

TRIMESTRE

PAG. 8 TRIMESTRE EMPRESARIAL

Las principales noticias que han protagonizado el negocio de la moda en abril, mayo y junio.

PAG. 10 BACK STAGE

El Corte Inglés: 100 millones para ensayar su centro del futuro.

PAG. 16 ENTORNO

La moda española se hunde en Europa en el primer trimestre.

PAG. 18 MERCADO

Elecciones en España y más incertidumbre en Europa.

PAG. 22 INMOBILIARIO

La evolución de los ejes *prime* en el primer trimestre.

PAG. 40 ECOMMERCE

El ticket medio de la moda online se afianza en los 60 euros.

PAG. 44 BOLSA

Nuevo récord histórico del SIMB35, que supera los 20.000 puntos.

PAG. 56 REPORTAJE

El diseño de moda español, más internacional: las ventas en el exterior superan el 25%.

PAG. 60 ¡EXTRA!

Observatorio de la moda en España: personal de la tienda, del dependiente al embajador.

PAG. 64 REPORTAJE

El ecommerce sigue al alza y copa ya el 7,4% de las ventas de moda en España.

PAG. 88 GALAXIA

Los movimientos en las cúpulas internacionales en el último trimestre.

PAG. 112 FERIAS Y PASARELAS

Reposo a los principales salones y pasarelas del mundo.

ARTÍCULOS

LIGHTBOX

Carlos Crespo, un número dos para el número uno.

PAG. 46

**VINTAGE**

Conspiración monárquica, toros o el privilegio blanco, la historia de la mantilla.

PAG. 104

PAG. 14 START UP

Neworder Midnight: la cosmética y la moda eco que seducen a Instagram.

PAG. 19 TERRITORIO

República de Polonia, creciente mercado para la moda en Europa.

PAG. 24 COMERCIO

Abanicos Carbonell, dos siglos combatiendo el calor desde Valencia.

PAG. 26 METRÓPOLIS

Sidney: sol, playa, y centros comerciales.

PAG. 62 EMPRESA

Munich: sobrevivir a Nike y Adidas en el deporte nicho y la moda.

PAG. 68 DISEÑO

Gabriela Hearst, el lujo campestre que atrajo a LVMH.

PAG.70 INDUSTRIA

Lisa, de fabricar medias a cordones: cien años de adaptación.

PAG.72 TECNOLOGÍA

El batallón techie de los gigantes del lujo.

PAG.106 RSC Y MEDIOAMBIENTE

Dolores Promesas y Ana Bella, historias de empoderamiento de la mujer.

PAG.108 EL ARTESANO

Mr. Handcraft, el fabricante de piel *made in Ubrique*.

PAG.110 CULTURA

Del kimono al poncho: cuando lo regional saltó a la calle.

OPINIÓN

PAG.12 OPINIÓN ILUSTRADA

RRHH, People first, Felicidad, Talento... Mucho tiempo para el nombre y poco para las personas.

PAG.92 TRIBUNA

Marta Rey (UAC) reflexiona sobre la formación de moda en España.

PAG.94 TRIBUNA

Javier de Rivera analiza el papel de los equipos de tienda.

PAG.98 TRIBUNA

Isabel Blasco (Interbrand) aborda la importancia del mercado mexicano.

PAG.100 TRIBUNA

Christian Meyer (Bexfy) da las claves del rol de la tecnología en la moda.

PAG.102 TRIBUNA

Victor Fabregat repasa el impacto de la guerra comercial.

PERSONAS

PAG.20 SECTOR

Eduardo Ceballos, presidente de la Aocc.

PAG.28 ENTREVISTA

Carina Szpilka, presidenta de Adigital.

PAG.42 COMMUNITY MANAGEMENT

Jorge Yago, director de ecommerce y digital de Tendam.

PAG.82 AFTERWORK

Francisco Algás, gestionar el riesgo.



PAG.84 #SELFIE

Remi Vernay, director general de Petit Bateau en España.

PAG.86 CV

De Diego Sebastián en Mango a Juan Cabanas en El Ganso.

PAG.90 DIXIT

Cuatro frases de los protagonistas del último trimestre.

PAG.114 VEINTE PREGUNTAS

Agustín Solari, director general de Lolita Pocket.

PAG.116 PERFIL

Yvon Chouinard, la materia de las cosas.

Radiografía del negocio de la óptica en el mundo

74

FACTS & FIGURES

PAG.74

