

FN

FASHIONNEWS

www.fashionnews.com.mx

AÑO 21

150

JULIO

2026

MÉXICO

EN ESTA EDICIÓN

INTERMODA 85

Innovación, negocios
y tendencias

RASA

48 años construyendo
el futuro

RADIOGRAFIA DE LA MODA MEXICANA

Panorama actual
y proyecciones

ENTRETELAS BRINCO

60 años impulsando la
industria textil

LA INDUSTRIA DE LA MODA MEXICANA EN MOVIMIENTO

Un Intermoda que
marcará huella



JAIME IBIZA

Una visión que redefine los accesorios de moda

SÉ
CREATIVO
SÉ

TROZMER
centro universitario

MODALIDAD
PRESENCIAL Y ONLINE

INSCRIPCIÓN PARA
NUEVO INGRESO

25%
DE DESCUENTO



ESTILISMO Y
MAQUILLAJE



DISEÑO Y PRODUCCIÓN
DE MODA



DISEÑO DE
IMAGEN



COSMETOLOGÍA



DISEÑO DE
INTERIORES



DISEÑO DIGITAL, MKT Y PUBLICIDAD



DISEÑO Y PRODUCCIÓN
DE EVENTOS

UBICADOS EN PUEBLA, CONTAMOS CON RESIDENCIA

221 427 8174

trozmer.edu.mx



LA MODA MEXICANA entra en una nueva etapa



Rubén Díaz
Director Editorial
FN Fashion News

Al mismo tiempo, México vive un momento de grandes oportunidades. El fenómeno del nearshoring, el fortalecimiento de la cadena de suministro regional y el creciente reconocimiento internacional del talento mexicano colocan a nuestro país en una posición privilegiada para consolidarse como uno de los actores más importantes del Sistema Moda en el continente.

Pero ninguna industria puede crecer sin información, sin análisis y sin espacios que conecten ideas, empresas, diseñadores, fabricantes, proveedores, instituciones y emprendedores. El conocimiento compartido también es un motor de desarrollo.

Ese ha sido, desde nuestros inicios, el propósito de FN Fashion News: documentar la evolución de la industria, dar voz a sus protagonistas y generar contenidos que aporten contexto, reflexión y visión de futuro.

Llegar a nuestra edición número 150 representa mucho más que una cifra. Es la oportunidad de renovar un compromiso que ha permanecido intacto desde el primer ejemplar: informar con independencia, impulsar el talento, fortalecer la cultura empresarial y contribuir al crecimiento del Sistema Moda en México.

A todos nuestros lectores, anunciantes, colaboradores y aliados estratégicos, gracias por formar parte de esta historia. Este número 150 no marca una meta alcanzada; representa el inicio de una nueva etapa. Una etapa en la que seguiremos observando la industria con mirada crítica, celebrando sus logros y compartiendo las ideas que inspiren su futuro.

Porque la moda cambia todos los días y nosotros seguiremos aquí para contar su historia.

FN FASHIONNEWS

20 años conectando ideas, negocios y moda

Año 21 Número 150 - Intermoda

Director General y Editor

Rubén Díaz
ruben.diaz@fashionnews.com.mx

Director Comercial

Horacio Aguilera
comercial.fashionnews@gmail.com

Coordinadora editorial

Lily Zepeda
creativofashion.news@gmail.com

Asesor creativo

Hugo Rocha
rochafiles@gmail.com

Diseño editorial

Staff creativo Fashion News
creativofashion.news@gmail.com

Colaboradores

Lola Ramos, Gabriela Reyes

Colaboradores Latinoamérica

Paula García, July Lenés Tinco

Diseño Web

Carlos R. Díaz

Redes Sociales

Ángel R. Díaz

Publicidad y Relaciones Públicas

rp@fashionnews.com.mx

Contacto

comercial.fashionnews@gmail.com

(52) 669 143 2492





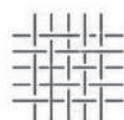
La *diferencia* está en lo que no se ve.

Mientras la moda cambia cada temporada, hay algo que permanece constante: la necesidad de una base que acompañe el diseño sin robarle protagonismo.

La entretela es el soporte silencioso de toda gran prenda. Aporta forma, estabilidad y durabilidad, para que cada diseño conserve su esencia desde el primer uso hasta el último.

En Brinco desarrollamos las estructuras invisibles que hacen posibles prendas extraordinarias. Conócenos.

