

INNOVAMODA

FASHION MAGAZINE



InnovaModa



Tijuana
Innovadora



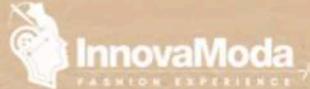
EL VALLE EN LA PLAYA

GASTRONOMÍA-MÚSICA VINO PLAYA

29.JUNIO.2025

**@CASTILLOS DEL MAR | A PARTIR DE LA 1:00 PM
COSTO \$950 MXN. POR PERSONA**

TE INCLUYE:
COPA CONMEMORATIVA
8 MUESTRAS DE VINO Y 5 DE GASTRONOMÍA



MAYORES INFORMES:



661.112.4310



ElValleEnLaPlaya



ElValleEnLaPlayaMx



INNOVAMODA

FASHION MAGAZINE

InnovaModa Fashion Magazine es la revista digital de InnovaModa, un espacio dedicado a resaltar el talento, la creatividad y la innovación en la industria de la moda. Con 60,000 lectores activos y presencia en México, Colombia, España, Los Ángeles y San Diego, la revista se posiciona como un referente en tendencias y estilo.

Contacto área comercial

Vanessa.banuelos@tijuanainnovadora.com
(664) 369 6737
[@innovamodamagazine](https://www.instagram.com/innovamodamagazine)

Dirección

VANESSA BAÑUELOS ARAIZA / DIRECTORA DE INNOVAMODA
Vanessa.banuelos@tijuanainnovadora.com

Diseño

JAIR CASTRO SANTOS / DIRECTOR CREATIVO
Jair.castro@tijuanainnovadora.com

Artículos

VANESSA BAÑUELOS / ARTÍCULO

JAIR CASTRO / ARTÍCULO

NOÉ GONZÁLEZ / ENTREVISTA

ASPIDPRO / ARTÍCULO

Fotografía

JAIR CASTRO

¡Hola, hola!

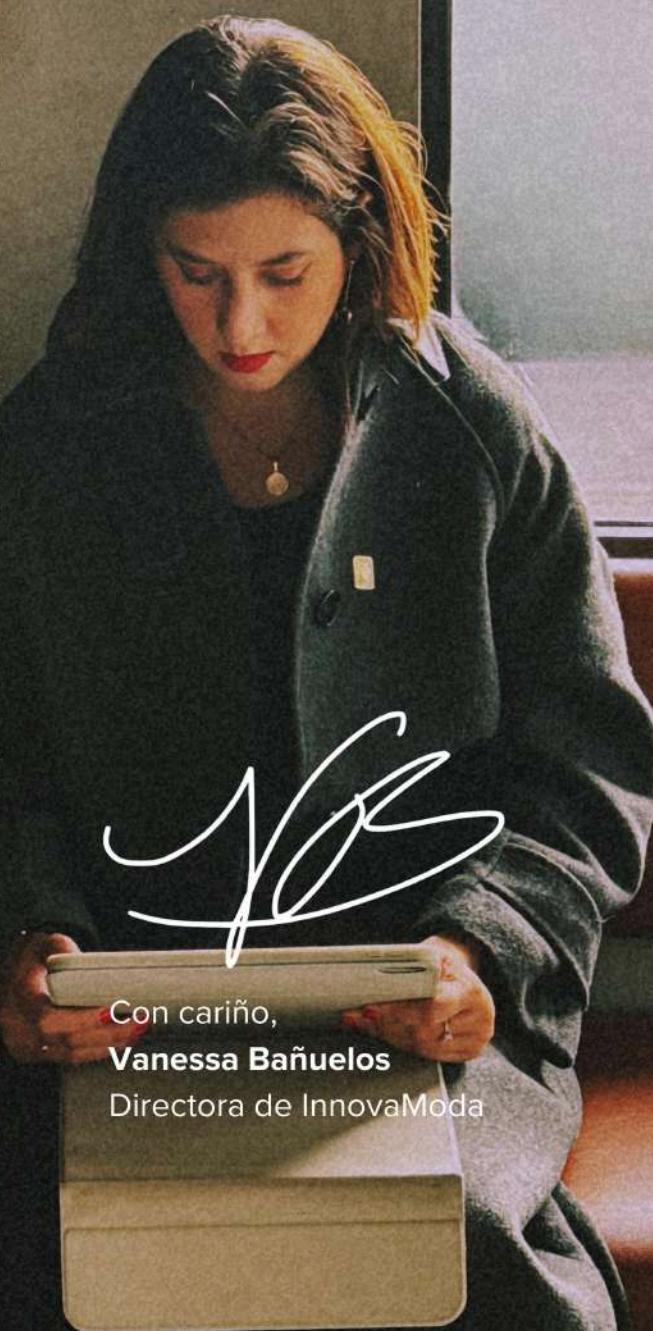
C A R T A D I R E C C I Ó N

No puedo ocultar la emoción que me da darles la bienvenida a esta edición de marzo de **InnovaModa Fashion Magazine**, uno de mis meses favoritos del año. Sí, lo confieso... en parte porque es el mes de mi cumpleaños (¡y amo celebrarlo!), pero también porque estuvo lleno de actividades increíbles que vibraron con la energía de la moda, la creatividad y, sobre todo, de las colaboraciones.

Esta edición es un reflejo de lo que sucede cuando los talentos se encuentran, se inspiran mutuamente y dan vida a proyectos que brillan por su autenticidad. Las colaboraciones se robaron el protagonismo este mes y estoy segura de que las van a disfrutar tanto como nosotros al vivirlas y documentarlas.

Además, marzo es un mes que nos invita a reflexionar y celebrar los derechos que hemos conquistado las mujeres, y que nos recuerda lo valiosas que somos en cada espacio que habitamos. Por eso, les adelanto que en esta edición encontrarán un artículo muy especial que honra nuestra fuerza y nuestro poder colectivo.

Gracias por seguir acompañándonos en este viaje donde la moda es solo el punto de partida para conectar, inspirar y transformar.



