

Els canvis de la indústria de la moda i el tèxtil als EUA, Europa i el Japó

5

Sumari



Sumari

| | |
|---|-----|
| Resum executiu | 7 |
| 1. Introducció | 33 |
| 2. Anàlisi de la demanda en els mercats seleccionats | 39 |
| 2.1. Mercats del Japó, els Estats Units i Europa | 39 |
| 2.2. Comerç mundial | 43 |
| 2.3. Tendències del consumidor | 65 |
| 2.4. Agents rellevants | 78 |
| 2.5. DAFO dels mercats | 87 |
| 3. Anàlisi de l'entorn macroeconòmic i regulatori als mercats seleccionats | 91 |
| 4. Comprensió i modelització de la cadena de valor del sector tèxtil i sectors adjacents | 105 |
| 5. Tendències observades en els agents de la cadena de valor | 113 |
| 5.1. Gestió de la cadena de subministrament | 118 |
| 5.2. Subcontractació/multilocalització | 120 |
| 5.3. Bon govern i responsabilitat social corporativa | 121 |
| 5.4. Innovació | 122 |
| 5.5. Disseny | 126 |
| 5.6. Marca | 127 |
| 5.7. Proximitat i gestió de clients | 128 |
| 6. Anàlisi d'alternatives i escenari competitiu per a les empreses catalanes del sector respecte de tercers països | 133 |
| 6.1. Aprovisionament matèries primeres | 138 |
| 6.2. Disseny | 139 |
| 6.3. Fabricació | 139 |
| 6.4. Mercats objectiu | 140 |
| 6.5. Consumidors | 141 |
| 6.6. Internet | 142 |

| | |
|--|------------|
| 6.7. Branding | 142 |
| 6.8. Efecte Xina | 143 |
| 6.9. Anàlisi financera | 144 |
| 7. Conclusió i recomanacions | 151 |
| 7.1. Opcions d'estructura i cadena de valor per les empreses | 152 |
| 7.2. Opcions d'estratègia de negoci per a les empreses | 156 |
| 7.3. Recomanacions d'estratègia operativa per a les empreses | 159 |
| 7.4. Recomanacions sobre mercats objectiu | 162 |
| 8. Bibliografia | 165 |