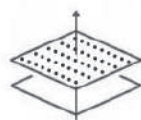
#AquíHayAlma



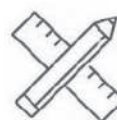
Entretelas
Tejidas



Entretelas
No Tejidas



Fusionables
y Cosidas



Desarrollos
Especiales



Fabricación
en México



Por Rubén Díaz
diaz.joseruben@gmail.com

JAIME IBIZA, CUANDO LA TRADICIÓN IMPULSA EL FUTURO

Así nació una de las marcas mexicanas más reconocidas de accesorios.

Jaime y Maru Ibiza impulsan la evolución creativa de una marca que ha hecho del diseño mexicano su mayor fortaleza.

Desde Guadalajara, el diseñador y empresario Jaime Ibiza ha construido una de las marcas de accesorios más reconocidas de México. Su historia comenzó mucho antes del nacimiento de la firma que hoy lleva su nombre. Proveniente de una familia dedicada a la marroquinería, creció entre pieles, herrajes, patrones y procesos de fabricación dentro de Bolsos Ruvel, empresa fundada por su padre y establecida en el tradicional centro de Guadalajara. Fue ahí, siendo apenas un adolescente, donde descubrió su pasión por el diseño de bolsos y entendió que cada pieza podía convertirse en una expresión de identidad.

Con los años, esa experiencia dio paso a una marca que hoy destaca por la calidad de sus materiales, el diseño contemporáneo y una constante capacidad de innovación. La firma ha consolidado una propuesta que combina funcionalidad, elegancia y una visión empresarial que le ha permitido fortalecer su presencia en el mercado mexicano.

Hoy, esa historia suma un nuevo capítulo con la incorporación de su hija Maru Ibiza, quien forma parte del equipo creativo y de diseño. Su participación representa la continuidad de una filosofía construida durante décadas y, al mismo tiempo, una mirada fresca que impulsa la evolución de la marca hacia nuevos retos y nuevas generaciones de consumidoras.

A lo largo de los años, la firma ha construido una identidad claramente reconocible alrededor de "La Mujer Ibiza", una mujer que aprecia el diseño, la calidad y la funcionalidad en cada accesorio que elige. Más que seguir tendencias pasajeras, busca piezas versátiles que la acompañen en su vida cotidiana y reflejen su personalidad. Esa comprensión de las necesidades de sus consumidoras ha permitido a la marca desarrollar colecciones que equilibran elegancia, innovación y una cuidada selección de materiales, consolidando una propuesta con identidad propia dentro del mercado mexicano.

Más que una empresa familiar, Jaime Ibiza es el resultado de una cultura de trabajo donde la creatividad, el conocimiento técnico y la pasión por la marroquinería se transmiten de generación en generación. Esa combinación ha permitido que la firma mantenga una identidad propia dentro de una industria cada vez más competitiva.

En esta edición especial de FN Fashion News, reconocemos la trayectoria de una marca que ha sabido evolucionar sin perder sus raíces y que continúa demostrando que el diseño mexicano puede competir con personalidad, calidad y visión de futuro.



Jaime y Maru Ibiza representan el relevo generacional que hoy impulsa la evolución creativa de la firma.

Una marca no trasciende por los productos que vende, sino por la visión que es capaz de transmitir generación tras generación



Materiales, acabados y diseño distinguen el lenguaje estético de la firma Jaime Ibiza

La mujer Ibiza



La mujer Ibiza encuentra en cada accesorio un equilibrio entre elegancia, funcionalidad e identidad



1970's



1980's



1990's



2000's



2010's



2020's

CUMPLIMOS



AÑOS

CONSTRUYENDO LA INDUSTRIA MEXICANA DE LA CONFECCIÓN... Y SEGUIMOS AVANZANDO HACIA EL MAÑANA.

Contáctanos  33 5120 8498



Visítanos en nuestra tienda en línea
www.rasa.mx



MARTES 21

12:00 PM Pasarela	JESÚS DE LA GARSA Pasarela Inaugural	FASHION SPACE
1:00 PM Conferencia Salón GDL	"Cómo piensa el nuevo consumidor mexicano y qué hacer con eso" GUSTAVO PRADO	IM talks
1:00 PM Pasarela Inaugural Segundo Piso	Menos 117 TUNA Joyas Mexicanas	IM XPERIENCE
2:00 PM Pasarela	ITESO	FASHION SPACE
3:00 PM Workshop Segundo Piso	"¿Quién está contando la moda en México?" MELISSA JAUREGUI	MINDSET by TREND ZONE
4:00 PM Conferencia Salón GDL	Presentado por GS1: TikTok Shop: la era del Discovery e-Commerce Philippe-Alexandre Castellví	IM talks