Con cariño,
Vanessa Bañuelos
Directora de InnovaModa



“Pintemos la Tijuana de nuestros sueños”

REIMAGINArte

TALLER DE PINTURA MASIVO



Delegación
Municipal
Centro



reimaginando
Tijuana

ÍNDICE

さんかく

7. EL RETO DEL CECUT

Hablemos sobre la nueva dirección del Cecut y sus retos

- José Galicot

11. ASPIDPRO Y LA INNOVACIÓN EN LA COSMÉTICA PROFESIONAL

La ciencia detrás de la belleza

- Aspidpro

15. SUEK FDZ E IVÁN GARCÍA

La importancia de la colaboración en la moda

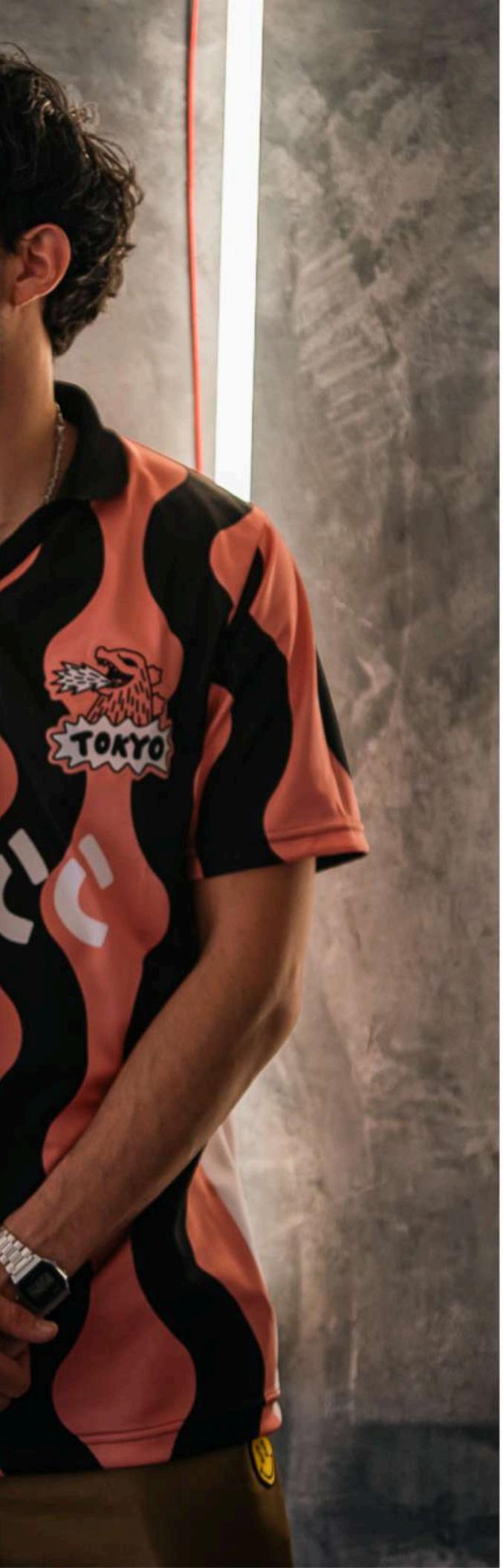
- Vanessa Bañuelos

21. SAHARA MEDELLÍN

Una Voz con Propósito en los Medios de Comunicación

- Jair Castro & Noé González





EDICIÓN ESPECIAL

Suek

INNOVAMODA

FASHION MAGAZINE



25. EL FUTURO DE LA MODA EN MÉXICO

¿Qué sigue tras la salida de Mercedes-Benz de Fashion Week?

- Vanessa Bañuelos

31. RECONOCIENDO A LAS MUJERES ALIADAS DE INNOVAMODA

Les compartimos la historia de mujeres líderes en Tijuana

- Vanessa Bañuelos

39. VFWMX: LAS SIGLAS DEL NUEVO CAPÍTULO DE LA MODA MEXICANA

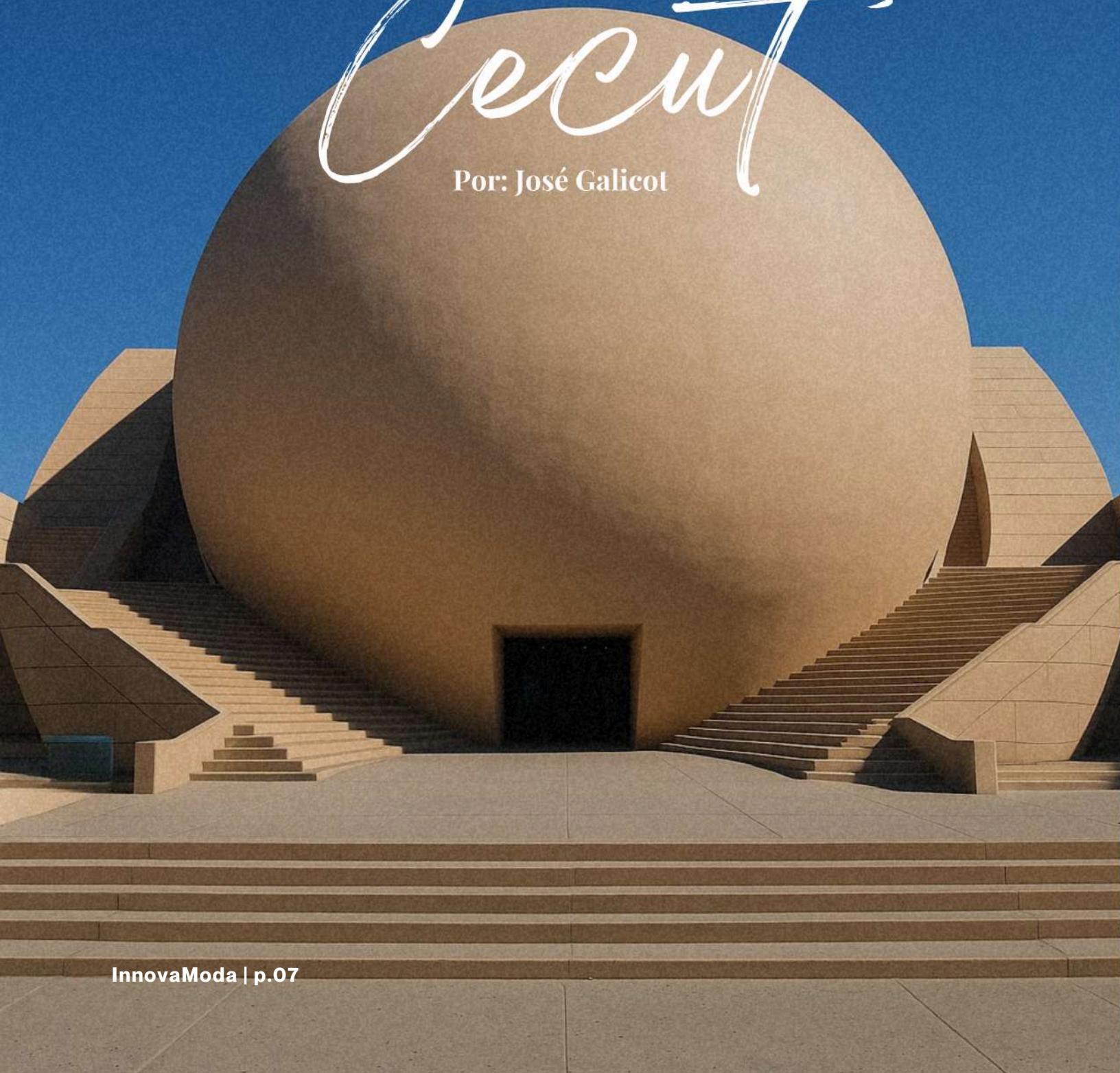
Fashion Week presenta su nueva alianza con Volvo

