

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Chicago

Notas Sectoriales

El mercado de la herramienta de mano en Estados Unidos de América

The logo for ICEX, consisting of the letters 'ICEX' in a bold, white, sans-serif font, centered within a solid red square.

ICEX

El mercado de la herramienta de mano en Estados Unidos de América

Este estudio ha sido realizado por Carmen Fernández Carro, becaria IDEPA, bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Chicago

Marzo 2005

ÍNDICE

I. CONCLUSIONES	4
II. DEFINICION DEL SECTOR	6
1. Delimitación del sector	6
2. Clasificación arancelaria	6
III. OFERTA	8
1. Tamaño del mercado	8
2. Producción local	9
3. Importaciones, exportaciones y balanza comercial	11
IV. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA	14
V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	16
VI. DISTRIBUCIÓN	17
VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	21
VIII. ANEXOS	24
1. Empresas	24
2. Estándares americanos para la herramienta de mano	28
3. Ferias	29
4. Publicaciones del sector	30
5. Asociaciones	31
6. Otras direcciones de interés	31
IX. PRECIO MEDIO	32

I. CONCLUSIONES

Se prevé que el mercado estadounidense para las herramientas de mano (incluidas las eléctricas) alcanzará los 15,4 miles de millones de dólares en el 2007. Las ganancias en este sector vendrán dadas por un mayor gasto por parte de los consumidores destinado a las mejoras del hogar (bricolaje), el creciente interés por las actividades “Do It Yourself” (hazlo tu mismo) y la llegada de nuevos productos, más ergonómicos, dirigidos especialmente a la mujer.

Hoy en día, las herramientas de mano, permiten a los profesionales trabajar de manera más eficiente, cómoda y segura de lo que podían hacerlo hace apenas unos años. Esto resulta en una mayor productividad, trabajos de mayor calidad, menor fatiga y menos lesiones musculares en los trabajadores. Los profesionales demandan herramientas con diseños ergonómicos, con mangos blandos que encajen cómodamente en sus manos y maximicen la fuerza que están usando al trabajar. Quieren herramientas ligeras y duraderas. También requieren herramientas que les protejan a la hora de trabajar con materiales a altas temperaturas o que transmitan electricidad. Asimismo, otro factor que ha impulsado la utilización de estas herramientas, menos propensas a causar daños, ha sido el coste de los accidentes laborales.

En cuanto a los materiales, podría decirse que el mercado va hacia aquellos más ligeros como el aluminio, el magnesio, el titanio o el cromo sustituyendo al acero, material más utilizado con anterioridad.

Otra tendencia es que las herramientas eléctricas vayan sustituyendo a las herramientas de mano tradicionales.

En los últimos cinco años, la logística integral o Supply-Chain Management, un nuevo sistema de herramientas de automatización de la gestión que ayuda a racionalizar el flujo de información y productos a través de la cadena de suministro, ha comenzado a consolidarse en la industria del bricolaje y de productos de construcción. Según una encuesta de la revista *Home Channel News* de enero de 2003, un 59% de las empresas encuestadas estaban llevando a cabo actualizaciones o implantaciones de sistemas de tecnología en ese sentido.

Empresas líderes del sector tales como Lowe's, Ace Hardware Corp., o The Home Depot están instando a sus proveedores a que se inscriban en el nuevo sistema de transmisión de datos UCCnet. UCCnet es una organización sin ánimo de lucro que ofrece registro de productos y sincronización de datos entre empresas de un mismo sector, basándose en estándares desarrollados por esta industria. Actualmente hay más de 3.800 empresas ya inscritas. (<http://www.uccnet.org/>).

EL MERCADO DE LA HERRAMIENTA DE MANO EN ESTADOS UNIDOS

Uno de los temas de actualidad dentro de la industria del bricolaje es la saturación del mercado de los *big boxes*¹. Según un estudio realizado por la consultora Merrill Lynch, este mercado alcanzaría cuotas de saturación en el plazo de uno a dos años si se continúa con el ritmo de apertura de tiendas de Home Depot y Lowe's. Para la consultora, en el mercado estadounidense hay cabida para 2.476 tiendas de este tipo, y ahora Home Depot, Lowe's y Menards ya suman más de 2.400. Los grandes centros de bricolaje han ido añadiendo tiendas a un paso más rápido que el crecimiento de las ventas, con lo cual la productividad del espacio de venta – ventas por m²- ha descendido.

El mercado americano es muy amplio y la información es abundante, sin embargo la mayoría de las veces resulta difícil hacerse un hueco en él debido a la enorme competencia existente y otros factores concurrentes, como puede ser lo estricto de las normativas de seguridad y homologaciones. Es por ello que la decisión de afrontar este mercado sólo debe tomarse tras una planificación seria por parte de la empresa española de la estrategia que va a seguir, de su posicionamiento en el mercado, y de sus objetivos a corto, medio y largo plazo.

Factores como la adaptación del producto, traducción de manuales y publicidad específica son fundamentales; no hay que olvidar que es un país con unas dimensiones continentales y unos hábitos y cultura empresarial diferentes, y nuestra falta de adecuación significará que los clientes potenciales se decanten por la competencia. Es primordial hacerles comprender las ventajas de nuestro producto (ahorro, mejoras en su rendimiento, etc.). El cliente valora enormemente la atención que recibe, siendo este un factor decisivo para que nos confíe sus próximas inversiones.

¹ Término utilizado para designar a aquellos minoristas con espacios tipo almacén (minoristas o “grandes superficies”: 7.900-14.000 m²). A diferencia de unos grandes almacenes o “mass merchant”, los “big boxes” dedican todo su espacio a una sola categoría de productos. Con su gran tamaño, ofrecen un gran surtido que excede con creces la oferta de los minoristas convencionales. Venden sobre la base de bajos precios y una plantilla preparada. Ejemplo de big boxes son Home Depot, Lowe's o Menards.

II. DEFINICION DEL SECTOR

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

Esta nota estudia el sector de la herramienta de mano en los Estados Unidos de América, según viene definido por la clasificación industrial estadounidense NAICS².

El código NAICS que recoge esta gama de productos es el 332212, que comprende la fabricación de herramientas de mano (*Hand and edge tool manufacturing*) y que es el que vamos a estudiar más en detalle. No se tratarán las herramientas eléctricas, que vienen recogidas en un código NAICS diferente, más que a través de menciones en conexión con nuestro objeto de estudio principal, por estar ambas categorías relacionadas.

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Este sector comprende una gran variedad de productos. Nos vamos a centrar en las partidas arancelarias que las autoridades estadounidenses asocian al NAICS 332212, siguiendo el sistema estadounidense HTS o Harmonized Tariff Schedule (que coincide con la clasificación Taric europea en los seis primeros dígitos). Hay que aclarar que, aunque dicho código NAICS engloba algunas subpartidas (de los productos no destinados a trabajar metales) dentro de la partida HTS/Taric 8207 (accesorios para herramientas y máquina herramienta), la mayor parte de éstas vienen recogidas en otros códigos NAICS específicos, que **no** vamos a tratar en esta nota, al ser un sector diferenciado, en concreto:

- 333514 Special Die and Tool, Die Set, Jig, and Fixture Manufacturing
- 333515 Cutting Tool and Machine Tool Accessory Manufacturing

² La nomenclatura NAICS (North American Industry Classification System) se usa en los países del área NAFTA (North American Free Trade Agreement): Estados Unidos, Canadá y México. (NAFTA = TLCNA, Tratado de Libre Comercio de Norte América). Conversiones con el HTS en: http://dataweb.usitc.gov/scripts/commod_select.asp

EL MERCADO DE LA HERRAMIENTA DE MANO EN ESTADOS UNIDOS

HTS ³	DESCRIPCIÓN
8201	Layas, palas, azadas, picos, binaderas, horcas, rastrillos y raederas, hachas, hocinos y herramientas similares con filo, tijeras de podar cualquier tipo, hoces y guadañas, cuchillos para heno o para paja, cizallas para setos, cuñas y demás herramientas de mano, agrícolas, hortícolas o forestales.
8203	Limas, escofinas, alicates (incluso cortantes), tenazas, pinzas, cizallas para metales, corta tubos, corta pernos, sacabocados y herramientas similares, de mano.
8204	Llaves de ajuste manuales (incluidas las llaves dinamométricas); cubos intercambiables, incluso con mango.
8205	Herramientas de mano (incluidos los diamantes de vidrio) no expresadas ni comprendidas en otras partidas, lámparas de soldar y similares, tornillos de banco, prensas de carpintero y similares, excepto los que sean accesorios o partes de máquinas herramientas, yunques, fraguas, portátiles, muelas de mano o de pedal, con bastidor.
8206	Herramientas de dos o más partidas 8202 a 8205, acondicionadas en juegos para la venta al por menor.
820730*	Útiles de embutir, de estampar o de punzonar
820750*	Útiles de taladrar
820790*	Los demás útiles intercambiables
8208	Cuchillas y hojas cortantes, para máquinas o para aparatos mecánicos. (Se incluyen todas las subpartidas, excepto la 820810, para trabajar metales).
8210	Aparatos mecánicos, accionados a mano, de 10 Kg. de peso máximo, del tipo de los utilizados para preparar, acondicionar o servir alimentos o bebidas.
851511	Soldadores y pistolas para soldar
901730	Micrómetros, calibradores, calibres
901780	Los demás instrumentos
901790	Partes y accesorios

