos, cruzar fronteras... **y seguir siendo el medio que nació para servir a la moda**.

A quienes han formado parte de este camino:

iGracias, de todo corazón! Si algo he aprendido en 20 años, es que los sueños sí se cumplen...pero solo cuando se comparten.

Vamos por los próximos 20.

Rubén Díaz

**Director General y Fundador FN Fashion
FN Fashion News**

ESTRUCTURA, TÉCNICA Y VISIÓN:

LA BASE DEL DISEÑO

En el mundo de la moda, detrás de cada silueta definida existe una arquitectura textil que responde a decisiones técnicas clave: soporte, resistencia, flexibilidad y control.

Las entretelas permiten a los diseñadores mexicanos ir más allá de la forma tradicional: explorar volúmenes más audaces y construir prendas pensadas para perdurar. Se han convertido en materiales que acompañan, sostienen y potencian -

el proceso creativo desde su origen. En un contexto donde la moda mexicana busca mayor conciencia, durabilidad y profundidad conceptual, las decisiones técnicas cobran un nuevo valor. Diseñar desde el interior implica pensar en el ciclo de vida de la prenda, en su resistencia al uso y en la coherencia entre forma, material y propósito. Es un acto de diseño responsable que comienza mucho antes del primer fitting.



Así, cuando la técnica respeta el material, la prenda se eleva. Una base bien elegida aporta estabilidad sin rigidez, controla el comportamiento del textil y permite que cada tela mantengan su esencia sin sacrificar funcionalidad.

De esta manera, la estructura interna no impone, sino que dialoga con la intención del diseñador y con la identidad de cada prenda.

En este camino, el acompañamiento de la industria es clave. En BRINCO trabajamos junto a técnicos y diseñadores. A través de la experiencia y la innovación desarrollamos soluciones textiles que entienden el oficio, el proceso y la visión creativa.

Porque el talento mexicano merece respaldo, identidad y acompañamiento. Esto también es BRINCO.



“La moda no es solo
visión: es estructura.”





Por Rubén Díaz

20 años impulsando el diseño mexicano

Alondra Gudiño Ruiz. Talento emergente que simboliza el futuro del diseño mexicano

En una edición que marca dos décadas de historia, FN Fashion News celebra su 20 aniversario reafirmando su compromiso con el diseño mexicano y con las nuevas generaciones de creativos que hoy comienzan a escribir el futuro de la industria.



Celebrar 20 años de FN Fashion News no es solo mirar hacia atrás y reconocer el camino recorrido; es, sobre todo, reafirmar nuestro compromiso con el futuro del diseño mexicano. Por ello, en esta edición conmemorativa, nuestra portada está dedicada a una joven creadora que representa la nueva generación de talentos que comienzan a marcar el rumbo de la moda en nuestro país.

Alondra Gudiño Ruiz es estudiante del quinto semestre de la carrera de Diseño de Moda en la Universidad CAM de Acámbaro, Guanajuato. Aún en formación académica, su visión creativa, sensibilidad estética y disciplina la llevaron a posicionarse como una de las finalistas del Concurso Mezclarte 2024, plataforma que durante dos décadas ha impulsado el talento emergente especializado en el trabajo con mezclilla.

La decisión de nuestro equipo editorial de otorgar esta portada —tan significativa por tratarse de nuestro 20 aniversario— a una diseñadora en proceso de formación no es casual. Responde a una convicción profunda: el futuro del diseño mexicano está en manos de los jóvenes, y es nuestra responsabilidad como medio especializado abrir espacios reales de proyección, visibilidad y reconocimiento para quienes hoy comienzan a construir su trayectoria.

El Concurso Mezclarte ha adquirido, a lo largo de estos 20 años, una relevancia estratégica dentro de la industria nacional. Su enfoque en la mezclilla mexicana —material clave en los mercados internacionales— ha permitido consolidar una plataforma que conecta creatividad, industria y proyección global. En ese contexto, el trabajo de Alondra se inserta como un ejemplo del potencial creativo que existe en las nuevas generaciones y de la calidad que caracteriza al diseño emergente en México.

Así, este aniversario de FN Fashion News camina de la mano del diseño mexicano, del talento joven y del compromiso de seguir impulsando propuestas que reflejen identidad, innovación y visión de futuro. Al igual que Mezclarte, celebramos dos décadas de historia apostando por lo que viene: diseñadores que, como Alondra Gudiño Ruiz, representan el presente y el porvenir de la moda hecha en México.



FN Fashion News celebra su 20 aniversario reafirmando su compromiso con el diseño mexicano y con las nuevas generaciones de creativos que hoy comienzan a escribir el futuro de la industria. Nuestra portada es protagonizada por Alondra Gudiño Ruiz, estudiante de Diseño de Moda y finalista del Concurso Mezclarte 2024, una creadora emergente cuya propuesta refleja el talento, la visión y el potencial de una nueva generación que encuentra en la mezclilla mexicana un lenguaje contemporáneo y con proyección internacional.



Lilly Zepeda

Mezclarte anuncia su Gran Final 2025

H

Mezclarte celebra 20 años de impulsar la creatividad en mezclilla y realizará su Gran Final 2025 dentro de Intermoda, con 11 equipos finalistas y el tema "Moda Retro Futurista".



3er Lugar Mezclarte 2014 diseño de María Nelly Reza Martínez.

El concurso Mezclarte cumple 20 años de trayectoria consolidándose como una plataforma de impulso creativo para el diseño en mezclilla. Fundado en 2005, el proyecto nació como una invitación a diseñadores para intervenir y transformar prendas de denim. Con el paso del tiempo, el formato evolucionó para adaptarse a los cambios de la industria de la moda y al desarrollo de la mezclilla mexicana.

En el marco de esta celebración, Mezclarte se prepara para llevar a cabo su Gran Final 2025, la cual se realizará dentro del programa de actividades de Intermoda, como parte de Fashion Experience, el viernes 23 a las 12:30 horas.

En esta edición participarán 11 equipos finalistas, seleccionados entre más de 30 inscritos. Inicialmente se contemplaba elegir únicamente a ocho finalistas; sin embargo, el jurado decidió integrar tres equipos adicionales debido al alto nivel y calidad de las propuestas presentadas.

El tema de la competencia es "Moda Retro Futurista", con inspiración en Donna Summer y la música de Giorgio Moroder, referentes clave en la evolución de la música electrónica y su influencia en la estética contemporánea de la moda.

Cada equipo está conformado por tres diseñadores. El equipo ganador recibirá como premio un viaje a Nueva York, donde participará en actividades relacionadas con el Fashion Week del próximo mes de septiembre. Asimismo, los tres primeros lugares presentarán sus colecciones cápsula en Exintex Puebla, en marzo del próximo año.

A dos décadas de su creación, Mezclarte continúa posicionándose como un concurso en constante evolución, enfocado en la innovación y en el fortalecimiento del diseño mexicano en mezclilla.



Jesús Ivan Villalobos Alapizco del ITESO.



De la UDG, diseñadoras de la colección Ventura.



Por Redacción FN

Las claves que marcaron el negocio de la moda

Nearshoring, sustentabilidad y tecnología redefinen el rumbo del sector en México

La industria de la moda evoluciona a gran velocidad. Desde nuevos esquemas de producción hasta procesos más responsables y tecnológicos, estas noticias resumen los temas que concentran la atención del sector en el inicio de 2026, dentro del marco de Intermoda.