- Carolina Chávez Rodríguez

春

El reto del Cecut

Por: José Galicot



Los tiempos han cambiado y el Cecut se ha rezagado. Hay nuevas tecnologías, nuevas maneras de comunicación, como la inteligencia artificial que están incidiendo en la vida misma de la comunidad y por supuesto, en las artes y la cultura. **Nos encontramos con una nueva dirección que se enfrenta a viejos y nuevos retos. Aquí algunos de ellos:**

1. Hacer un inventario de los recursos humanos y materiales con los que se cuenta. Con respecto a los recursos humanos es necesario estimularlos, darles incentivos porque sentimos que se encuentran alicaidos a causa de la incertidumbre.
2. En los recursos materiales, se requiere una revisión inmobiliaria profunda, las cosas y los equipos envejecen. Renovarse o morir.

Urge un acercamiento con la comunidad cultural con los elementos que hoy día están activos y haciendo vanguardia. El alejamiento es notorio.



- 
4. Realizar un programa de renovación y de estrategias, a un tiempo corto, para ubicar las oportunidades mencionadas y los alcances por lograr, que sea participado con la comunidad cultural para solicitar apoyos, aportes y compartir ideas. Escuchar a los actores.
5. En un país más centralista se exige una comunicación constante para recibir apoyos, proyectos y recursos haciendo alianzas con eventos como el Festival Internacional Cervantino, quizás invitando a algún país China, Japón, Francia, España, etc. para hacer un festival anual internacional.
6. Aprovechar las oportunidades que tenemos de estar en la frontera para acercarnos y participar junto con centros culturales de California. Por supuesto, involucrando a la comunidad mexicana extra fronteras.
7. Hacer un programa de alcance a las colonias populares de la ciudad que son numerosas, lejanas y requieren una presencia cercana de su centro cultural.

El Centro Cultural Tijuana ha sido un foco de luz y alegría, cultura y talento para los tijuanenses, el más importante del noroeste que requiere hoy día, atención, comprensión y cariño para revivir glorias otrora tenidas y debe regresar a la comunidad de donde se alejó, quizás con una frase que diga:

“El *Centro Cultural de Tijuana* se reencuentra con su ciudad”

Estoy seguro que esta serie de buenas intenciones aquí plasmadas, van a encontrar eco en aquellos que vimos nacer y crecer al Cecut y que estamos ávidos de renovar laureles. Larga vida y grandes éxitos para el Centro Cultural de Tijuana. Buena suerte a la nueva directora.

José Galicot

**José Galicot Behar
Presidente de Tijuana Innovadora**



A close-up photograph of a woman's face. A clear glass dropper is held near her eye, with a single clear liquid drop falling onto her cheek. Her blue eye is looking directly at the viewer. The rest of her face is visible, showing her nose and mouth.

LA CIENCIA DETRÁS DE LA BELLEZA:

ASPIDPRO y la innovación en la cosmética profesional

En el competitivo mundo del cuidado de la piel, ASPIDPRO, empresa 100% mexicana con 50 años de experiencia, se ha consolidado como una marca pionera que fusiona ciencia, innovación y belleza en cada uno de sus productos. Con un firme compromiso hacia la excelencia, ASPIDPRO ha logrado desarrollar fórmulas que no solo cuidan y embellecen la piel, sino que la transforman desde adentro.

UN LEGADO DE INNOVACIÓN

Desde sus inicios, ASPIDPRO ha apostado por la investigación continua y el desarrollo de productos que respondan a las necesidades reales de la piel. **Su equipo de expertos ha trabajado incansablemente para crear soluciones cosméticas que combinan ingredientes de alta tecnología con activos naturales cuidadosamente seleccionados.**





EL PODER DE LOS OCHO ÁCIDOS HIALURÓNICOS

Uno de los hitos más recientes de la marca es la creación de productos que contienen **ocho tipos de ácido hialurónico, una proezza científica que ha revolucionado la hidratación cutánea.** Esta innovadora combinación actúa en distintos niveles de la piel, proporcionando una hidratación profunda y duradera, logrando una piel visiblemente más firme, luminosa y rejuvenecida.