Fuente: Taric y elaboración propia

* sólo algunas subpartidas

³ HTS: Harmonized Tariff Schedule, código arancelario estadounidense disponible en <http://www.usitc.gov/tata/hts/other/dataweb/>

III. OFERTA

1. TAMAÑO DEL MERCADO

El análisis del cuadro que se muestra a continuación nos lleva a las siguientes conclusiones dentro del sector de la herramienta de mano. Tras una caída general en el año 2001, la producción ha seguido disminuyendo, mientras que las importaciones han vuelto a la senda del crecimiento en los años posteriores, produciéndose más altibajos en las exportaciones. No se han publicado todavía datos sobre la producción de los últimos dos años para el NAICS 332212, por lo tanto no podremos calcular el consumo aparente para estos dos años.

NAICS 332212 HERRAMIENTA DE MANO EN EE.UU.

en miles de dólares

	2000	2001	2002	2003	2004	% 2000-2004
Producción	7.375.433	6.800.322	6.793.268	S.D.	S.D.	--
+Importaciones	1.802.481	1.736.261	1.887.650	2.006.017	2.214.149	22,84%
-Exportaciones	1.076.885	986.641	985.426	1.007.789	1.180.212	9,59%
Consumo aparente⁴	8.101.029	7.549.942	7.695.492	S.D.	S.D.	--

Fuente: US Census, US ITC Dataweb. Elaboración propia

Teniendo en cuenta estos datos, podemos decir que el mercado exterior no representa un porcentaje alto en esta industria (un 27% en el 2002) y que en el sector de la herramienta de mano está dominado hasta el momento por la producción nacional, (las exportaciones representan un porcentaje reducido con respecto a la producción del país, concretamente un 14%).

Este panorama ha ido cambiando paulatinamente con la llegada de competidores asiáticos como China y Taiwán, que con sus bajos costes de mano de obra se van situando en posiciones aventajadas con respecto a los productores americanos. Un fenómeno que se viene produciendo es la subcontratación según el modelo O.D.M. (Original Design Manufacturing) según el que la mayor parte del proceso de producción se hace en China y Taiwán (salvo algunos procesos finales) bajo especificaciones y marca estadounidenses.

⁴ No tiene en cuenta las variaciones de existencias (aunque se podría considerar dicha variación casi inapreciable).

EL MERCADO DE LA HERRAMIENTA DE MANO EN ESTADOS UNIDOS

2. PRODUCCIÓN LOCAL

en miles de dólares

Producción Código NAICS 332212 por subsectores	2002
Herramientas para profesionales/operarios	2.465.868
Herramientas cortantes manuales	917.659
Útiles intercambiables para máquinas y herramientas eléctricas	907.479
Herramientas de precisión y medida	692.348
Otras herramientas de mano misceláneas	1.809.914
Herramientas de mano sin motor	6.793.268

Fuente: US Census Bureau. 2002 Economic Census

De estos segmentos, los que observan pérdidas en la producción son los de herramientas para profesionales/operarios y las cortantes, manteniéndose el de herramientas de precisión y medida y creciendo el de útiles intercambiables para máquinas y herramientas eléctricas. Éste último segmento, no obstante, con disparidades regionales (en los estados de Illinois y Michigan bajó en facturación en los últimos cinco años).

HERRAMIENTAS DE MANO EN ESTADOS UNIDOS NAICS 332212

Año	Nº de empresas	Trabajadores	Inversión de capital (miles \$)
2002	1.186	44.893	173.815
2001	1.204	46.728	193.514
2000	1.238	52.204	303.130
1999	1.267	53.188	294.852

Fuente: US Census Bureau. 2002 Economic Census

Como en muchos otros sectores, tanto el número de empresas como el de trabajadores en el país disminuyen con el tiempo: en un 6,4% y un 15,6% respectivamente. La empresa tipo del sector es pequeña (la mayoría de las empresas cuenta con entre 20 y 50 empleados) y con inversiones en cierta forma modestas (unos 200.000 \$/año de media) que se realizan de forma también muy cíclica.

Estado	Zona Geográfica	Nº establ.	Nº empl.	Facturación (miles \$)	Facturación/establ. (miles \$)
Estados Unidos		1.186	44.893	6.793.268	5.727,9
1. Ohio	Medio Oeste	84	3.823	695.576	8.280,7
2. Minnesota	Medio Oeste	33	2.205	546.621	16.564,3
3. Illinois	Medio Oeste	91	4.205	526.789	5.788,9
3. California	Pacífico	160	4.127	526.746	3.292,2
4. Carolina del N	Sureste	28	1.832	385.934	13.783,4

Fuente: U.S. Census Bureau, 2002 Economic Census.

EL MERCADO DE LA HERRAMIENTA DE MANO EN ESTADOS UNIDOS

En cuanto a la distribución de las empresas a lo largo del territorio estadounidense podemos ver en el gráfico anterior que son los estados de la región del Medio Oeste (liderada por Ohio) y la región del Pacífico donde se concentra la producción del país, produciendo estos cuatro estados más del 30% sobre el total. Por detrás de estas 2 regiones y con un 6% de la producción se sitúa, en quinto lugar, el estado de Carolina del Norte, en el Sureste de los Estados Unidos.

El **nivel de concentración de esta industria es medio**. Según los datos de la empresa de estudios de mercado *Ibisworld*, las 4 mayores compañías que operan en este mercado poseen un 20% de la cuota de mercado total. Como resultado de este limitado nivel de concentración, la industria es muy competitiva en precios, con bajos márgenes y dificultades para mantener una cuota de mercado estable.

Las fortalezas de las distintas marcas en el mercado difieren. Así, algunas marcas son percibidas como mejores en calidad, mientras que otras son destacadas por su alto servicio al cliente. Similarmente, algunas compañías cuentan con marcas más fuertes y reconocidas en el sector.

Además de los precios, las bases para la competencia en esta industria son el servicio al cliente, la innovación y unos buenos sistemas de distribución.

La **competencia** se deja sentir en el alto ritmo de innovación en los productos, de manera que se ha acortado su ciclo de vida y los plazos para la investigación y desarrollo de nuevos productos. Esto, unido al crecimiento de las importaciones y la presión sobre los precios y una mayor necesidad de gastos en publicidad y promoción, ha incrementado el riesgo de quiebra de las empresas.

La industria de herramientas de mano y corte se encuentra en la etapa **madura** de su ciclo de vida, por las siguientes razones:

- Son los clientes los que eligen la marca que quieren.
- Las bases de la competencia en esta industria son las características de los propios productos.
- La industria es cíclica por naturaleza, debido a los ciclos en la construcción y el clima.
- El mercado para los productos y servicios de esta industria está segmentado por líneas de productos.
- Existe un mercado de masa para los productos y servicios de esta industria.

Las herramientas de mano y corte se producen para ser almacenadas, no bajo pedido, y se venden desde el inventario. Al contrario que en otras industrias, muy pocos productos se diseñan a la medida de las especificaciones del cliente.

EL MERCADO DE LA HERRAMIENTA DE MANO EN ESTADOS UNIDOS

La volatilidad de la industria, con **fluctuaciones anuales**, es media porque:

- Los resultados de la industria se corresponden con los valores de educación y niveles salariales de los hogares.
- La demanda de utensilios para el jardín está impulsada por los consumidores *do-it-yourself* y su deseo por mejorar sus jardines.
- Los productos de este sector tienen un alto atractivo en el mercado, sin embargo, tienen una larga vida y su compra es poco frecuente.
- Los niveles de inventario mantenidos en las grandes superficies y grandes centros de bricolaje influyen en los niveles de ventas de los fabricantes.

El nivel de empresas extranjeras en este sector es bajo (cubren menos del 25% de la demanda interna), aunque esto está cambiando en los últimos años.

3. IMPORTACIONES, EXPORTACIONES Y BALANZA COMERCIAL

Como ya comentamos anteriormente, el nivel de exportaciones e importaciones en este mercado es medio, sin embargo la tendencia es a que ambos aumenten a lo largo de los años.

IMPORTACIONES DE HERRAMIENTAS DE MANO EN ESTADOS UNIDOS.