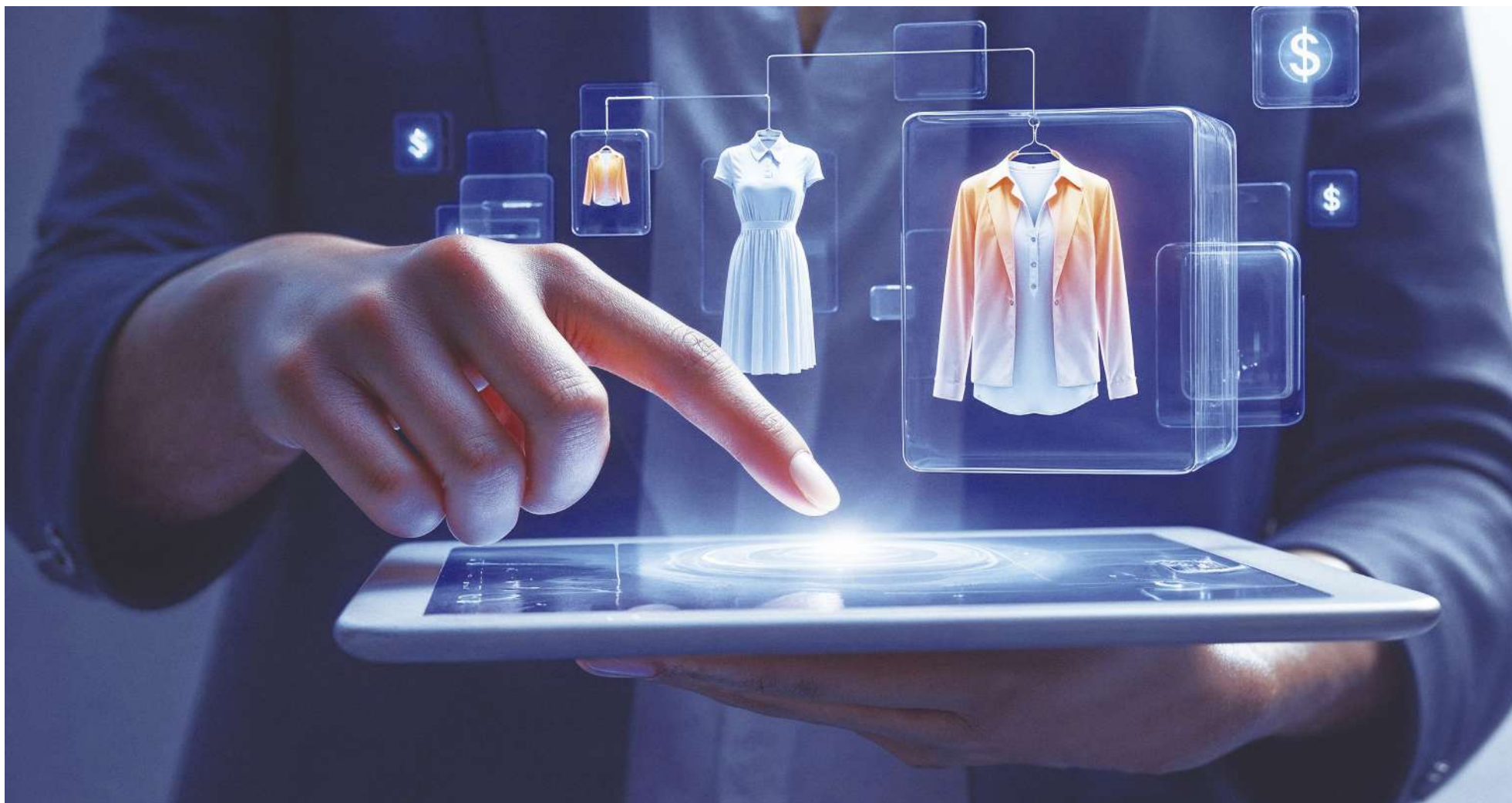


Imagen de freepik

1. México fortalece su papel como hub de moda para Norteamérica

La industria de la moda en México entra a 2026 con un impulso clave: el nearshoring. Marcas y compradores internacionales apuestan por producir más cerca de Estados Unidos, reduciendo tiempos, costos logísticos y riesgos. Este escenario ha generado nuevas oportunidades para fabricantes de confección, denim y textiles, posicionando al país como un socio estratégico en la región. Intermoda se confirma como el principal punto de encuentro para concretar estos nuevos negocios.

2. La sustentabilidad se consolida como requisito comercial en 2026

La sustentabilidad deja de ser un discurso aspiracional para convertirse en una exigencia del mercado. En 2026, compradores priorizan proveedores con procesos responsables, menor consumo de agua y energía, y materiales de bajo impacto ambiental. La industria mexicana avanza con propuestas más eficientes y certificadas, alineadas a las nuevas demandas globales. Ser sustentable hoy significa ser competitivo.

3. Tecnología y análisis de datos redefinen el negocio de la moda

La digitalización marca el ritmo del sector. Herramientas de análisis de datos, planeación de producción y plataformas de venta B2B están transformando la forma de operar de las empresas de moda. En 2026, la combinación de tecnología, rapidez y flexibilidad se vuelve determinante para crecer y adaptarse a un mercado cada vez más dinámico. Intermoda conecta innovación, industria y negocio en un solo espacio.