ASPIDPRO
COSMECÉUTICA PROFESIONAL
BAJA CALIFORNIA

aspidpro_tijuana
 Aspidpro Tijuana
 aspidprotijuana

AH8 ASTAXANTINA CREMAGEL ANTIOXIDANTE

D DEVOCIÓN
By ASPIDPRO



**MEJORA LA
TOLERANCIA DE
LA PIEL FREnte A
FACTORES EXTERNOS**

**OTORGА
LUMINOSIDAD
EN UNA PIEL
DESVITALIZADA**

**UNIFICACIÓN DEL
TONO Y MEJORA
DE LA TEXTURA
CUTÁNEA**

SALUD ES BELLEZA 2309142002D00007



 LIBRE DE
PARABENOS


ASPIDPRO
COMUNICATIVA PROFESIONAL

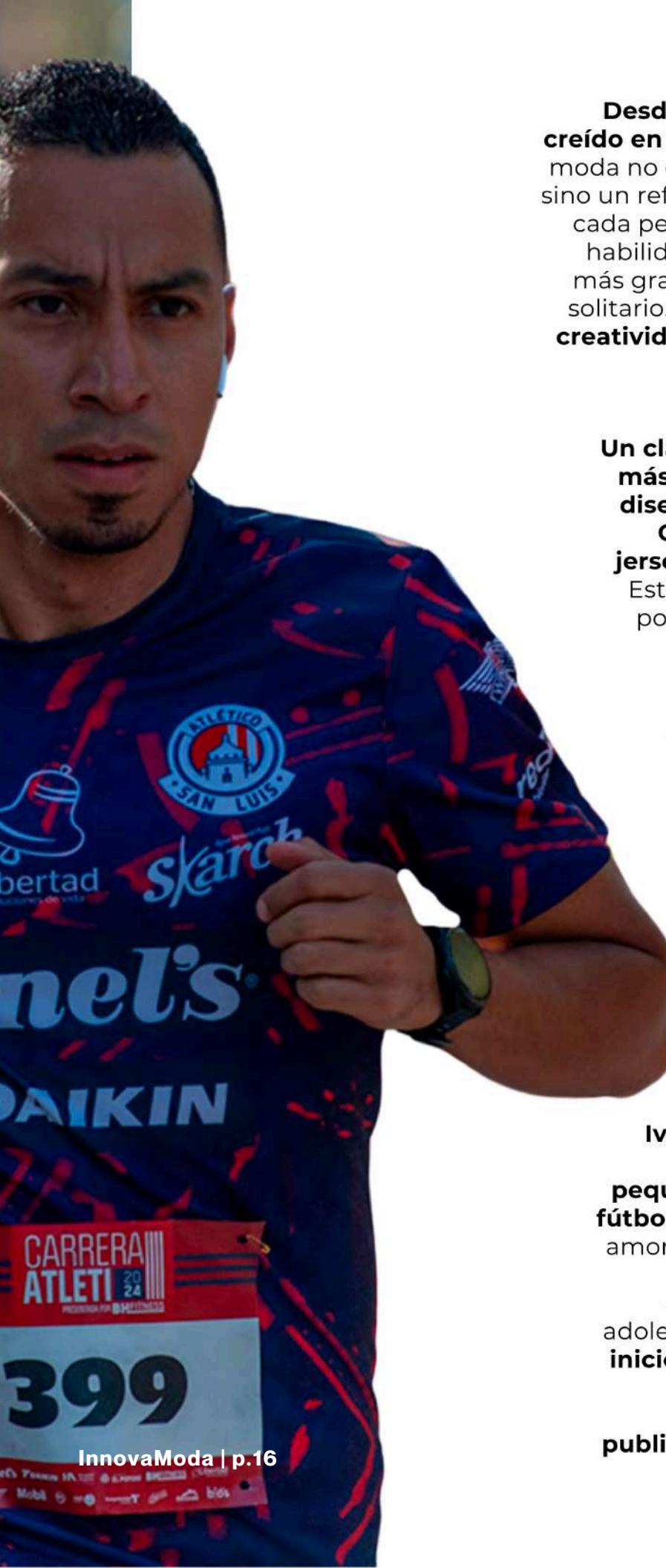
A dynamic photograph of several male athletes in motion, wearing matching blue and red athletic gear. One athlete in the foreground is wearing a headband and sunglasses, while another's shirt features the word "sporelli" and "FITNESS". They appear to be participating in a race or training session.

Atlético de San Luis “Carrera Atléti 2024” Diseño de Iván García
Equipo Profesional de Fútbol Camiseta para Carrera Atlética

Suek Fdze Iván García:

La importancia de la colaboración en la moda

Por: Vanessa Bañuelos



Desde InnovaModa, siempre hemos creído en el poder de la colaboración. La moda no es solo una expresión individual, sino un reflejo del talento colectivo, donde cada persona creativa aporta su visión y habilidades para construir algo mucho más grande de lo que podrían lograr en solitario. **En este ecosistema de ideas y creatividad, las alianzas estratégicas se convierten en la clave para el crecimiento y la innovación.**

Un claro ejemplo de esto es nuestra más reciente editorial, en la que el diseñador Suek y el talentoso Iván García se unieron para crear un jersey verdaderamente destacado. Este tipo de colaboraciones no solo potencian la creatividad de ambos diseñadores, sino que también generan piezas únicas con una identidad fuerte y un impacto significativo en la industria de la moda.

Iván García

Iván García nació en 1992 en San Luis Potosí, México, y desde pequeño supo que su pasión por el fútbol y el diseño lo llevaría lejos. Su amor por las camisetas de su equipo, el Club San Luis, lo impulsó a aprender diseño digital desde la adolescencia. **Su camino profesional inició en 2010, y desde entonces ha trabajado en la coordinación y ejecución de proyectos publicitarios tanto a nivel local como en Norteamérica.**

399



Pero su mayor logro ha sido fusionar su pasión con su profesión. Trabajar en el mundo del fútbol le ha permitido diseñar indumentaria deportiva y camisetas, cumpliendo así un sueño que lo ha acompañado desde que podía sostener un lápiz y gritar un gol.

Este tipo de historias nos recuerdan por qué es tan importante abrir espacios para el talento emergente y fomentar la colaboración.

Cuando reunimos diferentes perspectivas, habilidades y experiencias, logramos piezas que trascienden y generan impacto.



Fotografía: Atlético de San Luis



"WHERE THE WILD WEST MEETS THE COSMOS"



FASHION
COWLACTIC

COMMING SOON...

THE MX HUB X LISTO PISTO

Pop Up



FASHION STREET

DJ SET/DRINKS/ARTE/ SHOP & WIN

18 DE MAYO

A PARTIR DE LAS **2 PM**

LISTO PISTO: PASAJE SONIA,
4TA Y 5TA 1037, AV.
REVOLUCIÓN, ZONA CENTRO

PAVI
ITALY

Sneak
Fde

--- TRILLA

CROMOX
CROMOX



tv azteca[®]
baja california

Una Voz con Propósito en los Medios de Comunicación:

SAHARA

M E D E L L Í N

Sahara Medellín es una comunicadora con una trayectoria en ascenso dentro de los medios de comunicación. Actualmente, se desempeña como conductora de **"Hechos AM Baja California"** y del programa **"De Bajada"** de la cadena de televisión TV Azteca Baja California, donde demuestra su carisma y capacidad para conectar con el público. Su formación académica en Mercadotecnia y Comunicación Multimedia en la Universidad José Vasconcelos le permitió explorar diferentes ámbitos de la comunicación. Sin embargo, con el tiempo descubrió que su verdadera vocación estaba en el marketing y la comunicación, lo que le permitió desarrollar una base sólida para su carrera.