NAICS 332212. (En miles de \$)

Ranking	Países	2000	2001	2002	2003	2004	% 03 /04
1	China	452.914	504.277	623.260	725.349	831.088	14,6%
2	Taiwán	476.259	457.425	482.775	505.660	532.250	5,3%
3	Alemania	131.166	115.672	119.636	129.193	137.196	6,2%
4	Japón	187.954	141.166	117.067	106.368	118.489	11,4%
5	México	57.014	73.465	81.435	68.329	83.542	22,3%
6	Canadá	84.503	66.607	79.378	71.064	68.437	-3,7%
7	Reino Unido	71.622	68.947	60.209	59.448	63.483	6,8%
8	Suiza	46.942	34.742	30.692	34.816	40.871	17,4%
9	Italia	46.860	42.829	44.636	43.806	39.430	-10,0%
10	India	24.303	23.707	23.810	26.019	34.045	30,8%
14	España	6.540	6.706	10.606	13.535	17.709	30,8%
	Total	1.802.481	1.736.261	1.887.650	2.006.017	2.214.149	20,4%

Fuente: US International Trade Commission Data Web

EL MERCADO DE LA HERRAMIENTA DE MANO EN ESTADOS UNIDOS

En cuanto a las importaciones, cabe destacar que en el caso de las herramientas de mano, son los proveedores asiáticos China, con un 38% del total, y Taiwán, con un 24%, los que encabezan la lista, seguidos, a cierta distancia, por Alemania y Japón. Estos cuatro países junto con México y Canadá aglutinan la mayor parte de las importaciones americanas, concretamente el 80% del total. Los países con mayores subidas son el caso chino, con un aumento del 70% en la cantidad exportada a Estados Unidos en los últimos 4 años y, precisamente, España. A pesar de que se sitúa en un modesto puesto 14, viene experimentando fuertes subidas a partir del año 2002 (un 58,2% ese año, un 27,6% para el 2003 y, finalmente, en el 2004 otra subida del 30,8%).

EXPORTACIONES DE HERRAMIENTAS DE MANO DE ESTADOS UNIDOS. NAICS 332212. (En miles de \$)

Ranking	Países	2000	2001	2002	2003	2004	%03/04
1	Canadá	341.292	324.369	329.900	318.386	342.566	7,6%
2	México	160.205	110.562	104.579	102.101	131.944	29,2%
3	Japón	72.245	76.361	68.917	83.464	119.302	42,9%
4	Reino Unido	73.575	69.772	66.555	60.238	61.166	1,5%
5	Alemania	44.538	40.422	39.682	52.126	48.277	-7,4%
6	Australia	31.875	29.133	34.227	40.013	44.303	10,7%
7	Irlanda	5.167	5.191	5.800	13.827	37.763	173,1%
8	China	13.304	19.459	25.526	30.698	34.441	12,2%
9	Bélgica	20.606	17.350	14.082	20.772	22.109	6,4%
10	Francia	19.348	18.230	19.305	18.678	21.085	12,9%
27	España	4.693	6.595	5.476	5.333	6.021	12,9%
Total		1.076.885	986.641	985.426	1.007.789	1.180.212	17,1%

Fuente: US International Trade Commission Data Web

En el caso de las exportaciones de herramienta de mano vemos como el destino principal es Canadá con un 29% de las exportaciones de esta partida, seguido de cerca por México y Japón con niveles en torno al 10%. Reino Unido y Alemania les siguen en importancia con niveles del 5%. Es destacable, sin embargo, que las exportaciones a México se han recuperado algo, tras un bache de varios años, mientras que Irlanda y China han ido escalando posiciones en el ranking y aumentando sus importaciones en un 323% y 109%, respectivamente. España ocupa una modesta posición, con el puesto 27 en el ranking y con unos niveles poco fluctuantes.

EL MERCADO DE LA HERRAMIENTA DE MANO EN ESTADOS UNIDOS

Podemos concluir que la producción americana de herramientas de mano (también de las eléctricas) se está viendo amenazada por la competencia llegada de los importadores de Asia, particularmente China y Taiwán que lideran las importaciones de herramientas de mano y eléctricas, debido a la ventaja competitiva que tienen con sus bajos costes de mano de obra y flexibilidad. Ciertos países del Oeste de Europa y Japón son también proveedores importantes, debido a su alta tecnología en este sector, especialmente en el campo de las herramientas de mano eléctricas.

Los fabricantes americanos han tratado de buscar oportunidades de exportación en países del Oeste de Europa y Canadá, así como en países en vías de desarrollo dentro de Asia y Latinoamérica.

BALANZA COMERCIAL DE HERRAMIENTA DE MANO DE ESTADOS UNIDOS – RESTO DEL MUNDO (En miles de \$)

	2000	2001	2002	2003	2004
Importaciones	1.802.481	1.736.261	1.887.650	2.006.017	2.214.149
Exportaciones	1.076.885	986.641	985.426	1.007.789	1.180.212
Déficit	-725.596	-749.620	-902.224	-998.228	-1.033.937
% Cobertura	59%	56%	52%	50%	53%

Fuente: US International Trade Commission Data Web

En cuanto a la balanza comercial, esta presenta déficit de forma estructural en el sector de las herramientas de mano. Las importaciones son crecientes, salvo en el año 2001, año de crisis que se vio acentuada por los atentados terroristas del 11 de Septiembre. La tendencia del subsector es que el ritmo de crecimiento de las importaciones sea superior al de las exportaciones con el consiguiente aumento del déficit anual.

Por otro lado, la balanza comercial entre Estados Unidos y España se ha mantenido siempre con un déficit para los americanos, creciente éste en los últimos años.

BALANZA COMERCIAL BILATERAL DE HERRAMIENTA DE MANO ESTADOS UNIDOS – ESPAÑA (En miles de \$)

	2000	2001	2002	2003	2004
Importaciones	6.540	6.706	10.606	13.535	17.709
Exportaciones	4.693	6.595	5.476	5.333	6.021
Superávit/Déficit	-1.847	-111	-5.130	-8.202	-11.688

Fuente: US International Trade Commission Data Web

IV • ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

Ibisworld estima que el consumo privado en herramientas, ferretería y suministros varios ha aumentado en un 5,6% anual en los últimos cinco años (por debajo del 7,2% anual que creció durante la década pasada).

Se prevé que la demanda americana de herramientas de mano y eléctricas siga aumentando alrededor de un 5% anualmente (incluyendo las subidas de precios) hasta alcanzar los 15,7 miles de millones de dólares en el 2007.

Este aumento se verá beneficiado por una clara mejora en el sector de la construcción, así como un aumento general de los gastos dedicados a la reparación y mejora de la vivienda (bricolaje).

Tanto profesionales como particulares irán sustituyendo sus herramientas tradicionales de mano, por las eléctricas sin cable, las cuales son más fáciles y cómodas de usar. Ciertas herramientas eléctricas sin cable, como sierras, lijadoras, pulidoras y afiladoras disfrutaron de una popularidad continua. Además, la demanda de herramientas de mano está limitada por la propia durabilidad inherente de estos productos. Al contrario de las herramientas eléctricas, las herramientas de mano, como los martillos, pueden durar muchos años, impidiendo así que exista una demanda de reemplazo. Además, la innovación en estos productos es menor que en las herramientas eléctricas, limitando así las oportunidades de añadir valor al producto.

Serán los **usuarios profesionales** los que continúen dominando la compra y el uso de las herramientas en general (fueron ya los mayores demandantes de estos productos en el año 2002). Los usuarios profesionales usan una mayor variedad de herramientas, la mayoría de las cuales son más especializadas y por lo tanto, de mayor calidad y precio que las usadas por los usuarios particulares.

Las ganancias en el mercado de las herramientas se verán beneficiadas por un aumento en los gastos destinados a la construcción, así como por el aumento en el número y edad media de los vehículos en el sector automovilístico americano.

El crecimiento en la demanda de herramientas por parte de **particulares** vendrá de la mano de la creciente popularidad de las actividades “**hazlo tu mismo**”(do-it-yourself); en concreto, del interés de estos en adquirir herramientas novedosas. Para este segmento se están comenzando a usar nuevas técnicas de marketing, que consisten en vender las

EL MERCADO DE LA HERRAMIENTA DE MANO EN ESTADOS UNIDOS

herramientas en *kits* que incrementen el impulso de compra para regalos en ocasiones especiales como la Navidad o el día del padre.

