



Informe e-País: El comercio electrónico en Israel

Noviembre 2024

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Tel Aviv

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



11 de noviembre de 2024
Tel Aviv

Este estudio ha sido realizado por
Susana Roth Lion

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Tel Aviv

<https://www.icex.es/es/quienes-somos/donde-estamos/red-exterior-de-comercio/IL/inicio>.

NIPO: 224240302

El mercado del comercio electrónico israelí es uno de los más potentes en Oriente Medio. Israel es un país relativamente pequeño de casi 10 millones de habitantes, pero cuya población no para de crecer dada su alta tasa de natalidad y el aumento de la inmigración. **La tasa de penetración de Internet en el país ronda el 91,9%**, un porcentaje elevado pero alejado de otros países desarrollados como es el caso de España (96%) o Estados Unidos (97%). En este sentido, conviene señalar que existe una parte de la población (judíos ultraortodoxos) que por razones culturales y religiosas rechaza el uso de las nuevas tecnologías.

El idioma vehicular en el país es el hebreo. Sin embargo, la mayoría de la población habla y entiende el inglés. Además, existen otros idiomas cuyo porcentaje de hablantes en el país es elevado como es el caso del árabe (18%) y el ruso (15%).

El cliente israelí está inmerso en un entorno tecnológico: el 81% de sus ciudadanos disponen de un ordenador en su vivienda y el 85% de la población adulta posee un *smartphone*. **La tasa de penetración del comercio electrónico es del 44,5% y se espera que alcance el 58,7% en 2029.**

La información publicada por [Statista](#) indica que **el comercio electrónico en Israel generará ingresos en el año 2024** por un importe de 6.860 millones de dólares. Según [ECDB](#), la estimación es superior alcanzando los 7.104 millones de dólares. La pandemia de COVID-19 fue un factor clave para que los israelíes ampliaran sus compras por Internet. La actual situación de guerra, que impide en amplias zonas del país una actividad comercial regular, ha dado un nuevo impulso al comercio electrónico que se presenta como una única alternativa para muchas empresas israelíes. Además, se espera que los ingresos muestren una tasa de crecimiento anual del 10,52% lo que resultara en un volumen de mercado proyectado de 11.310 millones para 2029. Realizando un desglose por sectores, en el año 2024, el sector que obtuvo mayores ingresos fue el de la moda, con 1.370 millones de dólares de ingresos, seguido por el de aparatos electrónicos, con una cifra de 1.290 millones de dólares. El resto de los sectores que destacaron fueron los de juguetes y ocio, alimentación, cuidado personal, muebles, etc.

El 93% de los consumidores israelíes reconoce haber realizado alguna compra online durante el año 2024. El 51,2% de las mujeres y el 53% de los hombres israelíes de 15 años o más habrían comprado algún producto en Internet durante el último año. A la hora de realizar las compras, los israelíes prefieren hacerlas a través de dispositivos móviles (42,2%) y de su ordenador fijo (57,8%). **El gasto anual por consumidor en comercio electrónico asciende en Israel a [\\$1.741](#).** El 59% de los compradores en línea reconoce comparar entre varias páginas antes de hacer la compra final.

El comercio B2C (*Business to Consumer*). Aunque la mayoría de las empresas israelíes centran su atención en solucionar los problemas de empresa a empresa (B2B), lo que generalmente significa exportar sus ideas de negocio a otros mercados para escalar sus servicios, hay un

segmento interesante y en crecimiento que se centra en ofrecer soluciones a los consumidores (B2C). El comercio electrónico en Israel se encuentra ligeramente concentrado en cinco grandes plataformas: [Shufersal](#), [Shein](#), [Next](#), [KSP](#) y [Super-Pharm](#). Las tres primeras aglutinan el 34% de las ventas totales considerando a las 100 principales tiendas de comercio electrónico del país.

Por otro lado, el ecosistema israelí de startups e innovación permite que **el mercado de B2B (Business to Business)** esté muy desarrollado. Muchas empresas ofrecen servicios, principalmente de carácter tecnológico, a otras compañías. Las empresas israelíes destacan por ofrecer servicios de ciberseguridad, de *fintech*, de recursos humanos o de *marketing*, entre otros.

En cuanto al **C2C (Consumer to Consumer)**, los israelíes utilizan principalmente [Facebook Marketplace](#), [Wallshops](#), [Yad2](#); otras plataformas de C2C que también tienen presencia en el país son [eBay](#), [Etsy](#) o [Agora](#). Por su parte, el **B2G (Business to Government)** está en fase de desarrollo en Israel. El país ocupa el puesto número 23 en el [E-Government Development Index 2024](#) de Naciones Unidas. En los últimos años, el gobierno de Israel está realizando un esfuerzo para agilizar el proceso de información de licitaciones públicas a través de herramientas digitales.

El comercio electrónico transfronterizo es la fuerza impulsora de las compras en línea, ya que la mayoría de los bienes de consumo locales se consideran de calidad inferior y más caros que los productos internacionales. En consecuencia, los sitios web internacionales como [Amazon](#), eBay, Shein, Next, etc., que están sujetos a regulaciones de IVA menos estrictas que los minoristas en línea con presencia física en Israel, dominan el mercado. No obstante, varios sitios web israelíes, como Superpharm o Terminalx, también tienen cuotas de mercado considerables.