Desde siempre, ha sentido una pasión innata por la comunicación. Sin embargo, **su verdadera motivación nació de una reflexión personal sobre su adolescencia, una etapa en la que sintió la falta de referentes con los que pudiera identificarse.** Consciente de esta carencia, decidió convertirse en la figura que hubiera querido tener en su juventud. Su objetivo es inspirar a otros y ser un modelo positivo para quienes buscan una voz auténtica en los medios.

Sahara ha dejado claro que su trabajo no está impulsado por el ego o la competencia. **En su filosofía, hay espacio para todos en el camino del éxito, sin necesidad de recurrir a una competencia destructiva.** Además, le apasiona visibilizar temas sociales y de protección animal, utilizando su plataforma para generar conciencia y promover el cambio. Su intención no es proyectar una imagen inalcanzable, sino mostrar su autenticidad y conectar con su audiencia desde la empatía.

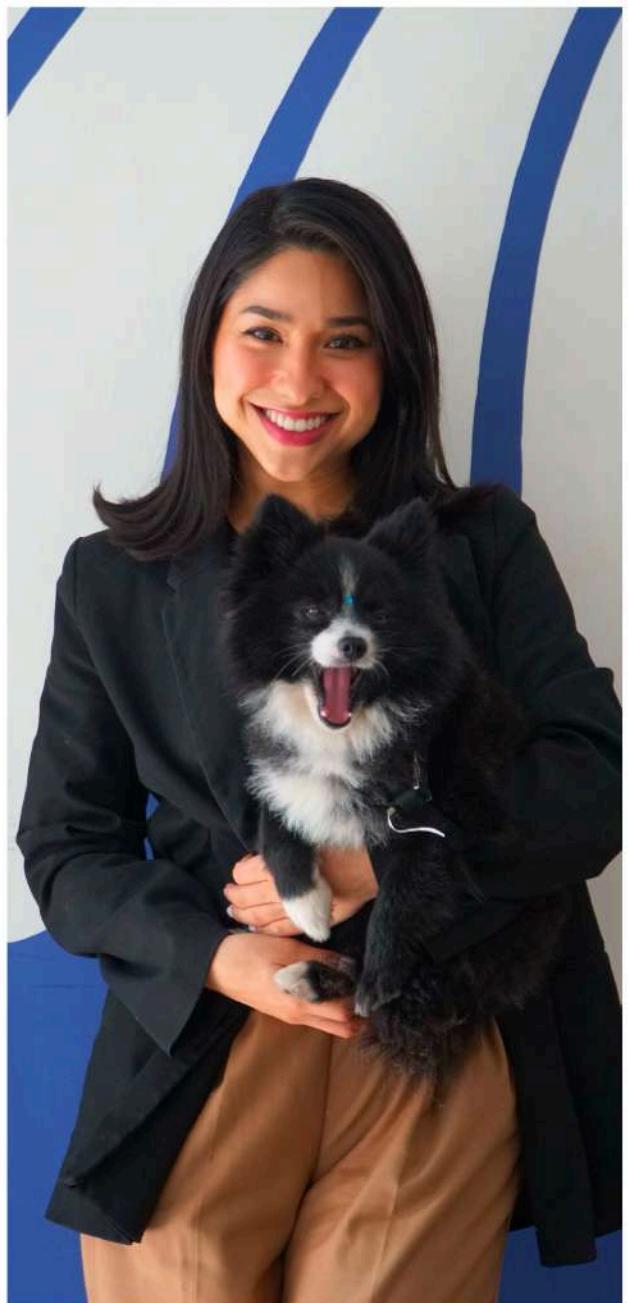


EL GIRO INESPERADO QUE LA LLEVÓ A TV AZTECA

En 2025, cuando Sahara enfrentaba un periodo desafiante en su vida, recibió una llamada inesperada de TV Azteca. **La televisora mostró interés en ella por su autenticidad y estilo de comunicación, lo que la tomó por sorpresa.** Este momento marcó un antes y un después en su carrera, dándole la oportunidad de demostrar su talento en un medio nacional y en un ambiente laboral que ha resultado ser positivo y enriquecedor.

Trabajar en una plataforma nacional ha traído consigo nuevos desafíos para Sahara. **La exposición mediática le ha exigido mantener ciertos estándares de imagen y profesionalismo, lo que en un principio generó inseguridades.** Sin embargo, ha trabajado seguridad personal, **logrando fortalecer su identidad y no dejarse influenciar por críticas externas.** A nivel profesional, su enfoque está en representar de manera digna a su equipo y mantener la calidad de su trabajo.

Considera que la seguridad en uno mismo es un proceso constante. Sabe que está en TV Azteca por sus propios méritos y que las críticas siempre existirán. Su filosofía de vida se basa en la lealtad, no solo en las relaciones interpersonales, sino en la fidelidad a uno mismo y a los propios valores. Para ella, la verdadera traición es renunciar a lo que se cree por conveniencia o presión externa.



Más allá de su carrera en los medios, Sahara tiene un fuerte sentido de conciencia social. Se siente responsable de alzar la voz por quienes no tienen espacio para hacerlo, denunciando injusticias y promoviendo cambios significativos en la sociedad. Su compromiso va más allá de la crítica: busca generar impacto real y contribuir a la construcción de un mundo más justo y equitativo.



Sahara sueña con que su voz sirva como un puente entre la sociedad y las instituciones capaces de generar cambios reales. Le gustaría explorar nuevos formatos de comunicación para ampliar su alcance e inspirar a más personas a informarse y actuar. Su visión va más allá del presente, pensando en el impacto que sus acciones pueden tener en las futuras generaciones.

“La clave del crecimiento personal y profesional es atreverse a cuestionar, pensar diferente y alzar la voz cuando algo no está bien.”

“La evolución comienza con la conciencia y la acción, y el cambio siempre empieza con una idea.”

“A quienes buscan su camino, les aconsejo no temerle al error, sino verlo como una oportunidad de aprendizaje y mejora constante.”

“La vida no se trata de lamentarse por el pasado, sino de construir un futuro con las lecciones aprendidas.”



MERCEDES-BENZ
FASHION WEEK
MÉXICO



**El futuro de la moda en México:
¿Qué sigue tras la salida
de Mercedes-Benz de
Fashion Week?**

Por: Vanessa Bañuelos

@InnovamodaMagazine

El reciente anuncio sobre la desvinculación de Mercedes-Benz como patrocinador de Fashion Week México ha generado un gran revuelo en la industria. Tras 17 años de alianza, la relación que ayudó a posicionar la moda mexicana en el panorama internacional llega a su fin, dejando una pregunta en el aire: ¿Qué sigue para la plataforma y la industria en general?