Estos *kits* de herramientas se venden a un precio inferior a lo que serían las herramientas vendidas individualmente. Para disminuir el coste y no perder márgenes con esto, una tendencia que se está dando últimamente es importar las herramientas de mano de Asia y montar los *sets* en EE.UU. Otro ejemplo de novedades es el de las herramientas más ergonómicas y de poco peso que tendrían como objetivo captar al público femenino

La demanda de herramientas de mano y corte se ve afectada por los siguientes factores:

- La demanda está impulsada por la madurez de esta industria, cuyo coste es relativamente bajo y no cíclico.
- La demanda para las herramientas de mano no eléctricas para el jardín está impulsada por el deseo de los clientes de mantener y mejorar sus jardines. El mercado “Do It Yourself” (hazlo tu mismo) depende de las condiciones climáticas.
- El clima es un factor importante a la hora de determinar la demanda de estos productos. Por ejemplo, una primavera demasiado lluviosa afecta negativamente a la venta de estos utensilios, mientras que nevadas intensas durante el invierno se traducen en una subida en la demanda de palas quitanieves.
- El mal tiempo durante la primavera puede afectar negativamente las ventas, pero si el clima es favorable durante un proyecto de construcción, como la construcción de una casa o una carretera, esto representa una subida en la demanda de herramientas de mano.
- Los profesionales usuarios de herramientas y los agricultores son los clientes más valiosos para esta industria, ya que son los que adquieren los productos de mayor calidad y precio.

Con la creciente consolidación en la distribución minorista, las empresas se ven cada vez más dependientes de unos pocas grandes cadenas, que disfrutan de cada vez más poder de negociación. En este sentido, las ventas pueden verse afectadas negativamente por cambios de estos en sus políticas de niveles de inventarios, acceso al lineal y otras condiciones. Muchos clientes minoristas de alto volumen de ventas han acelerado sus esfuerzos para reducir niveles de inventario y mejorar la integración de su cadena de suministros.

V • PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

En general, se puede decir que los productos europeos gozan de un gran prestigio en los Estados Unidos, no sólo por su alta calidad, sino también por sus diseños innovadores. Una de las tendencias observables en el consumidor americano es su mayor interés por productos que se distingan por ser únicos e innovadores, lo cual encaja perfectamente con el perfil de las herramientas procedentes de Europa.

En cuanto a los productos españoles, como hemos visto en las cifras de comercio exterior, las cantidades económicas que se manejan son más bien reducidas. Aunque esto no impide que éstas gocen de un prestigio relativamente alto dentro del mercado americano.

Después de realizar varias encuestas a distribuidores en el mercado americano, podemos concluir que, en concreto, la imagen de las herramientas de mano españolas, aunque no alcanza los niveles de reconocimiento general (sí en algunos segmentos o casos específicos) que la de otros países europeos, se asocia a las características generales de estos, según se perciben en los Estados Unidos, pudiendo destacarse las siguientes características:

- Buena calidad
- Altos niveles de ejecución y desempeño
- Alta innovación
- Productos dignos de confianza

Las herramientas de mano españolas, por lo tanto, se sitúan al mismo nivel de sus competidores europeos (Alemania, Reino Unido e Italia) y por encima, en la mayoría de las ocasiones, de los propios fabricantes americanos. Expertos en el sector prevén que esta tendencia se mantendrá durante los próximos años.

Es un hecho confirmado por los propios distribuidores americanos que en los Estados Unidos no se fabrican herramientas de mano innovadoras y especializadas, por lo que es necesario importar estos productos, generalmente de los países europeos y Asia. Ahí es donde las herramientas españolas pueden encontrar su mercado y es donde muchas empresas ya se han creado un nombre y una imagen de relevancia dentro del mercado americano (por ej., Jaz USA, Inc.). En cualquier caso, y según comentaban algunos agentes del sector, las empresas españolas deberían realizar un mayor esfuerzo de marketing y promoción.

En cuanto a los precios, la mayoría de los distribuidores coinciden en señalar que las herramientas de mano españolas se encuentran en el mismo rango que sus competidores europeos (o incluso superior: ver el anexo IX sobre precios medios).

VI. DISTRIBUCIÓN

Las herramientas de mano suponen el 44% de las ventas realizadas por los distribuidores de ferretería y alrededor del 20% de sus ingresos.

Hoy día en el sector de la herramienta de mano existen multitud de estrategias diferentes de distribución.

Centrales de compra, cooperative wholesalers. Son muy comunes en el campo de la ferretería. Se caracterizan porque la propiedad pertenece a los miembros, a los que distribuyen en exclusividad, proveyéndoles además con otros servicios como análisis de mercado, planificación estratégica y técnicas de venta. Además, les da el poder de compra que necesitan para competir con las grandes cadenas de descuento o los grandes distribuidores. Las más importantes son: Truserv Corp., ACE Hardware Corp., Do It Best Corp., Handy Hardware Wholesale Inc. y United Hardware Dist. Co.

Mayoristas tradicionales. Distribuyen no sólo a los establecimientos de su marca, sino también a los independientes. Buscan ofrecer un alto servicio a sus clientes, al mismo tiempo que se constituyen como proveedores al menor coste posible. Los grupos de mayoristas están mucho más fragmentados de lo que en un principio pudiera parecer. La tendencia a la consolidación se ha ralentizado en los últimos dos años, sin embargo sigue habiendo distribuidores regionales que pasan a actuar en el conjunto del mercado nacional. Otros en cambio, siguen prosperando con una base regional de clientes fieles. Los más importantes son: Pro Group, Distribution America, Reliable Distributors, Val-Test Group y Associated Building Materials Distributors of America.

Distribuidores industriales. Se caracterizan por suministrar a profesionales de la construcción, reparación o mantenimiento, que recordemos son los mayores demandantes de herramientas de mano en los Estados Unidos. Dado el amplio tejido industrial y de constructoras del país, se trata de una figura muy habitual. Las herramientas de mano son una de las gamas que venden en lo que suelen ser amplísimos catálogos de productos. (ver, por ej. Grainger www.grainger.com o McMaster Carr www.mcmastercarr.com). La gran oferta y el aumento de la transparencia e información (Internet) de que disponen los clientes industriales/profesionales les ha otorgado más poder y facilidad para cambiar de proveedor, permitiéndoles obtener mejores condiciones en sus compras.

Distribuidores especializados. Han encontrado un gran nicho de mercado, centrándose en una gama más estrecha de productos, y utilizando su conocimiento sobre los mismos para vender a profesionales. Normalmente son los primeros en sacar al mercado las últimas

EL MERCADO DE LA HERRAMIENTA DE MANO EN ESTADOS UNIDOS

novedades del sector. Los márgenes son comparativamente elevados debido a que venden productos que todavía no son habituales en el mercado.

New distribution, o nueva distribución. Esta es la venta del fabricante directamente al minorista. Esta aproximación se puede hacer trabajando juntos sobre la base de una asociación, como por ejemplo, fabricando productos especialmente destinados a cubrir las necesidades particulares de un determinado minorista. Supone mayores márgenes, especialmente si se trata de minoristas independientes, de menor tamaño. Hay casos de fabricación tipo “marca blanca” como Danaher en algunos productos para la cadena Sears (bajo marca “Craftsman”) o acuerdos a largo plazo, como la alianza por cinco años de Stanley Works y Home Depot, por la que el primero se convierte en el principal proveedor nacional del segundo en algunas categorías de herramientas con marca.

Algunos fabricantes han manifestado que hoy en día tan sólo unos cuantos clientes son relevantes para sus empresas, principalmente los big boxes y las cooperativas. Sin embargo, eso significa estar dando la espalda al resto de los canales. Los fabricantes deberían tener en cuenta todos los canales, analizar sus ventajas, e intentar vender a través de todos ellos.

Debido a la gran extensión geográfica del mercado americano, muchas veces hay que recurrir a un distribuidor principal (llamado a veces “master distributor”) que acude a su vez a distribuidores regionales. Por último, estos pueden disponer de una red de agentes o representantes, hombres de negocios independientes que trabajan a cambio de una comisión por ventas, en un área geográfica determinada. Recogemos en la tabla adjunta los resultados de la encuesta bienal de la Asociación principal de Estados Unidos MANA (Manufacturers’ Agents National Association) con las comisiones que estos cobraron de media en el año 2003 en el sector de la herramienta (Tools - Cutting, hand and power).