RANGER'S



WWW.RANGERS.COM.MX

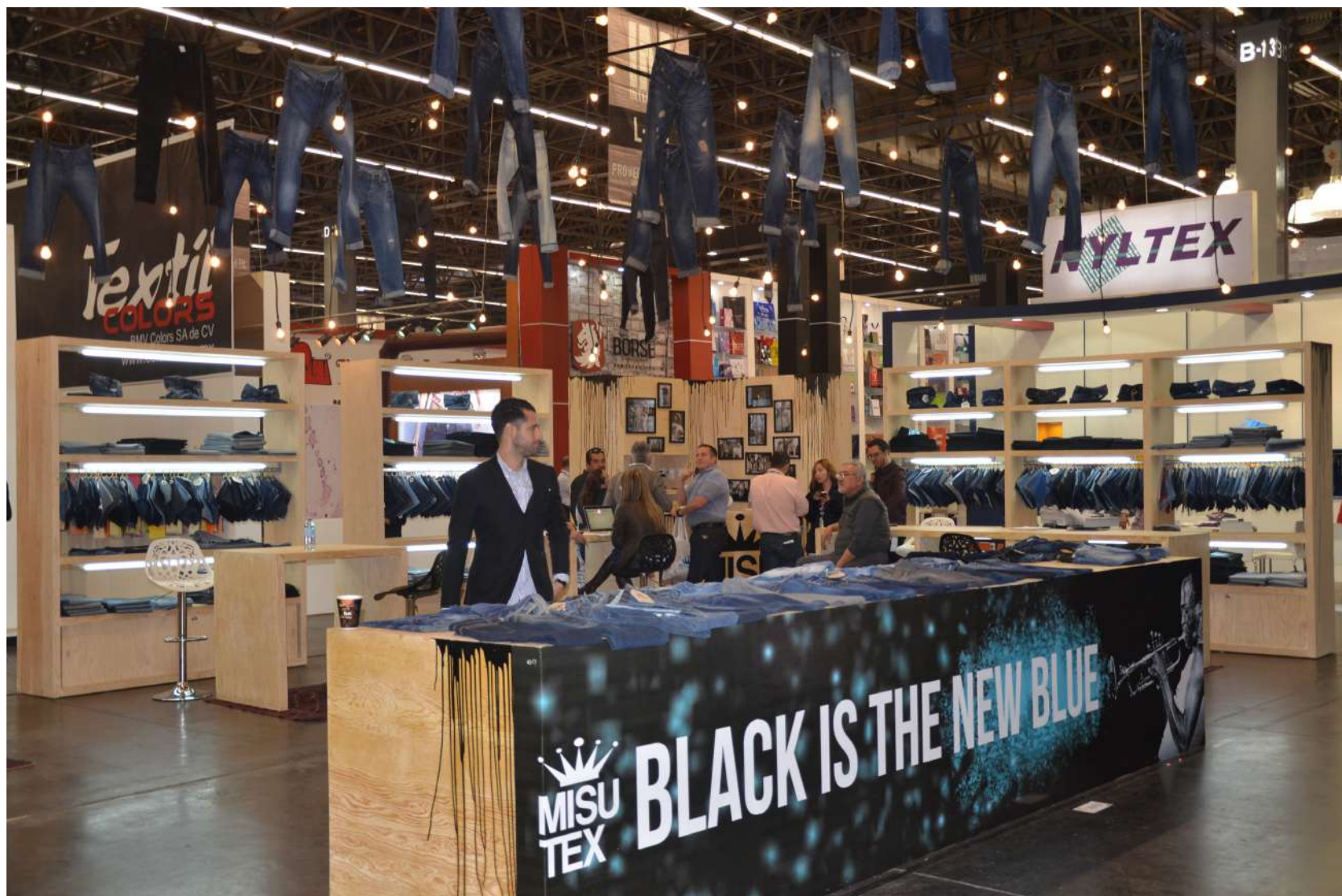


Por Rubén Díaz

Intermoda, la fuerza de la moda mexicana

La plataforma que articula, impulsa y dinamiza la industria de la moda en México

Intermoda se ha posicionado como el principal punto de encuentro de negocios para la industria de la moda en México. Más que una exposición comercial, es el espacio donde se activa la cadena productiva nacional, se generan oportunidades de crecimiento y se consolida la competitividad de las empresas que integran el sector.



“Intermoda se consolida como la plataforma que proyecta la moda mexicana hacia los mercados internacionales.”

Intermoda es una exposición comercial: es el punto de encuentro donde la industria de la moda mexicana se organiza, se fortalece y se proyecta. A lo largo de sus 83 ediciones, se ha consolidado como el principal espacio de negocios del sector, articulando a toda la cadena productiva.

La exposición funciona como un termómetro real del mercado, donde se definen tendencias comerciales, se cierran pedidos y se fortalecen relaciones de largo plazo entre empresas nacionales y compradores provenientes de todo el país, así como de mercados internacionales interesados en la moda mexicana y en su capacidad productiva.

Este papel estratégico convierte a Intermoda en un motor económico clave para la industria, al concentrar gran parte de la actividad comercial del sector en un solo recinto. Su crecimiento y profesionalización la han posicionado como una de las ferias de negocios de moda más relevantes de Latinoamérica, con un impacto directo en la competitividad de las marcas y empresas participantes.

Si bien la industria cuenta con eventos especializados como Volvo Fashion Week México, plataforma de proyección del diseño nacional; SAPICA, referente en calzado y marroquinería; y EXINTEX, la exposición textil y de maquinaria más importante del país, es Intermoda la que articula a todos estos segmentos, consolidándose como la feria líder y el eje central del ecosistema de la moda mexicana.

“Más que una exposición, Intermoda es el punto donde la moda mexicana se convierte en industria.”

entorno que ofrece la ciudad de Guadalajara: infraestructura, conectividad, tradición industrial y una identidad cultural que refuerza el atractivo del evento a nivel nacional e internacional.

En este contexto, Intermoda no solo representa una exposición de negocios, sino la fuerza que impulsa y fortalece económicamente a cientos de empresas mexicanas, consolidando a la moda como una industria estratégica para el país y proyectando su potencial hacia nuevos mercados.

A este liderazgo se suma el valor estratégico de su sede, Expo Guadalajara, uno de los recintos feriales más importantes de América Latina, así como el



Notas Cortas de la Industria

El pulso inmediato del negocio de la moda

Mesa de redacción FN

1. Tavex cierra definitivamente su planta en México

Tavex, una de las empresas textiles líderes en la fabricación de mezclilla en México, ha cerrado de manera definitiva su planta, cesando operaciones, servicios y ventas en el país. El anuncio marca un momento crítico para el sector textil nacional y refleja los retos que enfrenta la industria ante la reconfiguración global de la producción y los cambios en la demanda.

2. Exintex afina detalles para su edición 2026 en Puebla

Exintex, la exposición especializada en textiles y maquinaria, se llevará a cabo del 10 al 13 de marzo en el Centro Expositor de Puebla. La Cámara Textil de Puebla y Tlaxcala trabaja a todo ritmo en los últimos preparativos de una feria que se ha consolidado como un punto estratégico de proveeduría para la industria textil y de confección en México.

3. Cambios en el Consejo Directivo de Intermoda

Se avecinan cambios en el Consejo Directivo de Intermoda. Jorge Castellanos concluye su gestión como presidente, cerrando un ciclo caracterizado por crecimiento, consolidación y fortalecimiento de la exposición como plataforma de negocios. La industria permanece atenta a la designación de quien tomará la presidencia y definirá el rumbo de Intermoda en su siguiente etapa.

4. Proveeduría textil mexicana enfrenta un nuevo reacomodo

El cierre y ajuste de operaciones de distintas empresas del sector textil están generando un reacomodo en la cadena de suministro nacional. Fabricantes y confeccionistas buscan nuevas alianzas, proveedores y esquemas productivos para mantener competitividad en un entorno cada vez más exigente.

5. Ferias especializadas refuerzan su papel como plataformas de negocio

Las exposiciones de moda, textiles y proveeduría continúan consolidándose como espacios clave para la generación de negocios, networking y actualización profesional. En un contexto de transformación del sector, estos encuentros presenciales mantienen su relevancia estratégica para compradores y fabricantes.

6. La industria de la moda apuesta por eficiencia y especialización

Ante los desafíos económicos y productivos, empresas del sistema moda están enfocando sus inversiones en eficiencia operativa, especialización de procesos y optimización de recursos. La prioridad ya no es crecer en volumen, sino fortalecer estructuras y asegurar sostenibilidad a mediano plazo.

7. Aranceles a importaciones asiáticas buscan proteger la industria mexicana

El gobierno mexicano ha reforzado la aplicación de aranceles a productos provenientes de China y otros países de Oriente, con el objetivo de proteger la producción nacional de calzado, textiles y confección. La medida busca frenar prácticas de subvaluación y fortalecer la competitividad de la industria mexicana frente a importaciones de bajo costo que han impactado al mercado interno.

8. Sapica alista su próxima edición con foco en el calzado mexicano

La próxima edición de Sapica se perfila como un punto clave para la industria del calzado nacional, en un contexto de protección arancelaria y fortalecimiento de la producción local. Fabricantes, compradores y marcas se darán cita para impulsar el diseño, la innovación y la competitividad del calzado mexicano en el mercado nacional e internacional.

9. Mezclarte llega a su Gran Final en Intermoda

El concurso Mezclarte celebrará su Gran Final en el Foro de Intermoda #84 en Expo Guadalajara. Inspirados en el concepto "Moda Retro futurista" y el legado de Donna Summer, 11 equipos disputarán el primer lugar, cuyo premio es un viaje al New York Fashion Week en septiembre.