4:00 PM Pasarela	TRENDING Presentado por ELLE MEXICO	FASHION SPACE
4:00 PM Activación Segundo Piso	Activación	IM XPERIENCE
5:00 PM Workshop Segundo Piso	"Identidad antes que tendencia" AXEL ESCALANTE	MINDSET by TREND ZONE
6:00 PM Pasarela	LJC DESIGN	FASHION SPACE
6:00 PM Panel Salón GDL	"Back & Forth: el déjà vu de la moda" PANELISTAS: ANNA FUSONI / LUCY LARA / JOSÉ MANUEL MODERADOR: MIREILLE ACQUART	IM talks
7:30 PM Pasarela de Gala	CASA GOÑI	FASHION SPACE



MIÉRCOLES 22

11:00 AM Pasarela	PECHE	FASHION SPACE
11:00 AM Conferencia Salón GDL	La Gen Z hacia FW 27/28: Identidad, deseo y estilo en Latinoamérica ADA JOLLY	IM talks
11:00 AM Pasarela Segundo Piso	DELFINA PRIETO ASTRID WEHR BOTWANA	IM XPERIENCE
12:00 PM Workshop Segundo Piso	"El poder de una imagen bien pensada" LUIS ENRIQUE BOLIVAR	MINDSET by TREND ZONE
1:00 PM Pasarela Segundo Piso	AKADEMI	IM XPERIENCE
1:00 PM Conferencia Salón GDL	"EL NUEVO LUJO En un mundo saturado de copias, lo real se vuelve extraordinario" JESSICA MARMOLEJO	IM talks
2:00 PM Workshop Segundo Piso	"De la Fibra al Futuro: Nanotecnología para la Moda" NOE A. AYALA / MIGUEL BARRIOS	MINDSET by TREND ZONE
3:00 PM Pasarela	GRECIA SOTO	FASHION SPACE

3:00 PM Conferencia Salón GDL	"No es vender más, es vender mejor: el detrás de un negocio de moda rentable" SABRINA VELÁZQUEZ	IM talks
3:00 PM Activación Segundo Piso	100 trends dijeron CARLANGAS (CARLOS ROMÁN) TREND	IM XPERIENCE
4:00 PM Workshop Segundo Piso	PRESENTADO POR ETHICAL FASHION SPACE: "Cómo construir una voz de moda: identidad, narrativa y visibilidad" LIZET ESQUIVEL MOLÉN ANTOLIN	MINDSET by TREND ZONE
5:00 PM Pasarela	CARLOS PINEDA	FASHION SPACE
6:00 PM Panel Salón GDL	PRESENTADO POR ETHICAL FASHION SPACE: Diseñar para todos: cuando la inclusión redefine el negocio PANELISTAS: LAURA ROBLES - C&A MÓNICA ZAMPILLA - CONFIE LIDHEIRE SANTOS - PAMPELI MODERADOR: MIREILLE ACQUART	IM talks
6:00 PM Pasarela de Gala Segundo Piso	MALA	IM XPERIENCE
7:00 PM Pasarela de Gala	JANNETTE KLEIN	FASHION SPACE



JUEVES 23

11:00 AM
Pasarela"CAOS BIODIVERSO"
EDITH MARTIN**11:00 AM**
Conferencia
Salón GDL"EL ABC de la producción
de eventos de moda"
PAUL AGÜET**11:00 AM**
Activación
Segundo PisoViaje a través del sabor
by Hotel Barceló
CHEF CARLOS HIGAREDA**12:00 PM**
Workshop
Segundo Piso"El futuro de la moda
empieza en los materiales"
BEATRIZ OROZCO**1:00 PM**
Pasarela
Segundo Piso**EXPOSITORES
IM IMPULSA****1:00 PM**
Pasarela**PENDIENTE****1:00 PM**
Conferencia
Salón GDL"Innovación y negocio
en la moda mexicana"
MAJO HERNÁNDEZ**2:00 PM**
Workshop
Segundo Piso"Construir una marca
desde adentro"
PAULINA GUERRERO**3:00 PM**
Pasarela**PAULINA LUNA****3:00 PM**
Conferencia
Salón GDL"De la adversidad
a la pasarela"
ESTEVAN CHAVARRIA**3:00 PM**
Pasarela
Segundo Piso**Nina Petra
Lugano
Aventurera X Amada Dorotea****4:00 PM**
Workshop
Segundo PisoCrear sin formulas
Moda, Identidad y Procesos
Creativos
SAMANRHA BEL**5:00 PM**
Pasarela**MACARIO JIMENEZ****6:00 PM**
Conferencia
Salón GDL"Autopsia de una Tendencia-
Laboratorio Cultural en vivo"
MANUSTYLING**6:00 PM**
Pasarela
Segundo Piso**TREVE
BY MARA****8:00 PM**
Pasarela**EDHER GIN**
Pasarela de clausura

VIERNES 24

11:00 AM
Pasarela
Segundo Piso**GIOV MOSQUEDA
NUEVE DISEÑO****12:30 PM**
Pasarela
Segundo Piso**EXPOSITORES
TRENDING**





Por Lourdes Zepeda
creativofashion.news@gmail.com

LOS MATERIALES QUE ESTÁN TRANSFORMANDO LA CONFECCIÓN

Entretelas Brinco: seis décadas de innovación para la industria textil.