Desde mi experiencia en el ámbito de la moda y el tema de patrocinios, **veo este cambio no como una pérdida, sino como una gran oportunidad**. En la industria de la moda, como en cualquier otra, **la evolución es clave**. La salida de un patrocinador de esta magnitud abre la puerta para que Fashion Week México refresque su plataforma y atraiga a nuevos aliados estratégicos que aporten una visión innovadora y alineada con las tendencias actuales del mercado.



Si bien la presencia de Mercedes-Benz brindó prestigio y solidez, su salida no significa una debacle. Al contrario, este es el momento perfecto para que Fashion Week México explore nuevas narrativas, conceptos y asociaciones que puedan redefinir la identidad del evento. ***¿Será el momento de sumar a una marca de lujo mexicana? ¿O tal vez de apostar por un patrocinador más ligado a la tecnología y la sostenibilidad, tendencias que están marcando el futuro de la moda?***

Más allá de lo que suceda con la plataforma en sí, este cambio también tiene un impacto importante en los diseñadores y en la industria en general. Cuando un evento de esta magnitud entra en una fase de transformación, los creativos comienzan a buscar nuevas herramientas y espacios sólidos de exposición. ***Aquí es donde plataformas emergentes y consolidadas como InnovaModa tienen la oportunidad de posicionarse como una alternativa confiable y atractiva para el talento nacional.***

Los diseñadores, más que nunca, necesitan espacios que les ofrezcan visibilidad, proyección internacional y apoyo comercial. ***Este es el momento de fortalecer las plataformas que ya existen y abrir nuevas puertas para la moda mexicana.*** La pregunta clave es: ***¿quién tomará el liderazgo en esta nueva etapa?***

Este es un punto de inflexión para la industria, y aquellos que sepan leer el momento y adaptarse con rapidez serán los que logren capitalizar el cambio. Lo cierto es que la moda en México sigue en movimiento, y aunque una era termina, otra está por comenzar. ¡Estemos atentos a lo que viene!



Vanessa Bañuelos
Directora de InnovaModa





MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MÉXICO





InnovaModa

RECONOCIENDO A LAS

MUJERES LÍDERES Y ALIADAS

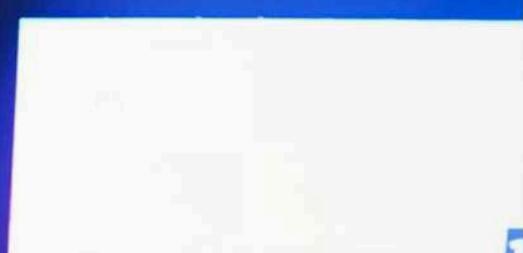
DE INNOVAMODA

Por: Vanessa Bañuelos



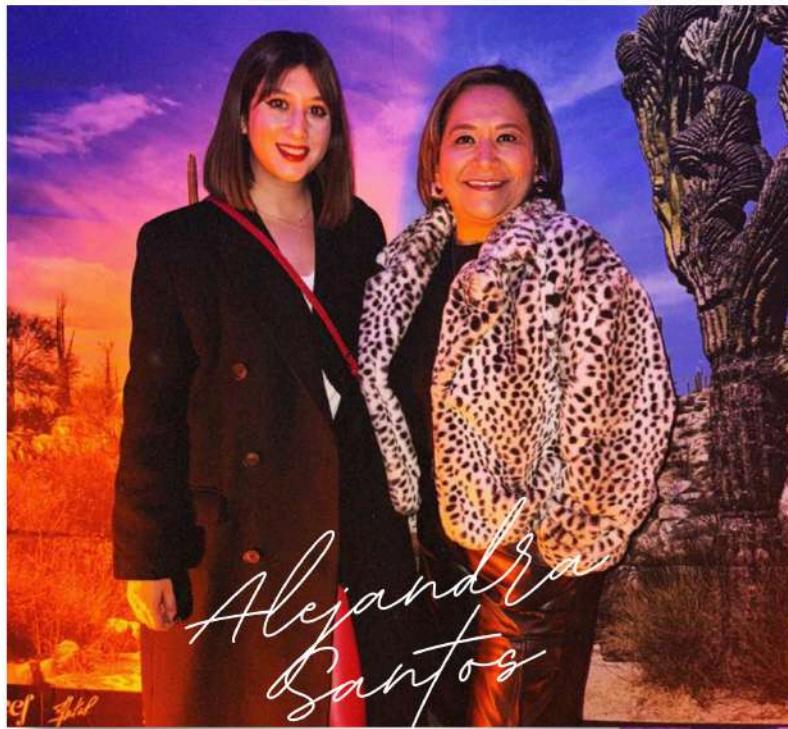
En InnovaModa, creemos firmemente en el poder del liderazgo femenino y en la importancia de reconocer a las mujeres que con su esfuerzo, pasión y compromiso impulsan el desarrollo de nuestra comunidad. En esta ocasión, queremos destacar y felicitar a tres mujeres extraordinarias que han sido aliadas clave de nuestra plataforma y cuyo impacto en Tijuana y Baja California es innegable.

RØDE



"PROMOViendo LA CREATIVIDAD Y LA IDENTIDAD FRONTERIZA"

ALEJANDRA *Santos*
VICEPRESIDENTA DE TIJUANA INNOVADORA



Alejandra Santos es una mujer que ama profundamente Tijuana, una ciudad que, en sus palabras, le cambió la vida. Como Vicepresidenta de Tijuana Innovadora, ha dedicado más de una década a promover la creatividad y la calidez de la gente de nuestra región. Su trabajo en comunicación, atención a medios y la coordinación de proyectos emblemáticos como el Paseo de la Fama de Tijuana han sido fundamentales para posicionar a nuestra ciudad como un epicentro de talento y oportunidades. Además, su compromiso con la profesionalización del sector la ha llevado a formar parte de organizaciones como el Colegio de Publirrelacionistas de BC, Comunicadores de BC, Colectivo Mujeres de Colores y Aliadas Mujer Pyme Inspira.