* MARTES 20

FASHION SPACE
INAUGURACIÓN
IVÁN ÁVALOS
12:00 hrs



GUSTAVO PRADO
* Tendencias 2027 | Trendo.mx.
13:00 hrs
trendo.mx IM talks



MIRIAM VILLASEÑOR
* "El futuro de los espacios de moda, cultura, arquitectura y negocio".
16:00 hrs IM talks

FASHION EXPERIENCE
PASARELA
16:00 hrs



EXPERIENCIA INAUGURAL CERVEZA MINERVA
* Drink and draw by Minerva "Donde la creatividad se sirve fría".
13:00 hrs
MINERVA FASHION EXPERIENCE

FASHION SPACE
trending. MAXTLI / BYMARA / SUEK FDE
PRESENTADO POR ELLE
14:00 hrs



ROBERTO SÁNCHEZ & ÁLVARO VALADEZ
* "Construcción de marca: Identidad, valores, discurso y universo visual".
17:00 hrs
MINDSET by TREND ZONE



PAOLA TANUS & MONSE REBOLLAR
* "Moda ética y consumidor consciente como estrategia de negocio".
15:00 hrs
stylinginc.mx MINDSET by TREND ZONE

FASHION SPACE
LIC DESIGNS
16:00 hrs



VIRIDIANA ALBURQUEQUE
* "Moda Inteligente: Trazabilidad, Innovación y Confianza en la Cadena de Valor."
18:00 hrs IM talks

FASHION SPACE
IBERO
18:00 hrs

FASHION SPACE
GALA INNOVAMODA
19:30 hrs

* MIÉRCOLES 21

FASHION SPACE
PÊCHE
11:00 hrs



"100 TENDOS DIJERON"
* Presentado x: Drag Queen Carlangas by TREND
11:00 hrs
FASHION EXPERIENCE



MINDSET by TREND ZONE
ROSA MARÍA
* "La joya de ser uno mismo: crear, crecer y crecer".
14:00 hrs STRATTO



CLAUDIA CÁNDANO
* "Medios de moda en evolución: Tendencias editoriales que venden".
15:00 hrs
ELLE IM talks



ADA JOLLY
* "Activando el color AW 26/27 y la creación en la era de la IA".
11:00 hrs
Future Snoops IM talks



JESUS AYALA
* "Comunicación accesible como motor de negocio".
12:00 hrs
MINDSET by TREND ZONE SPEAKER

FASHION EXPERIENCE
PASARELA
15:00 hrs

FASHION SPACE
CASABELA
15:00 hrs



MINDSET by TREND ZONE
FÁTIMA ÁLVAREZ
* "Modelo de negocio sostenible en retail multicanal: transformación y escalabilidad".
16:00 hrs
SOMEONE SOMEWHERE ETHICAL FASHION SPACE

FASHION SPACE
ICY DENVER
13:00 hrs

FASHION EXPERIENCE
PASARELA
13:00 hrs

PANEL DE TRENDING
MODA Y NEGOCIO
Moderador: Melissa Jauregui
Panelistas: Isabella Arroyo, Rubén Mora, Jeanette Toscano, Suek Fernández
* "TRENDING: El impacto del diseño en una feria de negocios".
13:00 hrs
M de Moda OFF THE BOOK TUNA J. J. S. S. S.

FASHION SPACE
INSTITUTO DI MODA BURGO
17:00 hrs

FASHION EXPERIENCE
PASARELA
17:00 hrs



PRESENTADO Y MODERADO POR: ETHICAL FASHION SPACE
Moderador: ETHICAL FASHION SPACE
Panelistas: IKEA México y Básicos de México
* "Nuevas formas de empleo sostenible: trabajo digno con impacto social".
18:00 hrs
ETHICAL FASHION SPACE IKEA BSCS

FASHION SPACE
GALA
JANNETTE KLEIN
19:00 hrs

* JUEVES 22

FASHION
SPACE
ZULEYMA
VAZLOP
11:00 hrsIM talks
PAUL AGÜET
* "Donde la Moda se Convierte en
Experiencia: Cómo Diseñar Eventos
que Conectan y Trascienden"
11:00 hrs DREAFASHION
EXPERIENCE
PASARELA
15:00 hrsIM talks
ANA GÓMEZ
* "Tu marca de moda en la
era digital"
15:00 hrs**FASHION LAB:**
* Inside the industry!
Por: UDEM MONTERREY
11:00 hrs FASHION
EXPERIENCECENTRO
VIRREYES
GARZA SADA
DE DISEÑO
ARQUITECTURA
Y DISEÑOESCUELA DE
ARTE Y DISEÑO
UNIVERSIDAD
DE MONTERREY

UDEM

MINDSET
by THORO ZONE
FRANCELIA BAHENA
* "Traducción visual de las
tendencias: del
comportamiento al diseño".
12:00 hrs**TOSHIHARU TANAMACHI &
MAURIO LÓPEZ**
MINDSET
by THORO ZONE
* "¿Conceptual o comercial? Como crear una
marca exitosa en 2025."
16:00 hrsFASHION
SPACE
ISMODA
17:00 hrsFASHION
EXPERIENCE
PASARELA
17:00 hrsFASHION
SPACE
COLECTIVO
FASHION
GROUP
13:00 hrs**PANEL PRESENTADO POR**
tiendanube
NEGOCIOS E INNOVACIÓN
Moderador: Ana Olhovich
Panelistas: Andrés Jiménez
Ale Vintages y Paulina Luna.
* "El Futuro Digital de la
Moda Mexicana"
13:00 hrsFASHION
EXPERIENCE
PASARELA
13:00 hrsMINDSET
by THORO ZONE
GUILLERMO FONSECA
* "Entre la pasarela y el scroll:
El lenguaje de la moda hoy".
14:00 hrs el
fashion
memoFASHION
SPACE
TIENDA NUBE
15:00 hrsFASHION
SPACE
CLAUSURA
ABEL LOPEZ
20:00 hrs
PRESENTADO
POR ELLE**PANEL**
FASHION GROUP
NEGOCIOS E INNOVACIÓN
Moderador: Aline Bortotoli
Panelistas: Paola Hinojos, Edely Gamica y Laura Erre
* "Fashion IA: el futuro del diseño, la
comunicación y los negocios"
18:00 hrs FASHION
DIGITAL

* VIERNES 23

PRESENTADO Y MODERADO POR:
ETHICAL FASHION SPACE
SUSTENTABILIDAD
* De la pasarela a la acción: cómo las marcas
comunican su impacto sin greenwashing.
Panelistas: Ximena Corcuera, Victoria Romero, Javiera Amengual
11:00 hrsVRFB
FRANCA. EstudioFASHION
EXPERIENCE
DENIM LAB:
* Bingo del denim circular.
Por: Ethical Fashion
11:00 hrsETHICAL
FASHION
SPACE
Bruno AndresFASHION
EXPERIENCE
PASARELA
12:30 hrsFASHION
EXPERIENCE
PASARELA
13:30 hrs