Durante seis décadas, Entretelas Brinco ha demostrado que la innovación en la moda también nace en los materiales que hacen posible prendas de mayor calidad, desempeño y valor agregado

Durante mucho tiempo, la innovación en la industria de la moda estuvo asociada únicamente al diseño. Sin embargo, hoy resulta evidente que la competitividad de una prenda también depende de los materiales que la conforman. La tecnología textil, las fibras inteligentes, los acabados especializados y las entretelas han dejado de ser simples insumos para convertirse en elementos estratégicos dentro de la cadena de valor.

En un mercado donde la velocidad, la calidad y la diferenciación marcan la pauta, cada componente cuenta. Una prenda bien confeccionada refleja creatividad, pero también es el resultado de decisiones técnicas que comienzan mucho antes del corte y la costura.

En México, pocas empresas representan esta evolución como Entretelas Brinco. Con 60 años de trayectoria, la compañía ha acompañado el desarrollo de la industria nacional suministrando soluciones que han evolucionado al mismo ritmo que las necesidades de fabricantes, diseñadores y empresas de confección.

Lo que comenzó como un proveedor especializado de entretelas se ha transformado en una empresa que entiende la importancia de la innovación, la asesoría técnica y el desarrollo de materiales capaces de responder a los nuevos desafíos del mercado. Su permanencia durante seis décadas demuestra que la innovación no consiste únicamente en incorporar nuevas tecnologías, sino en mantener la capacidad de evolucionar junto con la industria.

Ese crecimiento también ha trascendido las fronteras mexicanas. Actualmente, Entretelas Brinco cuenta con oficinas en Colombia, fortaleciendo su presencia en Latinoamérica y consolidando operaciones de exportación hacia diversos mercados de Sudamérica y Norteamérica, llevando la experiencia desarrollada en México a una industria cada vez más global e interconectada.

Hoy, cuando conceptos como sostenibilidad, eficiencia, automatización y digitalización forman parte del lenguaje cotidiano de la confección, los materiales adquieren un papel aún más relevante. Ya no basta con crear prendas atractivas; es indispensable desarrollar productos con mejor desempeño, mayor durabilidad y procesos de fabricación más eficientes.

En ese contexto, la colaboración entre proveedores especializados, fabricantes, diseñadores y empresas tecnológicas será uno de los principales motores del crecimiento de la industria durante la próxima década. La innovación no surge de manera aislada; es el resultado del conocimiento compartido y de la colaboración entre quienes integran toda la cadena de suministro.

Después de 60 años impulsando a la industria de la moda mexicana, Entretelas Brinco representa el ejemplo de cómo una empresa puede mantenerse vigente apostando por la calidad, la innovación y una visión de largo plazo. Porque, al final, las grandes transformaciones de la moda muchas veces comienzan en aquellos materiales que el consumidor nunca ve, pero cuya calidad se percibe en cada prenda terminada.



Las instalaciones de Entretelas Brinco reflejan seis décadas de inversión en infraestructura, logística y desarrollo de soluciones para la industria de la confección.

Las grandes transformaciones de la moda no siempre comienzan en el diseño; muchas veces nacen en los materiales que hacen posible una mejor confección.



Además de una amplia gama de entretelas especializadas, Entretelas Brinco brinda asesoría técnica para ayudar a fabricantes y marcas a elevar la calidad de sus prendas.



El Laboratorio Textil de Entretelas Brinco desarrolla pruebas y evaluaciones que garantizan el desempeño, la calidad y la confiabilidad de sus materiales especializados.

EL NUEVO DISEÑADOR DE MODA

creatividad + tecnología



La creatividad sigue siendo el alma del diseño, pero hoy la tecnología se ha convertido en el gran acelerador de las ideas.

Quienes vivimos la industria de la moda desde los años 80 recordamos perfectamente cómo funcionaba un departamento de diseño.

Existían diseñadores extraordinariamente talentosos. Muchos de ellos destacaban por una capacidad que parecía casi artística: transformar ideas en ilustraciones de moda que eran verdaderas obras de arte. El dominio del dibujo era una ventaja enorme y lo sigue siendo.