“INNOVACIÓN EN LA HOSPITALIDAD Y EL MODELAGE”

MARTHA

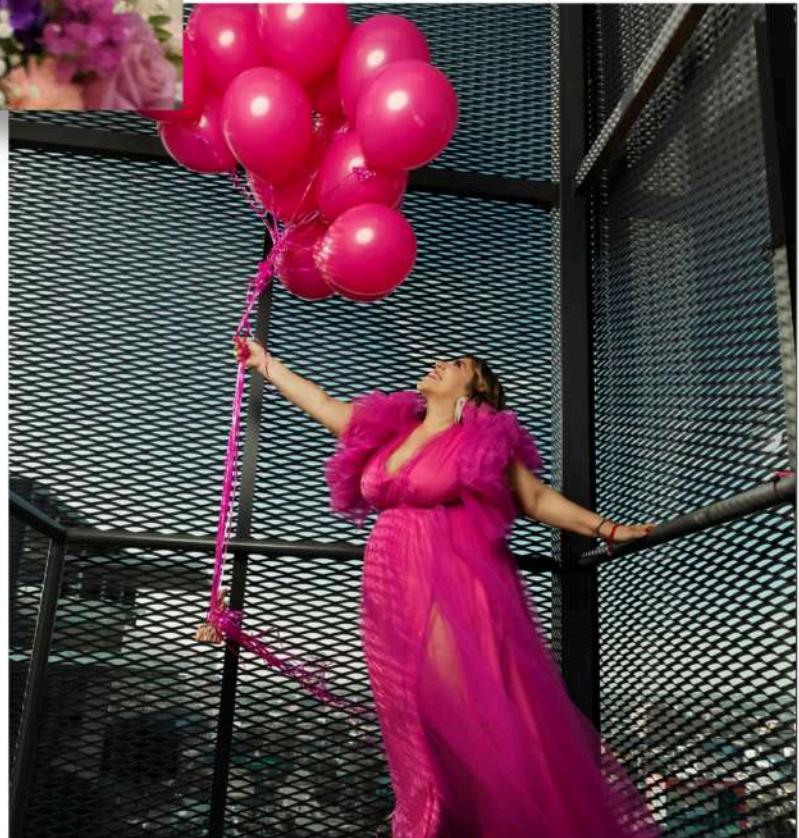
Martínez

PRESIDENTA DE LA ASOCIACIÓN DE HOTELES DEL NOROESTE

InnovaModa | p.35



Con más de 26 años de experiencia en la industria hotelera, **Martha Domínguez es una referente en el sector de turismo y mercadotecnia en Baja California**. Actualmente, se desempeña como Directora Comercial de los Hoteles Corona, gestionando tres hoteles a su cargo. Su pasión por compartir conocimiento la ha llevado a ser docente de la Facultad de Turismo y Mercadotecnia por más de 15 años, inspirando a nuevas generaciones de profesionales en la industria.



Pero su impacto no termina ahí. **Martha también es modelo plus size desde hace más de tres años, promoviendo la inclusión y la confianza en las mujeres a través del modelaje**. Además, ha roto barreras al convertirse en la primera mujer presidenta de la Asociación de Hoteles del Noroeste y actualmente lidera la comisión de hospedaje de Tianguis Turístico, el evento más importante de México para la proyección del turismo a nivel mundial. Su energía, alegría y amor por los retos la convierten en una inspiración para muchas mujeres que buscan destacarse en múltiples ámbitos.



"VISIBILIDAD, LIDERAZGO Y EMPRENDIMIENTO GASTRONÓMICO"

LUPITA

ABOGADA & EMPRESARIA



El liderazgo femenino es esencial para la transformación y crecimiento de nuestra sociedad, y Lupita Gil es una prueba de ello. De profesión abogada, ha demostrado que las mujeres pueden destacar en distintos sectores, combinando su conocimiento legal con una gran visión empresarial. Es una emprendedora destacada en el sector gastronómico y, junto a su esposo David Alarcón, ha fundado varios restaurantes que han dejado huella en la escena culinaria de la región.

Su trayectoria en el mundo empresarial ha demostrado la importancia de hacer visibles a las mujeres en los negocios, fomentando espacios de liderazgo y empoderamiento. Su ejemplo nos recuerda que ser empresaria va más allá de dirigir una empresa: se trata de inspirar, abrir caminos y fortalecer redes de apoyo para que más mujeres logren sus objetivos.



VFWMx: las siglas del nuevo capítulo de la moda mexicana

Por: Carolina Chávez Rodríguez



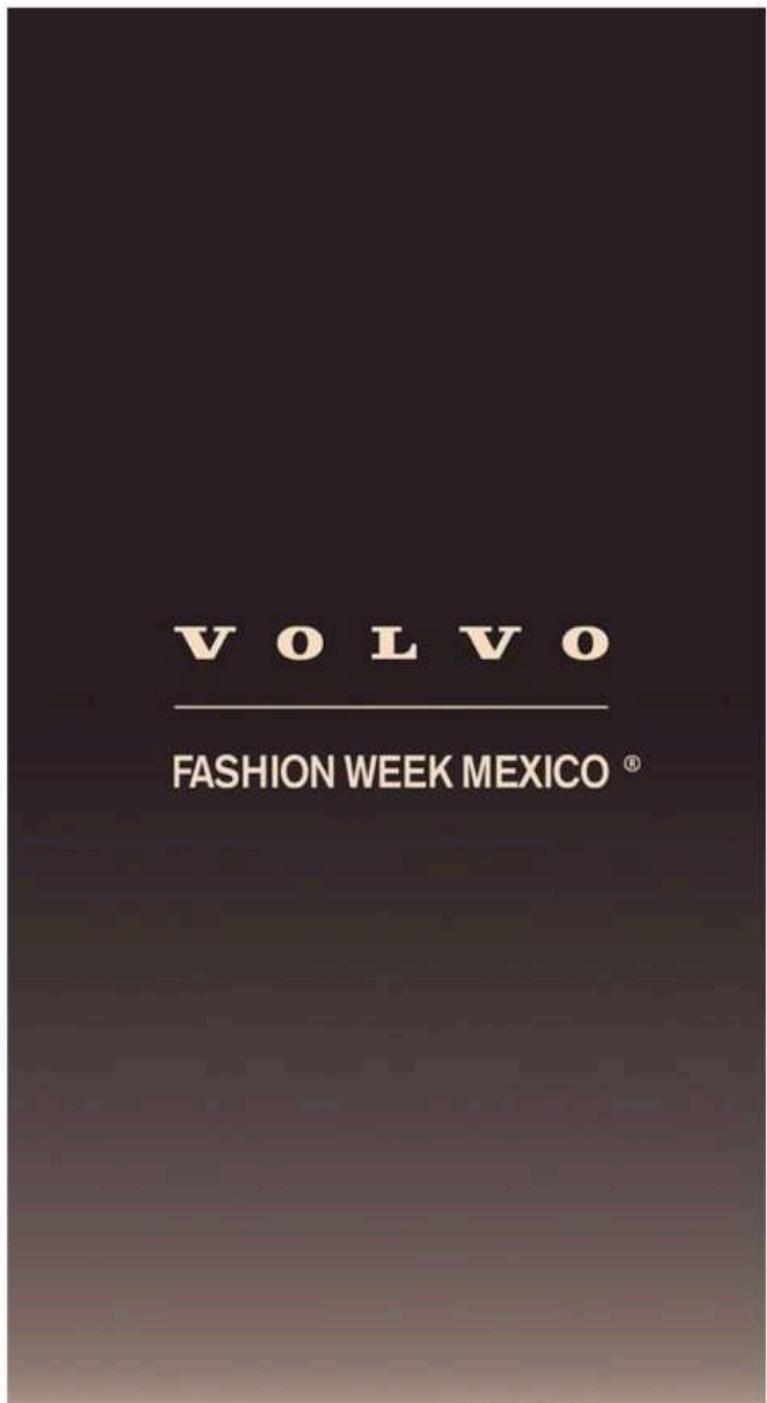
Como en toda industria creativa, la máxima sigue siendo clara y brutal: renovarse o morir. Algunas transformaciones son discretas, casi silenciosas. **Pero otras, como la que atraviesa hoy Fashion Week México, implican un rebranding de alto calibre.**