Comisión que cobra el agente por la venta de herramientas de mano, de corte y eléctricas

	Alta	Media	Baja
Usuario final	16,44 %	12,33 %	8,22 %
O.E.M.*	11,67 %	8,67 %	5,67 %
Distribuidor	9,18 %	7,39 %	5,59 %

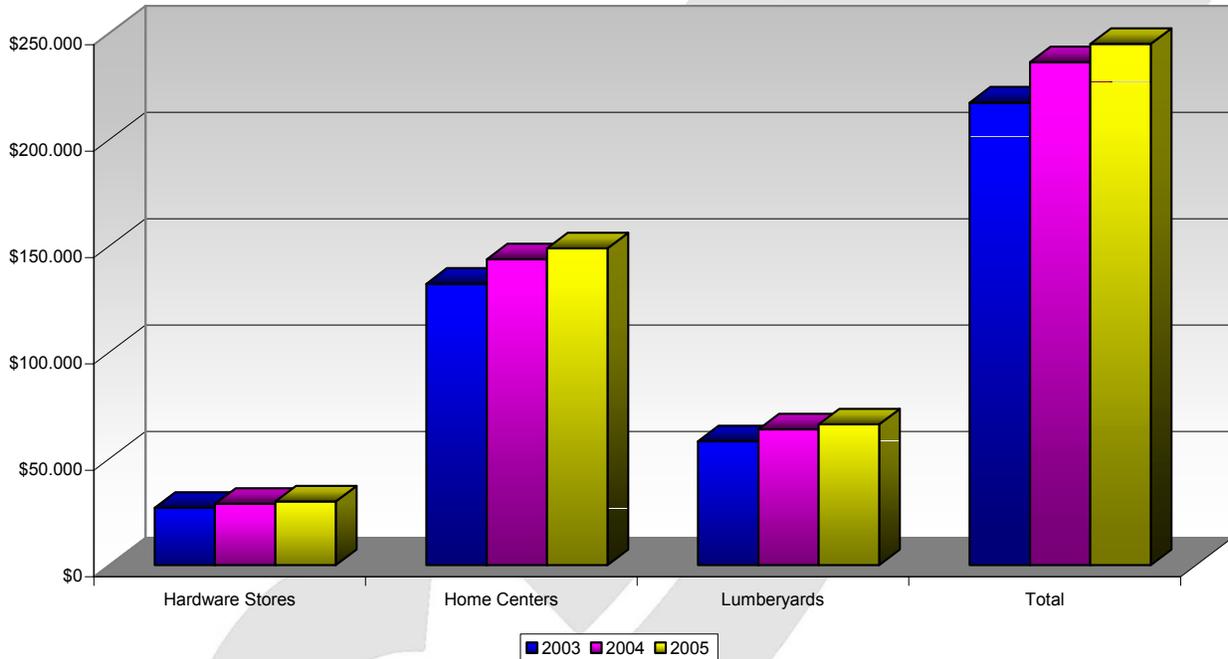
* O.E.M.(Original Equipment Manufacturer) – fabricante de equipos originales

En Estados Unidos, las tiendas independientes han ido evolucionando hasta convertirse en grandes centros especializados dentro del sector del bricolaje, ferretería, construcción y madera. Todos estos subsectores, entran dentro de lo que se llama el “Home improvement industry”. En español, este sector no tiene una traducción exacta, aunque podríamos llamarlo el sector para la mejora del hogar.

EL MERCADO DE LA HERRAMIENTA DE MANO EN ESTADOS UNIDOS

En este campo, la venta al usuario final se realiza básicamente a través de tres canales: ferreterías (Hardware Stores), grandes superficies de bricolaje (Home Centers) y centros dedicados a la venta de madera y materiales para la construcción (Lumberyards).

VENTAS POR TIPO DE ESTABLECIMIENTO
(miles \$)

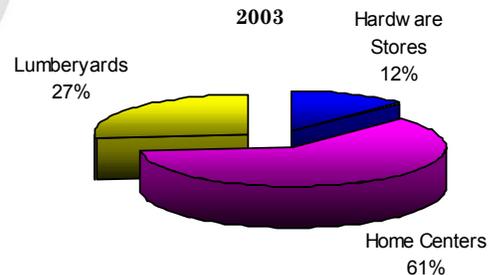


Fuente: Do-It-Yourself Retailing / December 2004

* Los datos del 2004 y 2005 son estimaciones

Los grandes centros de bricolaje (home centers) han conseguido en los últimos años acaparar una gran porción de mercado, con una previsión del crecimiento medio anual en su volumen de ventas del 5,3% desde 2003 a 2008. La expansión de los centros de bricolaje ha provocado que las ferreterías tradicionales se hayan orientado más a nichos concretos de mercado y a la mejora del servicio para poder retener ventas. Muchas ferreterías se están concentrando en segmentos, como herramienta de mano y eléctrica, y jardín, que unidos a fontanería, material eléctrico y pintura, representa el 90% de sus ventas.

% VENTAS POR TIPO DE ESTABLECIMIENTO



Fuente: Do-It-Yourself Retailing / December 2004

EL MERCADO DE LA HERRAMIENTA DE MANO EN ESTADOS UNIDOS

Gran parte del mercado está en manos de las grandes cadenas. En el 2003, las primeras 10 suponían el 52% del total de las ventas del sector, con 113.000 millones de dólares. Según una encuesta realizada por la revista especializada en bricolaje *Home Channel News* a los fabricantes del sector, el 63% se mostraba preocupado por el gran control que estas cadenas ejercían sobre los proveedores.

RANKING DE LAS CADENAS LIDERES EN EL SECTOR DE LA MEJORA DEL HOGAR (BRICOLAJE, FERRETERÍA Y MADERA) EN LOS ESTADOS UNIDOS.

Empresa	Ventas (millones de \$) 2003	Número de establecimientos 2003	Número de establecimientos Otoño 2004
Home Depot	\$64.816	1.707	1.882
Lowe's Cos.	\$30.838	952	1.088
Menard Inc.	\$5.600	186	200
Stock Building Supply	\$3.588	222	236
84 Lumber	\$2.500	450	500

Fuente: Do-It-Yourself Retailing / December 2004

La mayoría de las herramientas de mano se venden a través de grandes superficies del estilo de Sears y Wal-Mart, o grandes centros de bricolaje (*home centers* o *big boxes*, según la nomenclatura) del estilo de Home Depot y Lowe's.

Como ya habíamos dicho antes, las empresas de este sector venden cada vez más a especialistas y profesionales en el sector de la construcción, los cuales suelen ser bastante fieles, comprando a menudo productos similares y muchas veces repitiendo. Esta fidelidad a la marca en esta industria, y el hecho de que los fabricantes establecidos tengan, en muchos casos, relaciones duraderas y fuertes con determinados clientes y distribuidores obliga a las empresas que aspiran a crecer en el mercado a fortalecer su propia red de distribuidores y agentes, como una manera de superar esta barrera y ganarse poco a poco la confianza de este tipo de consumidores. Esto ha limitado tradicionalmente el número de entrantes al mercado.

Desde mediados de los noventa, esta industria se ha visto afectada por un cambio en el consumo que ha favorecido al modelo empresarial adoptado por los grandes centros de bricolaje en los EE.UU. Sin embargo, existen segmentos en el mercado, particularmente el comercial y el DIY (hazlo tu mismo), que aunque teniendo bajos precios como los grandes centros de bricolaje, requieren la prestación de ciertos servicios que sólo los agentes independientes pueden proveer.

VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

Para exportar a Estados Unidos, tendremos que seguir las regulaciones generales aduaneras; será necesario documentación del envío o embarque (19CFR141)⁵, la inspección aduanera (19CFR151), el pago de los aranceles correspondientes (19CFR159).

Actualmente la exportación de herramientas de mano y corte a los Estados Unidos de América está gravada por distintos tipos de arancel que van desde el 0% hasta algunos, como es el caso de los alicates, del 12%. Sin embargo puede decirse que como media el arancel para este tipo de productos sería aproximadamente un 4%.

Los aranceles de los productos objeto de este estudio pueden consultarse en: <http://dataweb.usitc.gov/scripts/tariff2005.asp> utilizando la clasificación arancelaria estándar estadounidense: “Harmonized Tariff Schedule” o HTS.

No conviene olvidar que antes de poder introducir el equipo en Estados Unidos habrá que pagar otras tasas además de los aranceles:

- *Merchandise Processing Fee*, 0.21% sobre el valor de la mercancía con un mínimo del coste total de \$25.00 y no más de \$485.00.
- *Harbor Maintenance Fee*: Si la mercancía entra por barco –se quiere extender a los aeropuertos también-, existe una tasa por mantenimiento del mismo que supone 0.125% del valor de la mercancía.

El mayor obstáculo para introducir productos en este país tiene que ver con la homologación y normalización. Este mercado tiene su propia normativa, que por lo general requiere una inversión considerable por parte del fabricante para certificar sus herramientas. La homologación no es obligatoria exactamente, pero a efectos prácticos es imprescindible contar con las certificaciones correspondientes, tanto por las exigencias del mercado para ser

⁵ Las leyes que son aprobadas ante el Congreso de los Estados Unidos, para su cumplimiento en todo el país (nivel federal), son codificadas en el US Code. Estas leyes a su vez se desarrollan y se ponen en práctica con normativa específica, que se compilan en el “Code of Federal Regulations” (CFR). La referencia o citación de una normativa federal específica normalmente se presenta abreviada de la siguiente manera 16 CFR 159, en la que 16 es el título /Title y 159 la parte/Part donde se compila la misma. Se pueden consultar en:

<http://www.gpoaccess.gov/cfr/index.html>

EL MERCADO DE LA HERRAMIENTA DE MANO EN ESTADOS UNIDOS

capaces de vender las herramientas, como por cuestiones de responsabilidad civil de las mismas.