Después venía uno de los procesos más complejos: convertir aquella ilustración en un trazo plano funcional, en seguida dar seguimiento técnico a cada detalle y finalmente lograr un patronaje impecable que respetara la esencia del diseño original.

Y entonces comenzaba otra aventura...

¡La búsqueda de telas!

Era un camino interminable, había que visitar proveedores, solicitar muestras, esperar días o semanas para recibirlas, hacer pruebas, ajustar propuestas y volver a empezar.

Construir una colección completa requería tiempo, paciencia y una enorme capacidad de coordinación.

Diseñar moda era un proceso profundamente creativo... pero también largo y complejo.

Hoy el escenario es distinto.

La tecnología ha cambiado radicalmente la forma de crear.

El diseñador contemporáneo ya no necesariamente tiene que ser el mejor ilustrador de la industria. Ahora puede apoyarse en herramientas digitales que le permiten visualizar ideas, desarrollar productos, realizar ajustes,

optimizar procesos y construir colecciones con una velocidad que hace algunas décadas parecía imposible.

Soluciones tecnológicas como las que desarrolla **Audaces** permiten integrar diferentes etapas del proceso creativo y productivo para acercar más rápidamente una idea al mercado correcto y al consumidor adecuado.

Porque hoy ya no basta con tener una gran idea.

El consumidor tiene más opciones que nunca, las tendencias cambian con mucha velocidad y el tiempo de respuesta se ha convertido en una ventaja competitiva.

La moda sigue necesitando creatividad.

Pero la creatividad acompañada de tecnología tiene el poder de llegar más lejos.

Por eso empresas como **Audaces** trabajan permanentemente en analizar, perfeccionar y evolucionar los procesos de diseño y producción para responder a una industria que nunca deja de transformarse.

La moda seguirá necesitando creatividad. Pero cuando esa creatividad se potencia con tecnología, las ideas dejan de ser únicamente inspiración para convertirse en productos que llegan más rápido, mejor desarrollados y con mayores posibilidades de éxito en el mercado.

No te pierdas los Viernes de Audaces en www.fashionnews.com.mx donde seguiremos explorando nuevas ideas, herramientas y soluciones para construir una industria de la moda más dinámica, eficiente y preparada para el futuro.

Nos vemos en FN Fashion News

AUDACES



Audaces Educacional 360

La tecnología que ya utilizan las grandes marcas, ahora disponible para tu aula.

Planifica cada etapa de una colección —desde la primera idea hasta la venta— con un sistema integrado que ya está transformando la industria de la moda.

Organiza tus procesos, conecta sectores y reduce al mínimo errores, tiempos y costos.

Todo en un solo ecosistema digital.

Incluye acceso a seis softwares líderes del mercado:



Audaces
Isa



Audaces
Patrones



Audaces
Fashion Studio



Audaces
Idea



Audaces
Tizada



Audaces
Digiflash

¿Eres estudiante de una institución aliada?

Puedes acceder al plan Audaces360 STUDENT, que incluye todas las soluciones por un precio preferencial.

Una oportunidad real para prepararte con las herramientas que ya usa el mercado.

Escanea el código QR y descubre cómo acceder.



Laura Marterer –
WhatsApp
+55 48 99192 7431



Por Horacio Aguilera
creativofashion.news@gmail.com

CONSTRUYENDO EL FUTURO DE LA INDUSTRIA

RASA 48 años de evolución, servicio y confianza
para los fabricantes mexicanos

El crecimiento de una industria se mide por la capacidad de evolucionar. Después de 48 años impulsando a miles de fabricantes con servicio, experiencia y soluciones para la confección, RASA inicia una nueva etapa que fortalece su compromiso con el desarrollo de la moda mexicana

Durante casi cinco décadas, RASA ha sido mucho más que un proveedor de insumos. Su historia ha estado ligada al crecimiento de miles de empresas de confección que han encontrado en la compañía un aliado confiable para el desarrollo de sus productos.

Hoy, mientras avanza la construcción de una nueva planta que fortalecerá su capacidad operativa y logística, RASA reafirma una visión que ha guiado su trayectoria desde hace 48 años: construir el futuro de la industria de la moda mexicana.

Su evolución ha sido resultado de una estrategia basada en dos pilares fundamentales: una atención cercana al cliente y la integración de un portafolio de productos que responde a las necesidades reales de los fabricantes. Hilos, cierres, botones, elásticos, cintas y una amplia gama de insumos forman parte de una oferta que ha crecido junto con las exigencias de un mercado cada vez más competitivo.

Con más de diez sucursales estratégicamente ubicadas en el país, RASA ha desarrollado una red de atención que permite ofrecer disponibilidad, rapidez y un servicio especializado. Detrás de esta infraestructura existe un equipo humano capacitado, comprometido y con una auténtica vocación de servicio, características que han convertido a la empresa en un referente dentro de la industria mexicana de la confección.