SABEMOS DE MODA / HACEMOS NEGOCIOS

20 AL 23 DE ENERO DE 2026

PLANO DE LA EXPOSICIÓN / FLOOR PLAN



PABELLÓN DAMA
WOMENS ALLEY



PABELLÓN CABALLERO
MENS ALLEY



TREND ZONE



PABELLÓN CALZADO
FOOTWEAR ALLEY



COMITÉ ORGANIZADOR
ORGANIZING COMMITTEE



Trending



FASHION
EXPERIENCE



MINDSET
by TRINO ZONA



DENIM
western



PABELLÓN ACCESORIOS
ACCESORIES ALLEY



PABELLÓN PROVEDURÍA
SUPPLIERS ALLEY



PABELLÓN INFANTIL
KID'S ALLEY



PABELLÓN GALA
FINERY ALLEY



PABELLÓN INTERNACIONAL
INTERNATIONAL ALLEY



IMPULSA



CHOU
ROOM



FASHION
SPACE



CITAS DE
NEGOCIOS
HÍBRIDAS



IM talks



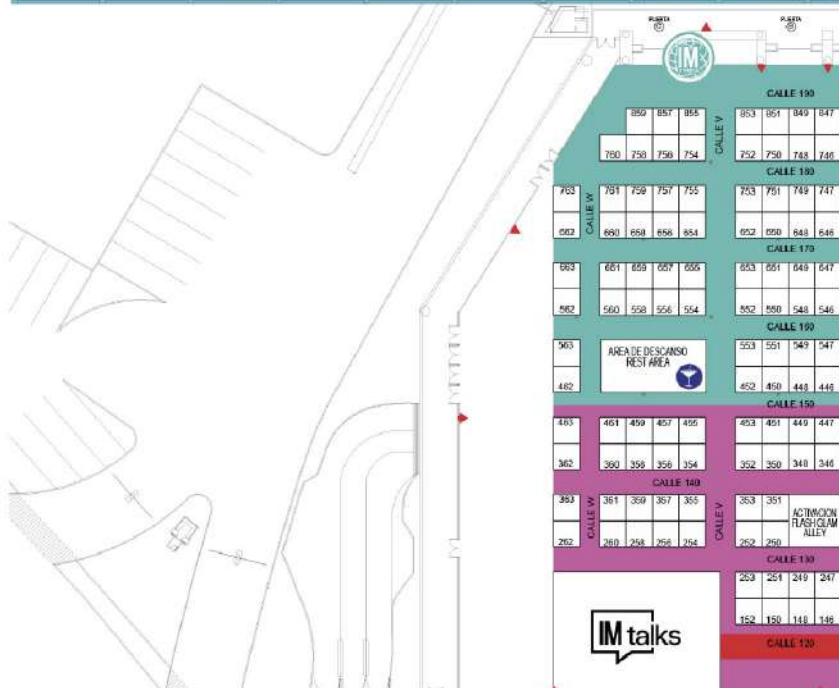
Red Carpet
by
INTERMODA



ZONA IM
PALMIER



PUNTO DE
REUNION



SALON GUADALAJARA
GUADALAJARA HALL



INGRESO
ESTACIONAMIENTO



Simbología / Key

- | | |
|-----------------------|--------------------|
| Snack | Cafetería |
| Área de descanso | Puerta |
| Enfermería | Estacionamiento |
| W.C. | Patio de maniobras |
| Prensa | Rampa |
| Atención al expositor | Conferencias |
| Registro | Mesa de servicios |
| Pabellón de servicios | Área gastronómica |
| Ingreso | Expo Food |

- | |
|----------------------------|
| Tableros Eléctricos en GSE |
| Hidrantes |
| Ruta de Evacuación |
| Punto de Reunión |
| Salida de Emergencia |
| Servicios Medicos |



Por Rubén Díaz

Mario Flores: el arquitecto de Intermoda

Del emprendimiento local a la proyección internacional de la moda mexicana

Mario Flores es una figura clave en la historia de la moda mexicana. Desde sus inicios en la industria del vestido hasta la consolidación de Intermoda como la exposición de negocios de moda más importante del país, su trayectoria está marcada por visión, estrategia y decisiones que transformaron para siempre al sector.

Rubén Díaz: Tus inicios en la industria del vestido se remontan a 1975 como representante de ventas en la industria textil. Mirando hacia atrás, ¿qué aprendizajes de esa primera etapa fueron determinantes para imaginar y construir una exposición como MIVE y, posteriormente Exhimoda e Intermoda?

Mario Flores - "Inicié mi trayectoria en la industria de la moda en 1975 como representante de ventas de textiles, en una época muy distinta a la actual. La industria era más reducida, con poca competencia y con perspectivas de crecimiento muy claras. La afiliación a la Cámara del Vestido no solo era habitual, sino prácticamente obligatoria, y el ecosistema industrial estaba conformado por unas cuantas fábricas de gran tamaño, entre ellas Ropa Cadena y Dalton, que destacaban especialmente en la fabricación de jeans.

Mi ingreso a la Cámara marcó un punto de inflexión en mi carrera. Fue ahí donde el entonces, el presidente me invitó a formar parte del consejo, lo que significó mi primer acercamiento formal a la organización y representación del sector. Ese momento fue, sin duda, el inicio de un camino que definiría mi participación activa en el desarrollo de la Industria del Vestido en Jalisco."

RD- Fuiste parte fundamental del nacimiento de MIVE en 1979, una apuesta inédita para la industria local en ese momento. ¿Qué tan claro estaba desde entonces que una exposición de negocios podía convertirse en un motor real para profesionalizar y fortalecer a la moda mexicana?

MF- "MIVE fue el punto de partida de muchas cosas positivas para la industria del vestido en Jalisco. La primera edición se realizó en el lobby del Teatro Alarife Martín Casillas; esta iniciativa la promovió el señor Jesús Castellanos (QEPD) siendo presidente, en ese momento, la idea (En aquel momento) parecía incluso absurda: reunir a empresarios de la confección en un solo espacio con el objetivo de atraer compradores. Aun así, MIVE se llevó a cabo y tuvo dos ediciones como exposición.

Para entonces, hacia 1980, en Guadalajara, ya existían exposiciones consoli-



dadas en otros sectores, como calzado y mueble, lo que abrió la posibilidad de pensar en un proyecto similar para la moda. Sin embargo, tras esas primeras ediciones, MIVE se suspendió y la Cámara dejó de insistir en el formato de exposición. En su lugar, surgió la idea de los showrooms permanentes, que se instalaron en las oficinas ubicadas en los edificios de la Plaza Tapatía. Este proyecto jamás se consolidó.

Más adelante, durante la gestión de Miguel Adolfo Malacón (1983-1984), Roberto Santana me invitó a reincorporarme a la Cámara. Asistí a una reunión, y me integré al consejo y fui nombrado tesorero. En ese momento, la Cámara enfrentaba un problema importante: no era autosuficiente económicamente. Ante esta situación, se propuso la realización de un evento para recaudar fondos, y fue ahí cuando surgió la decisión de retomar MIVE, marcando el regreso del proyecto que más tarde daría origen a una nueva etapa para la industria."

RD- Exhimoda marcó un punto de inflexión, primero en un hotel y después con el salto decisivo a Expo Guadalajara en 1987, ahí es cuando nace Intermoda. ¿Cuál fue el mayor reto estratégico al dar ese cambio de escala y qué decisiones fueron clave para que Intermoda creciera de manera ordenada y sostenida?

MF- "EXHIMODA inicia formalmente en 1984, todavía bajo el nombre de MIVE, en un contexto de cambio dentro de la Cámara. En ese momento se renueva la mesa directiva: Miguel Adolfo Malacón deja la presidencia y Juan José Soto asume el cargo, mientras que Jaime Barba queda como prehsidente del Comité Organizador de la exposición. El primer evento se realizó en el Hotel Fiesta Americana y aún llevó el nombre de MIVE; para la segunda edición se tomó la decisión de hacer el cambio definitivo a EXHIMODA.

En sus inicios, EXHIMODA se desarrolló en el Hotel Fiesta Americana y contó exclusivamente con fabricantes de

Guadalajara y Zapotlanejo. Comenzamos con 24 expositores, posteriormente crecimos a 36, y más adelante ocupamos hasta 18 habitaciones por piso, llegando a utilizar ocho pisos completos del hotel. Ese crecimiento acelerado nos llevó, de manera natural, a dar el siguiente paso: trasladarnos a Expo Guadalajara.