HOMOLOGACIÓN:

En los EE.UU., a los diversos requisitos de nivel federal, a menudo se suman los estándares particulares establecidos por una autoridad estatal, municipal, o por las propias compañías aseguradoras. Debido a tal complejidad, un producto puede verse obligado a cumplir con las diversas normas de estos tres niveles, para tener libre acceso al tráfico comercial del país. Aunque el complejo sistema normativo americano pueda resultar un inconveniente a la hora de acceder a ese mercado, las propias empresas estadounidenses deben cumplir la misma normativa, por lo que no cabe considerar esto una barrera que ponga a nuestras empresas en situación de desventaja, y menos aún con respecto a nuestra competencia europea y asiática. Además, la complejidad de esta normativa es directamente proporcional a la complejidad del producto, que en el caso de las herramientas de mano no eléctricas no sería demasiado alta.

Debido a la multiplicidad de normativa, se recomienda al exportador español que contacte con los propios clientes, distribuidores y agentes experimentados ya que suelen servir de ayuda para localizar la normativa y requerimientos necesarios de ámbito estatal y local. Además, los laboratorios de homologación, comentados más adelante, son una fuente de información indispensable y en muchos casos necesarios para conseguir la certificación. Las Oficinas Comerciales de España en EE.UU. pueden ayudar a proporcionar información básica sobre esta materia, incluyendo datos sobre entidades de homologación.

Para solventar este desconocimiento es necesario recopilar información y cumplir con los procedimientos necesarios. Esto es una tarea de envergadura para las empresas extranjeras pero hay medios disponibles al alcance que permiten superar lo engorroso del asunto, y por ello, el empresario no debe amedrentarse.

Seguramente la fuente que aglutina una información más amplia y precisa acerca de la homologación en Estados Unidos sea la entidad privada *American National Standards Institute* <http://www.ansi.org> que lleva a cabo múltiples actividades relacionadas con estándares. Actúa como árbitro de la competencia y cooperación entre la industria, el comercio y las organizaciones creadoras de normas más destacadas, publica un catálogo de estándares voluntarios norteamericanos, por productos y equipos, y tiene un catálogo propio conteniendo toda la normativa técnica. Además, ANSI presta asistencia a las empresas norteamericanas interesadas en los estándares de ISO (*International Standards Organization*) para abrirse mercado en el extranjero.

La evolución de las empresas americanas del sector que han pasado en los últimos años de ser empresas muy locales a enfocarse y abrirse hacia los mercados internacionales, ha influido en gran manera para que se hayan acogido mayoritariamente a los sistemas de calidad de ISO 9000. Por ello, la certificación conforme a este estándar se traduce a su vez en

EL MERCADO DE LA HERRAMIENTA DE MANO EN ESTADOS UNIDOS

una práctica recomendable para aquellas empresas extranjeras que pretendan operar en el mercado americano.

El *American National Standards Institute* (ANSI), junto con la organización de estándares *National Resource for Global Standards* (NSSN), <http://www.nssn.org> ha creado un listado de las principales certificaciones ISO de aplicación en el sector de la herramienta de mano. Esta página cuenta además con una amplísima base de datos donde se pueden obtener todos los estándares nacionales, regionales, internacionales, ISO y del Departamento de Defensa aprobados y en desarrollo:

<http://www.nssn.org/search.html>

(para consultar los de las herramientas de mano bastará con introducir la palabra “hand tools” en el buscador, típicamente con el encabezado B107).

Es preceptivo tener en cuenta también las directrices con los requisitos mínimos que fija la *Occupational Safety & Health Administration* (OSHA) <http://www.osha.gov/>, organismo del gobierno federal que vela por la seguridad y la salud en el trabajo (la agencia los denomina estándares; para consultar los de herramientas de mano se deberá ir a la sección “standards” e introducir la palabra “hand tools” en el buscador).

Por último, es necesario tener en cuenta los requisitos en cuanto al **etiquetado** de las herramientas que se vayan a exportar a EE.UU. El estándar que rige esta práctica en este país es el ANSI Z535.4, que establece formatos de etiquetas ligeramente diferentes a los de la norma internacional ISO 3864, al incorporar palabras de advertencia en los formatos, mientras que la ISO sólo utiliza símbolos. Al igual que con la normativa anterior, se trata de un estándar voluntario, pero en caso de disputa legal, se requiere que el etiquetado cumpla las exigencias mínimas establecidas en el estándar ANSI, lo que virtualmente lo convierte en necesario.

En algunos casos, es el distribuidor estadounidense el que se encarga de poner las señales y adhesivos adecuados, pero en cualquier caso, siempre y cuando esto no aparezca reflejado de forma explícita en el contrato de distribución, la responsabilidad última de la correcta señalización de la herramienta recae sobre el fabricante, aunque esto es negociable.

En los anexos hemos incluido un cuestionario que nos permitirá saber el grado en que las herramientas de mano se ajustan a las recomendaciones de ergonomía de la OSHA.

En un tema relacionado, la **responsabilidad civil** del fabricante respecto a sus productos, en la Oficina comercial de España en Chicago disponemos de una guía específica sobre el tema, que se puede descargar desde la página web del ICEX (www.icex.es) o solicitarnos directamente (chicago@mcx.es).

VIII. ANEXOS

1. EMPRESAS

FABRICANTES

Empresa	Estado	Teléfono	Facturación	Gerente
Danaher Corporation	DC	(202) 828-0850	\$5.293.876.000	Steven M Rales, CHB
Snap-On Incorporated	WI	(262) 656-5200	\$2.233.200.000	Dale Elliott, Pres-CHB-CEO+
Ames True Temper Inc	PA	(717) 737-1500	\$407.400.000	Richard C Dell, Pres-CEO
Irwin Industrial Tool Company	IL	(815) 235-4171	\$321.800.000	Allen D Petersen, CHB
Idsc Holding, Inc	WI	(262) 656-5200	\$309.000.000	Dale Elliott, CEO-Pres-Chm Of Parent
Q.E.P. Co., Inc	FL	(561) 994-5550	\$143.273.000	Lewis Gould, CHB-CEO
Northrop Grumman Systems Corp	TX	(972) 946-8553	\$136.400.000	Ralph Crosby, President
Spear & Jackson, Inc	FL	(561) 999-9011	\$91.845.000	William Fletcher, CFO
Acorn Products Inc	OH	(614) 222-4400	\$91.203.000	A Corydon Meyer, Pres-CEO
Alcoa Global Fasteners, Inc	CA	(310) 530-2220	\$78.200.000	Craig Brown
Klein Tools Inc	IL	(847) 677-9500	\$77.100.000	Richard T Klein Jr, CHB-CEO
Danaher Corporation	AR	(479) 751-8500	\$61.700.000	Michael Douglas
Pnc Tool Holdings Llc	FL	(561) 999-9011	\$58.700.000	Dennis Crowley, Mg Member
Channellock Inc	PA	(814) 724-8700	\$54.030.000	William S De Arment, Pres-CEO
Hyde Manufacturing	MA	(508) 764-4344	\$46.738.000	Richard B Hardy, Chairman Of The

EL MERCADO DE LA HERRAMIENTA DE MANO EN ESTADOS UNIDOS

Company	Board			
S P X Corporation	MN	(507) 455-7000	\$44.800.000	Jorden Owens
Emerson Electric Co	MI	(906) 864-3100	\$43.000.000	Randy Ekern, Manager
Stanley Works Inc	CA	(909) 628-9272	\$41.300.000	John Rapisarda, Manager
Malco Products, Inc	MN	(320) 274-8246	\$41.000.000	Paul Keymer, Chief Executive Officer
Irwin Industrial Tool Company	NE	(402) 683-1590	\$38.500.000	Doug Custer, V Pres
Lisle Corporation	IA	(712) 542-5101	\$36.795.000	John C Lisle, CHB-Pres
Stanley Works Inc	TX	(972) 247-1367	\$35.800.000	Unknown
Stanley Works Inc	OH	(614) 755-7000	\$35.200.000	Lindsey Brown
Western Forge Corporation	CO	(719) 598-5070	\$32.300.000	Barry Baum, President
Strafor Facom, Inc	IL	(773) 523-1300	\$30.900.000	M Morali, President
Estwing Manufacturing Company	IL	(815) 397-9521	\$30.700.000	Norman E Estwing, CEO
Vaughan & Bushnell Mfg Co	IL	(815) 648-2446	\$30.700.000	Howard A Vaughan Jr, CHB-Pres-CEO
Swing-A-Way Manufacturing Co	MO	(314) 773-1487	\$29.600.000	Albert J. Packer Jr, President-Treasurer
Derby Fabricating Inc	KY	(502) 966-4206	\$28.136.000	Raymond E Loyd, Chairman
Cobra Products Inc	NJ	(856) 241-7700	\$27.000.000	Chris Yankowich, Vice President
Tlz Inc.	CA	(650) 903-4944	\$25.000.000	Andrew Butler, President
Key Knife Inc	OR	(503) 403-2000	\$24.568.000	Robert M. Bayly, President
Daniels Manufacturing Corp	FL	(407) 855-6161	\$24.000.000	George G Daniels, Pres-CHB
Olympia Group, Inc.	CA	(626) 336-4999	\$23.600.000	Arthur Zakarian, CEO
Seymour Manufacturing Co Inc	IN	(812) 522-2900	\$23.311.000	Berl Grant, Pres