La próxima apertura de su nueva planta representa un paso más dentro de una historia marcada por la innovación y la mejora continua. No se trata únicamente de ampliar instalaciones, sino de fortalecer la capacidad de respuesta para seguir acompañando el crecimiento de sus clientes en los próximos años.

En un sector donde la confianza se construye con resultados, RASA ha demostrado que la permanencia no es producto del tiempo, sino de la capacidad para evolucionar, escuchar al mercado y mantener un firme compromiso con la calidad y el servicio.

El futuro plantea nuevos retos para la industria de la moda, y RASA está lista para asumirlos con la misma pasión, cercanía y compromiso que han definido su trayectoria. Porque las empresas que trascienden no solo acompañan la evolución del mercado: también ayudan a construirla.

Porque después de 48 años, RASA continúa haciendo honor a una idea que hoy cobra más fuerza que nunca: construir el futuro de la industria de la moda.



La amplia disponibilidad de hilos, cierres, botones y accesorios ha convertido a RASA en un aliado estratégico para miles de fabricantes



La atención personalizada y el conocimiento técnico forman parte de una cultura de servicio que distingue a RASA

EL LEGADO DE DOS HERMANOS



El origen de una de las empresas líderes en la distribución de insumos para la confección en México.



La asesoría especializada permite a los clientes encontrar soluciones.

La confianza de miles de fabricantes es el resultado de una historia construida con trabajo, calidad y compromiso.



Calidad y servicio son parte de una propuesta de valor que RASA ofrece a sus clientes

LA MODA NO ESPERA: MIENTRAS DEFINES LA PRENDA, ALGUIEN YA LA ESTÁ CORTANDO

Por Martín Sánchez
martin.sanchez@audaces.com

La transformación digital dejó de ser una tendencia para convertirse en un requisito de competitividad. Desde el diseño creativo hasta la sala de corte, la integración tecnológica redefine la velocidad, la eficiencia y la rentabilidad de las empresas de moda.



Innovación en movimiento: la evolución de la sala de corte automatizada de Audaces, una herramienta clave para la competitividad y sostenibilidad del Sistema Moda.

Durante años, las empresas de moda buscaron ser más rápidas para responder al mercado. Hoy esa rapidez dejó de ser una ventaja competitiva y se convirtió en el requisito mínimo para permanecer vigentes. Mientras una marca desarrolla una colección bajo procesos tradicionales, otra ya está diseñando con inteligencia artificial, validando prototipos en 3D y enviando información directamente a producción.

El reto ya no consiste únicamente en diseñar mejores prendas, sino en conectar cada etapa del proceso productivo. En muchas compañías el diseño continúa trabajando separado del patronaje, la planificación y la manufactura. Cada transición entre departamentos representa tiempo, costos adicionales y oportunidades para cometer errores que terminan afectando la rentabilidad de una colección.

La evolución del comercio electrónico también ha elevado las expectativas del consumidor. Hoy el cliente desea conocer cómo lucirá y ajustará una prenda antes de comprarla, mientras las empresas necesitan optimizar materiales, reducir desperdicios y tomar decisiones respaldadas por información en tiempo real.

Frente a este escenario, la digitalización deja de ser una herramienta aislada para convertirse en una estrategia integral.

Audaces, empresa especializada en soluciones tecnológicas para la industria de la moda con presencia en más de cien países y una comunidad superior a veinte mil usuarios, propone precisamente esa integración mediante **Audaces360**, un ecosistema que conecta creatividad, desarrollo de producto, patronaje, producción y gestión empresarial dentro de un mismo flujo de trabajo.



Audaces 360 unifica todas las etapas del desarrollo de una colección en un solo ecosistema digital, conectando desde la creación y el diseño 3D hasta el patronaje y trazo



La maquinaria de corte automatizado de Audaces en plena operación, diseñada para optimizar el rendimiento de la materia prima y garantizar un flujo continuo y eficiente en la planta de producción.

Su plataforma incorpora inteligencia artificial para acelerar la generación de colecciones desde las primeras etapas del diseño, integra herramientas de visualización tridimensional y probadores virtuales que fortalecen la experiencia del comercio electrónico, además de enlazar el desarrollo del producto con sistemas ERP para ofrecer trazabilidad y control desde el concepto inicial hasta la sala de corte.

Instituciones de enseñanza

Sin embargo, la transformación tecnológica no depende únicamente de las empresas. También comienza en las aulas.