Fue Aurelio López Rocha, entonces primer presidente de Expo Guadalajara, quien nos invitó a utilizar el recinto. Aceptamos el reto, conscientes de que en el hotel ya no era posible consolidar el proyecto ni sostener su crecimiento. El verdadero desafío era fortalecer la feria y darle un formato que permitiera su expansión. Ahí nació Intermoda.

Desde el inicio tuvimos muy claro que lo más importante era que las empresas expositoras hicieran negocio. Nuestra idea era que, desde la primera edición, el evento generara un cambio real en la industria. El objetivo principal era atraer compradores y, a través de una estrategia de promoción basada en las propias bases de datos de los expositores, logramos cumplirlo. Así fue como el evento se consolidó con el paso del tiempo y sentó las bases de lo que hoy es Intermoda."

RD- Intermoda se consolidó como la exposición de moda más importante del país, incorporando desfiles internacionales, participación de otros países, nuevos talentos y zonas de tendencias. Desde tu perspectiva, ¿qué elementos hacen que una exposición trascienda lo comercial y se convierta en una plataforma de industria y de contenido?

MF- "Lo que hoy es Intermoda ha sido el resultado de la gestión de los integrantes del Consejo Directivo que en su momento lo formaron los señores Jesús Castellanos (QEPD), Héctor Rivas (QEPD), Jaime Barba y Héctor Reyes, pero el éxito se debe a la participación de nuestros expositores y compradores que siempre han confiado en Intermoda

Por otro lado, a lo largo de los años contamos con la participación de numerosos diseñadores internacionales ya consolidados, entre ellos Agatha Ruiz de la Prada, Custo Barcelona, Her-

nán Zajar, Amelia Toro, Beatriz Camacho, Ronaldo Fraga, entre muchos otros. Su presencia fue fundamental para posicionar a Intermoda como una plataforma con proyección internacional.

Considero que la clave para lograr lo que hoy es Intermoda ha sido la generación de experiencias, especialmente para los visitantes, entendiendo que los expositores forman parte esencial del proyecto. Es fundamental que el comprador no solo acuda a adquirir productos, sino que viva una experiencia integral que lo motive a regresar y a fortalecer su relación con la feria.

El componente del conocimiento también ha sido trascendental. A lo largo del tiempo han participado —y continúan participando— grandes expertos y conferencistas con amplios conocimientos en temas que van más allá de la moda: industria, economía, política y otros asuntos de interés estratégico para los asistentes. Esto ha permitido enriquecer el perfil del evento y aportar valor real a la comunidad.

A ello se suma el contexto de Guadalajara y del estado de Jalisco, que ofrecen una riqueza cultural, artística, tradicional y gastronómica muy atractiva para los visitantes. Sin duda, Jalisco proyecta una imagen sólida y representativa de la cultura de México, lo que ha sido un factor clave para el posicionamiento y éxito de Intermoda."

RD- Has sido un impulsor constante del talento emergente y de la información de tendencias. ¿Por qué consideras fundamental abrir espacios para los nuevos diseñadores y para la formación visual y conceptual dentro de una feria de negocios?

MF- "Al haber sido yo mismo un emprendedor, desarrollé de manera natural la vocación de facilitar el camino a quienes se inician en esta industria y muestran iniciativa y talento en la moda. Siempre consideré fundamental brindarles un espacio y todas las herramientas posibles para que pudieran crecer, profesionalizarse y consolidarse dentro del sector.

Esa convicción fue la que nos motivó al consejo directivo para impulsar que Intermoda les diera un lugar real a los nuevos talentos. A lo largo de los años, muchos emprendedores han surgido y se han fortalecido a partir de su participación en la exposición, lo que confirma la importancia de apostar por el talento emergente.

De esta visión nacieron proyectos como el Pabellón de Nuevos Talentos, enfocado en el emprendimiento y Trending así como a Trend Zone un espacio creativo dedicado al diseño, pensado para los talentos

y valores de la moda que están dando sus primeros pasos y que buscan integrarse de manera sólida a la industria."

RD- La edición realizada durante la pandemia en 2020 marcó un antes y un después para la industria de las exposiciones a nivel mundial. ¿Qué te llevó a tomar la decisión de realizar Intermoda en un momento tan complejo y qué lecciones dejó esa experiencia para el futuro del sector?

MF- "Fue, sin duda, una de las decisiones más importantes y complejas de mi vida. Prácticamente tenía todo en contra, incluso a mis propios socios. Muchos se oponían porque consideraban que no habría ni un solo expositor y que, además, estaba poniendo en riesgo el prestigio de Intermoda.

Sin embargo, desde mi perspectiva, la industria tenía que continuar. Para lograrlo, fue necesario llevar a cabo múltiples gestiones y negociaciones, estas negociaciones las llevamos de la mano con Guillermo Cervantes, presidente de Expo Guadalajara y espe-

el evento.

Soy consciente de que asumimos un riesgo muy importante para nuestros colaboradores, expositores y compradores. Por ello, se implementaron todos los protocolos y recursos de seguridad sanitaria disponibles, lo que representó una inversión significativa. Aun así, tomamos la decisión, y hoy estoy convencido de que fue lo correcto y que, finalmente, fue en beneficio de toda la industria."

RD- Tras dejar la presidencia en 2021, Intermoda continúa su camino con otra estructura, nuevos elementos y bases sólidas. Desde la distancia, ¿cómo defines hoy tu legado dentro de Intermoda y cuál es tu visión sobre el futuro de la moda mexicana y de las exposiciones de moda en el país?

MF- "No puedo decir que me haya alejado por completo. A través de mi hijo sigo vinculado a la parte organizativa y mantengo una relación cercana con el proyecto. Estoy convencido de que Intermoda continuará durante muchos años más, porque el sector de la moda reúne condiciones muy particulares que lo hacen único.

Un evento de esta naturaleza no es únicamente comercial, también es social. Existe una necesidad real de encuentro, de reunirnos en espacios presenciales. A ello se suma el componente del negocio: asistir a un lugar donde se pueda ver el diseño, sentirlo, tocarlo y evaluarlo directamente es algo que difícilmente puede ser sustituido en su totalidad.

Sin embargo, Intermoda enfrenta retos importantes hacia el futuro. Hoy existe una competencia clara a través de las nuevas formas de comercialización digital; las plataformas

digitales tienen cada vez mayor presencia y representan un desafío real para las exposiciones tradicionales. Nuestra industria, además, va rezagada en muchos aspectos, especialmente para las pequeñas y medianas empresas, que enfrentan retos estructurales importantes.

Aun así, la moda mexicana siempre está presente y nos define como país, desde la moda tradicional hasta la moda de vanguardia. En todas ellas existen desafíos, y uno de los más importantes es la internacionalización: debemos emprender más acciones para posicionarnos en los mercados internacionales.

El futuro de las exposiciones de moda —y de Intermoda en particular— pasa por evolucionar hacia espacios de experiencia. Los eventos en el mundo están transitando hacia formatos más atractivos, híbridos, que integren lo presencial con lo digital. Crear experiencias relevantes y memorables para todas las partes involucradas es, sin duda, el camino hacia el futuro."



cialmente con el Gobierno del Estado. También encontramos un respaldo importante en diversas instituciones como el Consejo de Cámaras Industriales de Jalisco, la Universidad de Guadalajara, la Mesa de Reactivación Económica y otros organismos que compartían la preocupación por reactivar la economía.