Un cambio de apellido.

En semanas recientes ya se comentaba sobre la transición, pero los detalles permanecían a discreción. Hoy, la duda se disipa: el nuevo patrocinador de una de las plataformas más influyentes del país —con alcance internacional y mediático comprobado— es Volvo Car México.

Según lo anunciado, esta nueva sinergia se construirá desde el impulso al talento emergente y una celebración del diseño hecho en México. Pero el verdadero interés está en cómo Volvo añadirá compromiso con la sustentabilidad y visión de lujo contemporáneo, además de proponer sus versiones de exclusividad y proyección ambiental.

Como carta de presentación, VFWMx lanzó una campaña protagonizada por el actor mexicano y embajador de la marca Alberto Guerra, junto a la modelo brasileña Isabelli Fontana, con una estética “desenfadadamente sofisticada”, narrativa aspiracional y un aire cool intelectual.





En exclusiva para InnovaModa, Gustavo Vega, PR Executive de COLORS, nos comparte:

"Nos va a permitir ser más dinámicos. **Con Volvo tendremos una nueva pauta para dar la bienvenida a diseñadores que están en el 'raising up', y Fashion Week será clave para posicionarlos.** Se viene una dualidad interesante entre quienes ya están consolidados y los que están por irrumpir."

"YA NO SEREMOS SOLO ESA PLATAFORMA DE LUJO, PULIDA Y APARENTEMENTE INTOCABLE. AHORA VAMOS A MOVERNOS, A CONSTRUIRNOS CON LA CIUDAD Y SU ESPONTANEIDAD".

Gustavo Vega-
PR Executive de COLORS

Y es que no podemos olvidar, que los límites de un proyecto casi siempre están determinados por quien lo financia. Y es justo ahí donde se pone interesante:

¿SERÁ POSIBLE Y TANGIBLE ABRIR ESPACIO REAL PARA LA PLURALIDAD DE VOCES, REGIONES Y CUERPOS?

Porque lo cierto es que la moda mexicana no empieza ni termina en CDMX. Y si hablamos de lujo y diversidad cultural, Baja California —con su riqueza creativa, gastronómica y visual— merece más que una mención de cortesía.

El año pasado fuimos testigos de un ejercicio valiente: MBFW Los Cabos, una edición que, con todos sus desafíos, logró emocionar. Ahora, ojalá este nuevo capítulo nos acerque a Baja Norte, con sus vientos jóvenes y sus códigos estéticos tan afines al lujo desacartonado que propone esta nueva era de Fashion Week con Volvo.

La primera edición de Volvo Fashion Week México se llevará a cabo del 5 al 9 de mayo.

Seguiremos atentxs.
Y sí, también con las luces largas encendidas.





InnovaModa



innovamodamx

CONOCE MÁS SOBRE INNOVAMODA

SÍGUENOS EN NUESTRAS REDES SOCIALES



@innovamodamx: Nueva editorial!

@InnovaModaMx





















A photograph showing a close-up of a person's legs and feet standing on a sidewalk. To the right, there is a large, brightly colored orange wall or sign. On the sign, the word "BOFO" is printed in white capital letters, and below it, the word "tip" is also printed in large white letters. A metal chain hangs vertically from the top right corner of the sign.

BOFO

tip





DIPLOMADO EN

LIDERAZGO

UNDÉCIMA EDICIÓN - DON GASTÓN LUKEN



JUNIO -
NOVIEMBRE
MODALIDAD PRESENCIAL



DOIT BUSINESS CENTER

José Clemente Orozco 10093-1A, Zona
Urbana Rio Tijuana



Estudios sin RVOE ante la SEP en cumplimiento del
artículo 150 de la Ley General de Educación.



Más Información

ivonne.barrera@tijuanaeinnovadora.com



Contactanos

@liderestj

DIRECTORIO DE MARCAS



INNOVAMODA
FASHION MAGAZINE



 **InnovaModa**

info@tijuanainnovadora.com
@tjinnovadora



 **Tijuana
Innovadora**

info@tijuanainnovadora.com
@tjinnovadora



THE MX HUB

themxhub@gmail.com
@the.mxhub



 **SUNiO**
RESTAURANT & BEACH CLUB

@suniobeachclub



 **CASTILLOS
DEL MAR**

@castillosdelmar



 **Arte en la
Industria**

@arteenlaindustria



 **Líderes**

voluntarios@tijuanainnovadora.com
@liderestj



 **ASPID PRO**
COSMÉCEUTICA PROFESIONAL
BAJA CALIFORNIA

@aspidpro_tijuana
@Aspidpro Tijuana

PROYECTO DESARROLLADO POR TJ LAB

El mejor espacio para
desarrollar tu emprendimiento

Servicios

ANÁLISIS EMPRESARIAL INTERNO Y EXTERNO

IDENTIDAD (BRANDING) CREACIÓN Y EDICIÓN DE CONTENIDO

VIDEOS Y FOTOS EMPRESARIALES

MANEJO DE REDES SOCIALES (SEGMENTACIÓN + CAMPAÑAS)

@TJLAB_