La logística es una variable que resulta decisiva a la hora de exportar a Israel. Desde el registro de la marca hasta la publicidad, que deberá ser principalmente *online* y orientada hacia las redes más importantes como [Facebook](#) e [Instagram](#), hay todo un proceso que debe ser tomado muy en consideración.

Las regulaciones y la imposición dependen del tipo de producto y su valor. Las negociaciones entre ambas partes determinarán el mecanismo (normalmente carta de crédito) y los plazos de pago, que suelen situarse entre 30 y 90 días. **La inmediatez en la entrega al domicilio es un criterio muy valorado por el consumidor israelí**, por lo que **la subcontratación de servicios de logística** y la construcción de centros dedicados al efecto aumentan cada año.

Durante los últimos años, las autoridades locales están llevando a cabo **reformas con el objetivo de aumentar la competencia en los mercados**. En Israel, el coste de la vida es alto, siendo ésta una de las mayores preocupaciones de los ciudadanos israelíes y de sus autoridades.

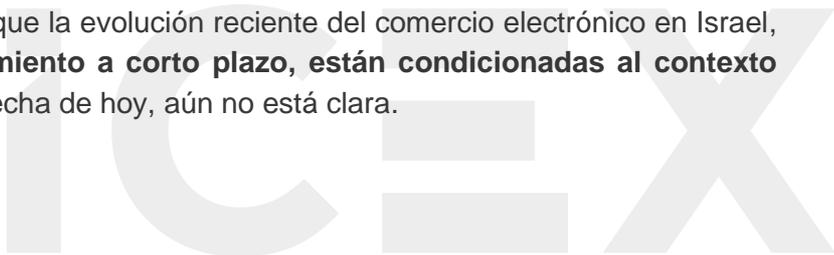
Para aumentar la competitividad, las autoridades israelíes están fomentando las importaciones personales a través de Internet; las barreras de entrada al mercado israelí son mayores en el caso de las importaciones comerciales que en las personales, por lo que, dependiendo de las circunstancias, es preferible decantarse por la segunda opción. Sin embargo, aparte de un

sobrecargo del 17% del precio en materia de IVA, el 46% de las cancelaciones en las compras *online* en Israel se deben a los altos costes de envío o a la falta de opciones de entrega dada la poca fiabilidad del servicio de paquetería pública.

La presencia española en los mercados electrónicos israelíes es significativa y creciente: grandes compañías como [Zara](#) y [Mango](#) ocupan lugares relevantes en el sector de la moda y conforman parte de la oferta de principales operadores como [Terminal X](#). Otros sectores también cuentan con presencia española: [Cosentino](#) destaca en el sector del hogar a la vez que los vinos, quesos y aceite de oliva españoles se encuentran en los lineales de numerosos establecimientos.

En conclusión, el comercio electrónico en Israel ha aumentado regularmente en los últimos años. La pandemia en 2020 y la actual situación en el país han impulsado los nuevos métodos de compra. La búsqueda de una mayor oferta y precios más bajos por parte del consumidor, en un contexto de encarecimiento del coste de vida, contribuyen también a una mayor utilización de los mercados *online* en Israel.

No obstante, hay que tener en cuenta que la evolución reciente del comercio electrónico en Israel, así como sus **perspectivas de crecimiento a corto plazo, están condicionadas al contexto actual** de guerra, cuya finalización, a fecha de hoy, aún no está clara.



CONTACTO

La [Oficina Económica y Comercial de España en Tel Aviv](#) está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en Israel.

Entre otros, ofrece una serie de [Servicios Personalizados de consultoría internacional](#) con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Israel, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa.

[ICEX España Exportación e Inversiones](#) también cuenta con un programa específico para ayudar a las empresas en la internacionalización a través del comercio electrónico y, específicamente, a través de *marketplaces*: [eMarketServices](#). A través de este proyecto se acompaña a las empresas en todo su proceso de aprendizaje sobre el funcionamiento del canal *online*, el conocimiento de los mercados electrónicos más relevantes para su estrategia de internacionalización en cada mercado y la puesta en marcha de acciones de promoción comercial y venta en ellos. Esto se realiza mediante [formación](#), con cursos, eventos y webinarios específicos; con información de mercados, aportando un [Observatorio de Tendencias eCommerce mundial y estudios de mercado e informes e-País](#) como este, pero también [noticias y reportajes de actualidad](#), [casos de éxito](#), [entrevistas](#) y una [Red de Expertos](#) con artículos sobre todos los aspectos del comercio *online* y los mercados electrónicos. También mediante [asesoría, ofreciendo servicios a medida](#) para encontrar los *marketplaces* más adecuados o elaborar la estrategia de internacionalización *online* gracias al servicio de consultoría; y conectando con los propios mercados, mediante el [directorio internacional de mercados electrónicos](#) que analiza y lista más de 1.000 plataformas de más de 90 países y con acuerdos de colaboración con los principales *marketplaces* mundiales, como [Amazon](#), [Alibaba](#) o [JD.com](#), entre otros.

Para descubrir nuestros servicios, puede ver nuestro video [aquí](#).



Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEx España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores

www.icex.es



ICEX España
Exportación
e Inversiones