Recuerdo una conversación muy clara con el entonces gobernador Enrique Alfaro, quien me dijo: "No insistas, ¿no ves cómo la gente se está muriendo?" A lo que yo respondí que la industria también se estaba muriendo y que todo debía comenzar a reactivarse de manera responsable.

Hubo tres personas clave que me apoyaron de forma definitiva Rubén Masayi González Uyeda del Consejo de Cámaras, Gustavo Padilla Montes, por parte de la Universidad de Guadalajara, y Mauro Garza Marín, Coordinador de la Mesa Económica. Con ellos, y tras largas horas de diálogo con la Mesa de Salud, logramos obtener la autorización necesaria para realizar



Por Rubén Díaz

Intermoda, una historia que no termina

Un recorrido visual por la exposición que transformó la industria

A través de una selección de imágenes históricas, FN Fashion News recorre la evolución de Intermoda a lo largo de más de dos décadas. Un testimonio visual que refleja el crecimiento de la exposición y su papel fundamental en la construcción de la industria de la moda en México

A lo largo de más de dos décadas, Intermoda ha sido testigo, motor y reflejo de la transformación de la moda mexicana. Desde sus primeras ediciones, cuando el negocio comenzaba a estructurarse, hasta consolidarse como la principal plataforma de encuentro entre diseñadores, fabricantes, compradores y creativos, su historia es también la historia de una industria en constante evolución.

En estas páginas, FN Fashion News presenta una selección de imágenes históricas que documentan ese camino: momentos, rostros y escenarios que marcaron el crecimiento de Intermoda y que hoy forman parte del archivo visual de la moda en México. Una historia que no se detiene y que sigue escribiéndose edición tras edición.

Hace veinte años, FN Fashion News inició su circulación dentro de Intermoda, la exposición de negocios que, desde hace más de cuatro décadas, articula y dinamiza a la industria de la moda en México. No es una coincidencia: Intermoda ha sido, desde su origen, el punto de encuentro natural para quienes entienden la moda como industria, negocio y motor económico.

La historia de Intermoda se remonta a 1979, cuando nace bajo el nombre de MIVE (Muestra Industrial del Vestido), una iniciativa impulsada por Don Jesús Castellanos, con la visión de crear un espacio especializado donde fabricantes, compradores y proveedores pudieran encontrarse de manera directa. En 1985, el proyecto evoluciona a EXHIMODA (Exhibición de la Industria de la Moda), reflejando el crecimiento y la diversificación del sector, hasta consolidarse años más tarde bajo el nombre que hoy lo define y proyecta internacionalmente: Intermoda.

A lo largo de su proceso de transformación, Intermoda ha sabido leer los cambios estructurales de la industria del vestido. Se ha convertido en una plataforma donde convergen textiles, confección, joyería, calzado y proveeduría, con un objetivo claro y constante: generar negocios sólidos que fortalezcan la cadena productiva y acerquen, al consumidor final, productos de calidad, competitivos y alineados a las demandas del mercado.

Las cifras respaldan su relevancia. Con un promedio de más de 25 mil asistentes por edición, Intermoda logra que durante cuatro días se reúnan los principales protagonistas de la moda mexicana, junto con expositores y visitantes internacionales. Proveedores, fabricantes, marcas, diseñadores, compradores y distribuidores, encuentran en este espacio un entorno propicio para cerrar negociaciones, detectar tendencias y establecer relaciones comerciales estratégicas.

Después de más de 40 años de historia, Intermoda se ha consolidado como el magno evento de la industria de la moda en México. Hoy es, sin duda, "la fuerza de la moda mexicana" es el lugar donde los negocios minoristas encuentran oferta, donde la capacitación se vuelve una herramienta clave, donde las experiencias complementan la actividad comercial y donde la creatividad se manifiesta a través de desfiles que presentan el trabajo de algunos de los diseñadores más importantes del país.

Intermoda refleja el presente de la industria y construye su futuro. Las nuevas generaciones heredarán una plataforma sólida, resultado de décadas de trabajo, visión y adaptación constante. Un espacio que seguirá evolucionando, incorporando nuevas perspectivas y respondiendo a los retos de una industria que nunca se detiene.

Desde la mirada editorial de FN Fashion News, Intermoda se consolida como un referente histórico y vigente, una institución que ha acompañado el crecimiento del sector y que continúa marcando su rumbo. En un entorno global cada vez más competitivo, Intermoda sigue siendo el lugar donde la moda mexicana se organiza, se fortalece y se proyecta hacia el futuro.

FN FASHION NEWS #5 AGOSTO 2006



INTERMODA// MUESTRA BUENOS SÍNTOMAS Solidez y madurez

Intermoda mostró ser una exhibición consolidada y con una nueva dinámica en cuanto a su estructura organizacional. Una exposición de moda tiene que estar a la moda y dentro de las nuevas propuestas en beneficio a sus visitantes se ofrecieron conferencias constructivas y de muy buen nivel... "Como crear espacios atractivos" por Mario Fuster, "Tendencias Ready to Wear" por Claudia Melo, "La compra por impulso" por Fernando Velasco, entre algunas otras. Las pasarelas nos permitieron ver las diferentes propuestas de los expositores y de reconocidos diseñadores, como Claudia Jiménez de Perú, Amelia Toro y Pepa Pombo de Colombia, Héctor Espina de Venezuela y Tadeo González, Reina Díaz y Sarah Bustani de México entre otros.



Monica Olguín y Pepa Pombo (2006)

ENERO 2007



INAUGURACIÓN 2007- Alfonso Petersen, Presidente Municipal de Guadalajara y Hector Reyes, Presidente de Intermoda 2007.JPG



Danilo Cañizares, cierre del Desfile de Colombia Francesca Miranda



Desfile Internacionalde Carlos Diez de España

JULIO 2007



Hector Reyes, presidente de IM, inauguración julio 2007.JPG



Equipo- Intermoda 2007



UNIVERSIDAD DE
DISEÑO PARA *CREATIVOS*

4 POSGRADOS

7 LICENCIATURAS

CURSOS

25%
DE DESCUENTO
INSCRIPCIÓN PARA NUEVO INGRESO



ESTILISMO Y MAQUILLAJE



MODA



IMAGEN

50%
DE DESCUENTO
INSCRIPCIÓN PARA NUEVO INGRESO



COSMETOLOGÍA



DISEÑO DE INTERIORES



DISEÑO DIGITAL, MARKETING
Y PUBLICIDAD



DISEÑO, ORGANIZACIÓN Y PRODUCCIÓN DE EVENTOS

MODALIDAD PRESENCIAL Y ONLINE

221 427 8174

trozmer.edu.mx



Intermoda, una historia que no termina

Una historia visual que consolidó a Intermoda como eje industrialhvv



Inauguración julio de 2007

JULIO 2007



las colombianas Margarita Gomez y Chacha Posada, de Informamodels con Andres Restrepo

En su edición 47 y con un ambicioso proyecto, Intermoda integra en su programa los desfiles internacionales con la participación del diseñador español Toni Frances, quien comparte escenario con los creadores Francisco Saldaña y Víctor Hernal de la firma mexicana Malafacha.

La producción y coordinación de los desfiles corre a cargo de Margarita Gómez y Chacha Posadas, de Informa Models Colombia.



Diseño de Malafacha También presente en Intermoda



Toni Francesc, diseñador español al cierre de su exitoso desfile



Backstage, maquillaje previo a los desfiles

"Más que una exposición, Intermoda es el punto donde la moda mexicana se convierte en industria."