Las universidades y escuelas de moda enfrentan el desafío de preparar profesionales capaces de desenvolverse en entornos digitales donde la creatividad convive con el análisis de datos, el diseño 3D, la optimización de materiales y la gestión eficiente de los procesos productivos.

Cuando instituciones educativas incorporan plataformas como **Audaces360** en sus programas académicos, los estudiantes trabajan bajo metodologías similares a las que hoy utilizan las empresas líderes del sector. De esta manera desarrollan una visión integral del negocio, fortalecen su capacidad para colaborar en equipos multidisciplinarios y adquieren competencias altamente valoradas por el mercado laboral.

La transformación de la moda ya está en marcha. La diferencia entre las empresas e instituciones que liderarán el futuro y aquellas que simplemente reaccionarán al cambio dependerá de qué tan pronto integren tecnología, conocimiento y talento dentro de una misma estrategia.

Contacto Audaces México:

martin.sanchez@audaces.com



Análisis Estratégico

Por Radar FN
diaz.joseruben@gmail.com

¿DÓNDE SE CONSUME LA MODA EN MÉXICO?

Las ciudades, los consumidores y las tendencias que están redefiniendo el negocio de la moda en el país.

Conocer dónde se concentra el consumo de moda en México ya no es solo una ventaja competitiva; es información estratégica para fabricantes, marcas, distribuidores y compradores que buscan crecer en un mercado cada vez más dinámico.

Durante décadas, la industria de la moda mexicana concentró sus esfuerzos en diseñar mejor, producir más y fortalecer su capacidad de fabricación. Hoy, el desafío va mucho más allá: comprender dónde está el consumidor, cómo compra y cuáles son los mercados con mayor potencial de crecimiento.

En un entorno cada vez más competitivo, identificar las ciudades con mayor poder de compra, los nuevos hábitos de consumo y el avance del comercio electrónico se ha convertido en información estratégica para fabricantes, marcas, distribuidores y compradores que buscan tomar mejores decisiones de negocio.

México no es un mercado homogéneo. Con más de 130 millones de habitantes y profundas diferencias económicas, sociales y regionales, el consumo de moda presenta múltiples realidades. Mientras algunas ciudades consolidan su liderazgo como grandes centros comerciales, otras emergen impulsadas por el desarrollo industrial, el turismo, la inversión y el crecimiento de una clase media con mayor capacidad de compra.

Para quienes participan en Intermoda, la pregunta ya no es únicamente qué vender, sino dónde están las mejores oportunidades para vender.

Un mercado que sigue creciendo

El mercado mexicano de prendas de vestir alcanza una demanda estimada de 20,500 millones de dólares, ubicándose como el segundo más importante de América Latina, solo superado por Brasil. De ese total, cerca del 95% corresponde al consumo de los hogares, lo que refleja el peso decisivo del consumidor final en el desempeño de la industria.

A esta dinámica se suma un cambio profundo: el comercio electrónico continúa ganando terreno. Plataformas como Amazon y Mercado Libre han fortalecido su participación, mientras el social commerce y las compras desde dispositivos móviles aceleran la transformación del retail mexicano. (Euromonitor)

México en cifras

- Brasil: Mayor mercado de moda de América Latina.
- México: Segundo mercado de la región, con una demanda estimada de 20,500 millones de dólares.
- Más de 130 millones de consumidores.
- El 95% del mercado depende del consumo de los hogares.
- El comercio electrónico continúa ganando participación dentro de las ventas de moda.

El nuevo consumidor mexicano

El consumidor mexicano ha evolucionado hacia un perfil más informado, digital y selectivo. Antes de tomar una decisión de compra, investiga en redes sociales, compara precios entre diferentes canales, consulta reseñas y evalúa la experiencia que ofrece cada marca. La compra ya no comienza en el aparador, sino en la pantalla de un teléfono móvil.

Aunque las tiendas físicas siguen siendo un punto clave para conocer el producto, el comercio electrónico se ha consolidado como un complemento indispensable dentro del proceso de compra. Hoy, los consumidores valoran no solo el diseño y el precio, sino también la calidad, la confianza en la marca, la rapidez en la entrega y una propuesta que refleje su estilo de vida y sus valores.

El ecommerce ya cambió las reglas

El comercio electrónico ha dejado de ser un canal complementario para convertirse en uno de los principales motores del crecimiento del retail de moda. Gracias a la digitalización, una marca puede vender hoy en prácticamente cualquier ciudad del país sin necesidad de contar con una tienda física.

Los grandes mercados de la moda mexicana



Guadalajara: Centro Comercial Andares, la consolidación de la moda



Querétaro: Antea Lifestyle Center, el crecimiento de Querétaro



Monterrey: Fashion Drive, el estilo de la moda contemporánea

Ciudad de México: 22.8 millones de habitantes.
Mayor mercado de consumo y principal concentración de retail de moda.