EL MERCADO DE LA HERRAMIENTA DE MANO EN ESTADOS UNIDOS

Marshalltown Trowel Company	IA	(641) 753-5999	\$23.000.000	L J Mc Comber, Chairman Of The Board
Stride Tool Inc	NY	(716) 699-2031	\$23.000.000	Lori Northrup, CEO-CHB
Snap-On Tools Company Llc	WI	(262) 656-5200	\$22.600.000	Dale Elliott, Pres
C B Manufacturing & Sales Co	OH	(937) 866-5986	\$22.000.000	Richard Porter, Pres
National Steel Rule Co Inc	NJ	(908) 862-3366	\$21.500.000	Edmund Mucci, Pres
Empire Level Manufacturing	WI	(262) 368-2000	\$21.100.000	Randall Wright, President
Kingsley Tools Inc	TX	(972) 271-7117	\$20.700.000	Jason Shzu, Pres
Edlund Company Inc	VT	(802) 862-9661	\$20.152.000	Willett S Foster Iv, Pres
Allway Tools Inc	NY	(718) 792-3636	\$20.000.000	Donald Gringer, CHB-CEO
Consolidated Devices, Inc.	CA	(626) 965-0668	\$20.000.000	Gary L Keefe, Pres
Hydratight Sweeney Pdts Corp	WI	(303) 749-6000	\$20.000.000	Don Fancher, President
Lakin Manufacturing Corp	OH	(937) 596-6125	\$19.200.000	Jeff Van Dyke, General Manager
Roberts Consolidated Inds	MO	(573) 581-8111	\$18.600.000	Lewis Gould, Chairman Of Board+
Corona Clipper	CA	(951) 737-6515	\$17.600.000	Stephen Erickson, President-COO

EL MERCADO DE LA HERRAMIENTA DE MANO EN ESTADOS UNIDOS

DISTRIBUIDORES

Empresa	Estado	Teléfono	Facturación	Gerente
Ace Hardware Corporation	IL	(630) 990-6600	\$3.159.321.000	J Thomas Glenn, CHB+
Orgill, Inc	TN	(901) 754-8850	\$377.900.000	Joseph Orgill III, CHB
C R Laurence Co Inc	CA	(323) 588-1281	\$138.200.000	Bernard P Harris, CHB
Great Neck Saw Manufacturers NY		(516) 746-5352	\$138.200.000	Richard Jacoff, CHB
Baer Supply Co.	IL	(847) 913-2237	\$78.200.000	Jim Mulvaney, CEO
Awi Acquisition Company	CA	(818) 364-2333	\$60.000.000	Timothy Florian, CHB-CEO
Blish-Mize Co	KS	(913) 367-1250	\$56.087.000	John H Mize Jr, Pres CEO
General Housewares Corp	NY	(607) 377-8000	\$52.200.000	Steven G Lamb, Pres/ceo
Buttery Company, Llp	TX	(325) 247-4141	\$47.195.000	Henry Buttery Jr, CHB-Treas
Florida Pneumatic Mfg	FL	(561) 744-9500	\$45.000.000	Barton C. Swank, President
Contact East Inc	MA	(978) 682-2000	\$33.000.000	Kai Juel III, Pres-Treas-CEO
Cosmo Store Services, Llc	CA	(714) 538-6170	\$31.500.000	Gary L Smolin, Member
A J Wholesale Distributors	CA	(562) 630-2270	\$30.701.000	Vuthisit Prapavat, President
Hcs-Cutler, Inc	CA	(909) 987-0094	\$30.541.000	Leo Cutler, Chairman
120947 Washington Inc	WA	(509) 891-1100	\$29.000.000	Gary Mckillican, Pres
Tacoma Screw Products, Inc	WA	(253) 572-3444	\$28.700.000	Marian Niesz, CHB-President
Mckillican American Inc	WA	(509) 891-1100	\$25.100.000	Gary Mc Killican, President
Tomarco Contractor Specialties	CA	(714) 523-1771	\$21.200.000	Keith Watkins, Pres
A M Leonard Inc	OH	(937) 773-2694	\$20.894.000	Gregory Stephens, President
Alltrade Inc	CA	(310) 522-9008	\$19.900.000	Andy Livian, Pres
All Tools Inc	PR	(787) 287-5960	\$19.729.000	Roberto H Agresar Jr, Pres.
Endeavor Tool Company L L C	MA	(508) 835-9992	\$18.500.000	Stephen Quick, Pres-CEO
Illinois Industrial Tool, Inc	IL	(708) 597-6000	\$17.900.000	Lance Ericson, President
American Kal Enterprises, Inc	CA	(626) 338-7308	\$17.800.000	John Toshima, Pres-CEO
Christian Wholesale Distrs	TX	(972) 241-0633	\$16.705.000	Ronald blake" Christian
Royal United Corporation	NJ	(201) 869-3900	\$16.700.000	Kenneth Ryman, President
Shri Krishna Enterprises, Inc	NY	(845) 562-1440	\$16.190.000	Samir Patel, Pres

EL MERCADO DE LA HERRAMIENTA DE MANO EN ESTADOS UNIDOS

G K Tool Corp	CA	(626) 338-7300	\$15.700.000	John Toshima, Pres-CEO
King Machinery Inc	CA	(626) 810-8811	\$15.000.000	Chan Luk, Pres
Service Tool Company Inc	LA	(337) 365-1704	\$13.712.000	Mary Carol Le Blanc, Sec-Treas
Sales Northwest Inc	OR	(503) 655-5009	\$13.000.000	Larry Tonks, President
Leight Sales Co Inc	CA	(310) 223-1000	\$12.900.000	Alan Moskowitz, CEO+
Carson'S Nut-Bolt & Tool Co	SC	(864) 242-4720	\$11.991.000	Jane F Carson, Pres/TREAS
Action Bolt & Tool Co.	FL	(561) 845-8800	\$11.061.000	Conrad Merklein, Pres
Imperial Industrial Supply Co	CA	(909) 592-6888	\$10.937.000	Robert W Raskin, Pres
Havasu Fastener & Supply, Inc	AZ	(928) 855-7905	\$10.592.000	Bill Powell, CEO
National Tool Supply Inc	FL	(954) 963-7222	\$10.161.000	Lawrence C Weiner, President
L A Benson Co Inc	MD	(410) 342-9225	\$10.000.000	Lee A Benson Jr, CHB
Right Touch Inc	CA	(714) 540-9200	\$10.000.000	Jack David, President

2. ESTÁNDARES AMERICANOS PARA LA HERRAMIENTA DE MANO

El uso de las herramientas de mano está ligado a una gran variedad de sectores, tales como la construcción, la fabricación o la agricultura. Datos extraídos de estadísticas nacionales indican que existen una gran cantidad de lesiones musculares causadas por el mal uso de estas herramientas en el entorno laboral, lo cual se traduce en altos costes económicos y absentismo laboral. La prevención de riesgos laborales es una prioridad para las agencias NIOSH (National Institute for Occupational Safety and Health) y Cal/OSHA (California Occupational Safety and Health) (www.cdc.gov/niosh/ y www.dir.ca.gov/dosh). Ambas agencias reconocen la importancia de seleccionar adecuadamente la herramienta de mano a utilizar a la hora de reducir las lesiones de este tipo.

Estas agencias han creado un cuestionario que permite evaluar la calidad de una herramienta de mano en concreto. Esto permitirá, al exportador español, saber cual es la calidad de sus productos en este parámetro según los estándares americanos.