ENERO 2008



Ion Fiz de Bilbao, España en Intermoda enero 2008



Ion Fiz- Boris Haneka- Giovanni Estrada al cierre del Desfile Internacional

JULIO 2008



Expo Guadalajara, "la casa" de Intermoda



Jaime Barba, presidente de Intermoda en la inauguración

Julio de 2008 y siendo presidente de Intermoda el Sr Jaime Barba Loza, la exposición vive momentos intensos, entre los cuales destaca la presencia del diseñador colombiano Hernán Zajar, quien presenta un desfile inspirado en la moda de los años 70.

Dentro de un clima de negocios la exposición se perfila hacia un buen rumbo.



Hernán Zajar, reconocido diseñador y empresario colombiano al cierre de Intermoda.





A photograph of two women standing in front of a display of white dresses. The woman on the left is wearing a white halter top and a black and white striped skirt, and has a lanyard with a badge around her neck. The woman on the right is wearing a black and white patterned top and a black shawl. They are both smiling at the camera.

A portrait of a man with a grey mohawk, black-rimmed glasses, and a mustache. He is wearing a black shawl over a black and white striped shirt. He is sitting in front of a yellow door.

A man with grey hair and glasses, wearing a dark suit, white shirt, and orange tie, is speaking into a black microphone. He is holding a white card in his left hand. The background is a wooden wall.

Presencia de la industria de la moda colombiana.



GENERACIONES QUE CAMBIAN, UNA ESENCIA QUE SE MANTIENE

UNIVERSIDAD CAM

- LICENCIATURA EN DISEÑO DE MODAS
- ESPECIALIDAD EN DISEÑO DE MODAS
- ESTILISMO Y BIENESTAR PERSONAL
- MODELAJE PROFESIONAL
- BARBERIA

AV. M. HIDALGO 114, ZONA CENTRO, 38600 ACÁMBARO, GTO.
[HTTPS://UNIVERSIDADCAM.EDU.MX](https://universidadcam.edu.mx)

   @UNIVERSIDAD CAM  +52 417 115 74 50



Intermoda, una historia que no termina

Un legado visual que marcó el rumbo de la industria mexicana

ENERO 2010



Uno de los grandes expositores Bobois Studio.



Alfredo Martínez diseñador, expositor en IM



Adriana Contreras, diseñadora colombiana.



Andrés Jiménez, diseñador.



Ellas son Catalina Álvarez y Mariana Hines-troza. Gran aceptación en IM la colección de las diseñadoras de la marca colombiana "Agua Bendita".



El diseñador Mauro Babun en Intermoda 47.

JULIO 2010



La reconocida diseñadora española Agata Ruiz de la Prada participó en Intermoda 2010.



Lydia Lavin y Montserrat Meseguer cerraron los desfiles.



Diseño de Lydia Lavin.



Diseños de Alexia Ulibarri.



Alexia Ulibarri



Dos décadas de historia

ENERO 2011



Adriana Contreras de Colombia, Alfredo Martínez de México y Harumi Momota de Perú en el 5to aniversario de FN Fashion News, uno de los desfiles estelares de IM.



Adriana Contreras de Colombia en el 5to aniversario de FN dentro del programa de IM.



Desfile de la diseñadora peruana Harumi Momota 5to aniversario de FN en IM.

JULIO 2011



IM Trend Zone, un espacio informativo de tendencias.



Mario Flores como presidente de IM en su discurso inaugural.



Alejandro Faes, presidente de la CANAIVE 2011 - 2012.

"Revive dos décadas de historia en nuestra galería de imágenes de FN Fashion News en www.fashionnews.com.mx"



¡EL FUTURO NO SE ADIVINA, SE CONSTRUYE!
En la Universidad Felva Mosso formamos personas con propósito, visión y pasión por transformar el mundo de la moda.

<http://www.felvamosso.com/>



Por Staff Creativo

EXINTEX – la cita ineludible en Puebla

Más de tres décadas consolidando la fuerza textil de México

Exintex Puebla vuelve a reunir a la industria que transforma hilos en futuro. Innovación, negocios y orgullo mexicano convergen en un encuentro imprescindible para quienes creen en la fortaleza del textil nacional.

Desde hace más de tres décadas, EXINTEX se ha consolidado como la exposición textil más importante de México y una de las más grandes y relevantes de Latinoamérica, posicionándose como un punto de encuentro estratégico para la industria de proveeduría textil y maquinaria.

Su origen se remonta a finales de la década de los ochenta, cuando un grupo de empresarios líderes de la Cámara Textil de Puebla y Tlaxcala tomó la iniciativa de crear una exposición especializada que permitiera mostrar, en un solo espacio, la oferta textil y de maquinaria de la región de Puebla y del centro del país. Aquella visión respondía a una necesidad clara: impulsar la industria, fortalecer las cadenas productivas y generar vínculos comerciales de alto nivel. La respuesta fue mayor a lo esperado, ya que grandes empresas internacionales se integraron a la exposición para presentar su oferta de productos, esto dio como re-



Inauguración Exintex 2024 en el Centro Expositor de Puebla.

sultado un incremento de gran calidad en la exposición.

Pero EXINTEX nació con una ambición mayor. Además de ser una plataforma de negocios, buscó dar un lugar preponderante a la ciudad y al estado de Puebla, una región con profundo valor histórico, una de las tradiciones gastronómicas más ricas de México y una vocación turística ampliamente reconocida. Puebla, con más de un siglo

de fortaleza textil, reunía —y sigue reuniendo— las condiciones ideales para albergar una exhibición de carácter internacional.

Es así como surge EXINTEX (Exhibición Internacional Textil), hoy celebrada en el Centro Expositor y de Convenciones de Puebla, conocido popularmente como el Centro Ferial de Puebla. Este recinto es uno de los espacios más importantes del país para ferias y eventos masivos, con infraestructura de primer

nivel, amplias áreas de exhibición, tecnología, servicios especializados y la capacidad de recibir a más de 50,000 visitantes, convirtiéndose en un punto clave para eventos nacionales e internacionales.

A lo largo de su historia, EXINTEX ha evolucionado junto con la industria, integrando nuevas tecnologías, tendencias, procesos productivos y modelos de negocio, reafirmando su papel como termómetro del sector textil y de la maquinaria en México y Latinoamérica.

Este primer reportaje del año marca el inicio de una serie de notas informativas que estaremos publicando rumbo a la próxima edición de EXINTEX. En ellos compartiremos información clave sobre la exposición, sus protagonistas, la industria, las novedades, cifras relevantes y todo lo que hace de EXINTEX un evento imprescindible para el sector.

“EXINTEX es historia, industria, innovación y futuro”



Expositores de marcas reconocidas en textiles y maquinaria.



Bernarda. Desfiles de diseñador



Lydia Lavin. Las mejores experiencias de moda.

EDICIÓN XXIV

exintex® | 2026



**10, 11, 12 y 13 DE
MARZO DE 2026**

Centro Expositor y de
Convenciones Puebla

www.exintex.com

EXINTEX es el punto de encuentro
de la industria textil en América Latina, donde
convergen innovación, diseño, tecnología y negocios.

IMPULSANDO EL TEXTIL MEXICANO



Es la oportunidad ideal
para exponer:

**MAQUINARIA
HILADOS
TELAS
PRENDAS
ACABADOS
INSUMOS**

info@exintex.com
Tel. +52 222 243 4200

*¡Sé protagonista de la
industria que evoluciona!*

84

IM

INTERMODA

SABEMOS DE MODA,
HACEMOS NEGOCIOS

**LA EXPOSICIÓN DE
NEGOCIOS DE MODA
MÁS GRANDE EN LATINOAMÉRICA**

20-23 EXPO

ENERO 2026 GUADALAJARA _____ INTERMODA.COM.MX