Monterrey: 5.5 millones de habitantes
Alto poder adquisitivo y fuerte consumo de marcas premium.

Guadalajara: 5.3 millones de habitantes
Capital de la industria de la moda en México y sede de Intermoda.

Querétaro: 1.7 millones de habitantes
Uno de los mercados con mayor crecimiento económico y comercial del país.



Ciudad de México: Mazarik, la expresión de la moda



Por Rubén Díaz
diaz.joseruben@gmail.com

HAY CONVERSACIONES QUE NUNCA TERMINAN

Dos décadas documentando el diálogo
entre México y Colombia

La historia entre México y Colombia no necesita comenzar de nuevo.

Necesita volver a escribirse. Después de casi veinte años de intercambio, la industria de la moda tiene una nueva oportunidad para fortalecer una relación basada en creatividad, confianza y visión compartida



EN IFLS, Bogotá. El equipo de Proexport Colombia encabezado por su director Enrique Stellabatti



En Colombiamoda, Medellín, con la diseñadora Amelia Toro al terminar la presentación de su desfile.

La primera vez que viajé a Colombia fue en agosto de 2007. Llegué a Cali como periodista para cubrir un evento llamado Vitrina Moda, una iniciativa que apareció con fuerza y desapareció poco tiempo después.

Meses más tarde, en enero de 2008, llegaría una invitación que cambiaría mi relación con Colombia: cubrir Colombiatex de las Américas en Medellín.

Recuerdo perfectamente ese viaje. El vuelo no iba lleno y eran pocos los mexicanos que cruzábamos la frontera con curiosidad profesional y ganas de descubrir algo nuevo. Llegar a Medellín implicaba escalas, tiempo y cierta aventura.

Pero algo empezó a suceder.

Con el paso de los años las conexiones crecieron. Más aerolíneas, más rutas, más empresarios, más compradores, más medios y más diseñadores comenzaron a mirar hacia Colombia. La presencia mexicana en las plataformas colombianas aumentó y el intercambio empezó a fluir de manera natural.

No fue obra de una sola persona ni de una sola institución.

Los medios difundimos, las empresas apostaron, los organizadores abrieron puertas, los diseñadores conectaron y las industrias comenzaron a reconocerse mutuamente.

Colombiatex, Colombiamoda, Ixel, IFLS, Plataforma K y otras exposiciones se convirtieron durante varios años en espacios donde México y Colombia construyeron una conversación constante.

Y ocurrieron cosas importantes.

Se generaron negocios, se crearon rela-

ciones profesionales, llegaron intercambios académicos y nacieron amistades que permanecen hasta hoy.

Sin embargo, como sucede con muchos procesos regionales, el ritmo cambió. Aparecieron nuevos mercados, nuevas prioridades y nuevas dinámicas. La conversación disminuyó, pero nunca desapareció. Porque México tiene mucho que aprender de Colombia y Colombia mucho que aprender de México.

Somos países que comparten sensibilidad creativa, espíritu empresarial y una manera cercana de construir relaciones. El potencial sigue ahí.

Y quizá por eso hoy ya no se trata solamente de asistir a una feria, cubrir un evento o generar una noticia.

Hoy se trata de volver a encontrarnos, empresarios, diseñadores, medios, compradores. Instituciones.

Volver a construir conversación, volver a crear oportunidades... Volver a conectar.

Reconexión México-Colombia nace como una invitación abierta para construir nuevas relaciones, nuevas conversaciones y nuevas oportunidades entre dos países que tienen mucho más en común de lo que a veces recordamos.

Estoy convencido de algo: Cada vez que Colombia y México se encuentran, suceden cosas valiosas y quizá ha llegado el momento de volver a cruzar el puente.

Porque los puentes más valiosos no son los que permanecen inmóviles.

Son los que se vuelven a cruzar.



En Colombiamoda, Medellín con Lina Cantillo, diseñadora de moda masculina.



Congreso Latinoamericano de Moda Ixel en Cartagena con la diseñadora Pepa Pombo y la coordinadora de moda Diana Polite



En Colombiamoda, Medellín con María Elvira Pombo y María Claudia Lacouture



En IFLS, Bogotá, con Pilar Valdez, diseñadora caleña de bolsos y marroquinería

Los puentes más valiosos
no son los que permanecen
inmóviles.

¡Son los que se vuelven a
cruzar!

85
IM

**21-24 DE JULIO/
EXPO GUADALAJARA**

INTERMODA

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

**SABEMOS DE MODA,
HACEMOS NEGOCIOS.**

INTERMODA.COM.MX