EL MERCADO DE LA HERRAMIENTA DE MANO EN ESTADOS UNIDOS

A continuación se muestra el cuestionario, cuantas más respuestas positivas se den, mejor será la herramienta:

1. Para herramientas de un solo mango: ¿Es cómoda la herramienta y además posee un mango con un diámetro de entre 1 ¼ y 2 pulgadas⁶?
2. Para herramientas de precisión que se usan con una sola mano: ¿Es el diámetro del mango entre 1/4 y 1/2 pulgadas?
3. Para herramientas con dos mangos: ¿Es la abertura de al menos 2 pulgadas cuando está cerrada y 3 ½ cuando está abierta?
4. Para herramientas con dos mangos usadas en tareas de precisión: ¿Es la abertura de al menos 1 pulgada cuando está cerrada y no más de 3 pulgadas cuando está abierta?
5. Para herramientas con dos mangos: ¿Tiene la herramienta un muelle para hacerla volver a la posición original?
6. ¿Carece el mango de la herramienta de muescas o superficies afiladas?
7. ¿Están los mangos forrados de un material blando?
8. ¿Puede usarse la herramienta sin necesidad de flexionar la muñeca?
9. ¿Puede ser usada con ambas manos indistintamente?
10. Para tareas que requieren el uso de la fuerza, ¿Es el mango más largo que la parte más ancha de la mano (normalmente de 4 a 6 pulgadas)?
11. ¿Está hecho el mango de la herramienta de un material antideslizante?

La guía completa "Easy Ergonomics: A Guide to Selecting Non-Powered Hand Tools," puede encontrarse en la dirección: www.cdc.gov/niosh/docs/2004-164/pdfs/2004-164.pdf.

3. FERIAS

Las ferias son un importante medio de comercialización y ventas, ya que permiten a las empresas tener un contacto directo con la competencia, aprender a conocer el mercado y conocer a distribuidores y agentes. Las ferias más importantes del sector son:

National Hardware Show

Anual. Las Vegas, 17 al 19 de Mayo de 2005

Se trata de la feria más importante del sector, que este año celebra su 60 edición. Este evento ofrece a minoristas, agentes, intermediarios, distribuidores y mayoristas el escenario perfecto para ponerse en contacto con fabricantes procedentes de distintas partes del mundo. La participación en la misma puede ser muy útil para cualquier empresa que se quiera abrir mercado en éste país. Los sectores que abarca esta feria son los siguientes: herramientas y ferretería, jardinería y exteriores y puntura y decoración del hogar.

<http://www.nationalhardwareshow.com>

⁶ 1 pulgada = 2,54 centímetros

EL MERCADO DE LA HERRAMIENTA DE MANO EN ESTADOS UNIDOS

International Builder's Show

Anual. Orlando, Florida, 11 al 14 de Enero de 2006

Es la feria más importante en Estados Unidos y una de las más importantes en el ámbito mundial en lo que se refiere a construcción residencial. Abarca todo tipo de productos relativos a este sector. La pasada edición recibió unos 104.922 visitantes.

<http://www.buildersshow.com>

4. PUBLICACIONES DEL SECTOR

Home Channel News

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

Esta revista ofrece información muy completa de lo que ocurre en el sector del bricolaje. Aporta novedades, tendencias, encuestas a fabricantes y distribuidores, así como a los minoristas. Publica estudios muy interesantes, así como datos estadísticos y previsiones de ventas y marcha del sector.

Tools of the Trade

<http://www.toolsofthetrade.net>

Esta revista digital tiene una sección especial dedicada a la herramienta de mano. Es una publicación muy especializada dirigida principalmente a fabricantes del sector.

Do It Yourself Retailing

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

De publicación mensual, es una de las revistas con mayor tirada dentro del sector del bricolaje. Aunque su público más directo son los minoristas, esta publicación llega a todos los segmentos del sector, ofreciendo reportajes en cada edición sobre la situación de segmentos concretos dentro de la industria.

The Blue Book of Building and Construction

<http://www.thebluebook.com>

Se trata de una importante fuente de información del sector de la construcción y equipamiento. Incluye un gran número de listados de distribución y perfiles de empresas del sector, con las que se puede entablar contacto directo, a través de correo electrónico incluido.

Ver en el apartado "Industry Links"(<http://www.thebluebook.com/links/ilhead.htm>), un exhaustivo directorio de enlaces con Asociaciones, Instituciones, Centros de Información, Noticias, Publicaciones y Ferias del Sector.

EL MERCADO DE LA HERRAMIENTA DE MANO EN ESTADOS UNIDOS

Para buscar empresas concretas, escoger la zona de interés en la casilla "Search in:", mantener "Keyword" como tipo de búsqueda e introducir la palabra en la casilla "Search for". Se puede acotar más la búsqueda, por condados o a través de la opción que permite repetir automáticamente la búsqueda en otras regiones.

5. ASOCIACIONES

American Hardware Manufacturers Association

<http://www.ahma.org>

Esta asociación ofrece en su página web información interesante del sector: noticias, publicaciones, datos estadísticos, información sobre ferias, etc.

Home Improvement Research Institute

<http://www.hiri.org/>

Esta organización saca a la venta estudios del sector, y además ofrece información gratuita, como noticias, previsiones...Es una buena fuente de información para el que tenga pensado acometer el mercado americano.

Specialty Tools & Fasteners Distributors Association

<http://www.stafda.org/flash.html>

Esta asociación está formada por distribuidores, fabricantes y agentes que desean intercambiar ideas y conocimiento sobre el sector de la construcción.

Power Tool Institute

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

Esta asociación tiene como objetivo informar sobre el sector de la herramienta eléctrica. Más concretamente, persigue la existencia de un entendimiento global de estas herramientas, así como el mantenimiento de unos estándares de seguridad y calidad.

Building Hardware Manufacturers Association

<http://www.buildershardware.com>

Contiene información sobre homologaciones.

6. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS

Hand Tool Institute

<http://www.hti.org>

Dispone de un directorio de fabricantes y un listado de los estándares que, en los EE.UU., atañen a las herramientas de mano.

Contractor Tools

<http://www.contractorstools.com>

Vendedor de herramientas "on-line". Útil por el amplio listado de fabricantes cuyas líneas de producto lleva.

IX. PRECIO MEDIO

Hemos elaborado tres tablas dónde se compara el valor medio de tres partidas arancelarias (820730, 851511 y 8208), contenidas en el NAICS 332212, herramientas de mano y corte, para España y los cuatro países que más exportan esa partida a los Estados Unidos en el año 2004. Así podremos tener una aproximación a cual es el valor medio de las herramientas de mano españolas comparadas con sus competidores.

Es importante tener en cuenta que hay que tomar estos datos con cierta precaución, ya que las cifras en unidades podrían estar sujetas a errores en la contabilización a lo largo del proceso de aduanas, por ejemplo, si se contabiliza como una unidad, una caja o cargamento o si el método difiere para cada país.

820730 ÚTILES PARA EMBUTIR, DE ESTAMPAR O DE PUNZONAR

Países	Valor (millones de \$)	Cantidad	Valor medio
1. Japón	505,44	1.394.020	362,58
2. Canadá	184,00	422.140	435,86
3. Alemania	42,68	909.041	46,95
4. Corea del Sur	29,74	932.816	31,88
5. China	25,10	10.567.635	6,26
6. España	12,14	5.786	2.097,49
7. Taiwán	11,02	2.064.919	5,34

Fuente: World Trade Atlas y elaboración propia.

EL MERCADO DE LA HERRAMIENTA DE MANO EN ESTADOS UNIDOS

851511 SOLDADORES Y PISTOLAS PARA SOLDAR

Países	Valor (millones de \$)	Cantidad	Valor medio
1. México	14,40	2.533.286	5,69
2. Japón	3,63	78.550	46,23
3. Taiwán	3,56	1.217.325	2,93
4. China	3,34	2.055.723	1,63
5. España	1,18	115.746	10,22

Fuente: World Trade Atlas y elaboración propia.

8208 CUCHILLAS Y HOJAS CORTANTES, PARA MÁQUINAS O PARA APARATOS MECÁNICOS. (SE INCLUYEN TODAS LAS SUBPARTIDAS, EXCEPTO LA 820810, PARA TRABAJAR METALES).

Países	Valor (millones de \$)	Cantidad	Valor medio
1. Alemania	39,36	24.601.414	1,60
2. Canadá	22,64	5.829.236	3,88
3. Japón	21,23	33.714.272	0,63
4. Reino Unido	14,23	5.972.169	2,38
12. España	6,63	1.715.726	3,86

Fuente: World Trade Atlas y elaboración propia.

Observamos en las tablas, que el valor medio de las herramientas de mano españolas es, en general, más alto que el de muchos de sus competidores. Esto puede deberse a que los productos comparados son de distintas calidades, siendo los españoles de mayor complejidad y por lo tanto valor. Esto encaja también con la opinión general de los distribuidores americanos, que clasifican a los productos españoles de innovadores y avanzados.