EM ESTUDIO DE MERCADO

2023

ICEX España Exportación e Inversiones

El mercado de la moda y el calzado en Israel

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.

EM ESTUDIO DE MERCADO

3 de octubre de 2023
Tel Aviv

Este estudio ha sido realizado por
Juan Antonio Merino Romero

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

http://israel.oficinascomerciales.es

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-23-010-0

El presente estudio tiene como objetivo analizar el mercado de la moda y el calzado en Israel. Se trata de un sector de gran importancia, tanto por su tamaño y perspectivas de crecimiento como por su potencial para las empresas españolas.

1.1. El mercado israelí

El mercado israelí, si se toma en su conjunto la confección y el calzado, representó en 2022 un volumen de ventas de 23.740 millones de NIS, con el sector de la confección como principal motor, con un tamaño más de cuatro veces mayor que el del calzado. Este sector se puede dividir en confección femenina, masculina e infantil. La confección femenina es el mercado más grande (más de 6.400 millones de NIS), seguido de la masculina (más de 3.600 millones de NIS) y la infantil (en torno a 2.800 millones), según datos de 2022. El calzado, por su parte, representa la segunda categoría más grande, con un mercado de más de 3.700 millones de NIS.

Más del 60 % de los artículos pertenecientes a estas categorías y vendidos en Israel provienen del extranjero. Así, en torno al 14 % de todas las importaciones de bienes de consumo son artículos de moda y calzado. De estas, las importaciones procedentes de España representan el 8 % del total, suponiendo cerca de 300 MUSD y en tendencia ascendente en los últimos años.

En cuanto a la **oferta**, el mercado israelí está dominado, por una parte, por grandes empresas locales. Entre estas destacan FoX Wizel Ltd. y Castro Model Ltd., las más grandes del país, que tomadas en conjunto se acercan a una cuota de mercado del 20 %. Junto a ellas, sin embargo, están presentes grandes grupos internacionales, entre los que sobresalen Nike y Adidas (cada uno con un 6 % de cuota de mercado aproximadamente). Cabe destacar también el grupo israelí Gottex, que comercializa artículos de la española Inditex en el país, concretamente de las marcas Zara y Pull & Bear. Este grupo tiene una cuota de mercado de en torno al 6 %. Fox Wizel Ltd. cuenta con un acuerdo similar y distribuye los artículos del grupo español Punto Fa en Israel. Es importante señalar que varios importadores, sin embargo, no se dedican en exclusiva al sector de la moda, pudiendo actuar en otros relacionados (cosmética, lujo, etc.) o pertenecer a grupos generalistas.

Se trata, sin embargo, de un mercado fragmentado, del que más de la mitad está ocupado por empresas que representan menos de un 1 % de cuota.

En cuanto a la **demanda**, se puede decir que está muy condicionada por las características demográficas del país. Israel es un caso excepcional en el mundo, en el que se combinan una economía desarrollada y amplia renta disponible para el consumo junto con una elevada natalidad. Esto se da en todos los grupos, especialmente en algunos como la población religiosa. En este sentido, la demanda de artículos de moda y calzado ha seguido una trayectoria ascendente en los últimos años, cubierta casi en su totalidad por importaciones.

En las categorías de moda masculina, femenina y calzado, la demanda sigue una distribución paralela a la renta per cápita. Es decir, a mayor quintil de renta, mayor es la demanda. La única

categoría que presenta una distribución inversa es la que agrupa los artículos de confección para el mercado infantil, en la que, a menor renta, más productos se demandan.

Los principales factores de compra que influyen en qué y cuánto se demanda son, por una parte, el estilo de vida activo y el clima, que impulsa algunos accesorios y los artículos de moda deportiva; el fin de las restricciones por la pandemia de COVID-19, que ha supuesto la vuelta al trabajo presencial e impulsado otras categorías; la elevada natalidad que afecta positivamente a la confección infantil y, por último, la concienciación sobre los efectos ambientales y sociales de esta industria y el crecimiento de las plataformas de compra *online*, así como el mercado de segunda mano.

La evolución de los **precios** en los últimos diez años ha sido a la baja, contrariamente a la tendencia general de subida motivada por factores como la inflación, el encarecimiento de las materias primas o las disrupciones sufridas por las cadenas de suministro. Tomando como base el año 2012, los precios en las categorías estudiadas se han reducido más de un 30 %. La categoría donde más se han reducido los precios es en la confección femenina, hasta casi la mitad, mientras que en otras como las medias o la ropa interior masculina, los precios han aumentado. Asimismo, en el presente estudio se incluye un *storecheck* con precios específicos para varios productos comercializados a través de distintas compañías.

En cuanto a los medios de pago, en este sector la mayoría de las transacciones se realizan a través de tarjeta bancaria, y la tendencia es clara a favor de este medio de pago, las transacciones realizadas en efectivo son cada vez menos comunes y se reservan para los estipendios más pequeños.

La **percepción del producto español** es positiva. Los productores españoles más internacionales como Inditex y Punto Fa llevan años presentes en el país, además de otras empresas más pequeñas que son reconocidas por su calidad. En este sentido, las marcas españolas se posicionan en este mercado en los segmentos alto y medio-alto.

El canal de **distribución** es diferente según el segmento. En el segmento bajo existen pequeños importadores locales que comercializan cantidades no muy grandes, mientras que en los segmentos medio y alto lo más común para las empresas extranjeras es establecer acuerdos de distribución exclusiva con grandes socios locales (como Inditex a través de Gottex o Punto Fa a través de Fox Wizel).

La mayoría de las ventas se producen de forma presencial en tiendas especializadas en moda y calzado, así como en tiendas de deporte. Sin embargo, el canal *online* es cada vez más relevante, y existen plataformas tanto multimarca como propiedad de algunos de los actores más potentes del panorama, como Terminal X. Hoy en día, representa más del 20 % del total de las transacciones en este mercado, y la tendencia, especialmente desde la pandemia de COVID-19, es de crecimiento acelerado.

Por último, podemos decir que no existen importantes **barreras** comerciales a las importaciones procedentes de España, ya que desde la firma en el año 2000 del Acuerdo de Asociación con la Unión Europea, no existen barreras arancelarias. La tendencia en los últimos años es además positiva para los productores europeos, ya que en Israel se está procediendo a equiparar estándares y regulaciones.

1.2. Perspectivas del sector

Las perspectivas del sector son optimistas. En términos generales, se estima un crecimiento de más del 17 % hasta 2027, si bien en algunas categorías se esperan cifras aún mayores (19 % en calzado, 20 % en moda deportiva).

Las mayores oportunidades para las empresas españolas son las que ofrecen el mercado de la moda infantil y el comercio electrónico. En el primer caso, la elevada demanda de estos productos en el país no tiene visos de remitir, y España cuenta con actores de gran calado en este mercado que pueden aprovechar la oportunidad. En el segundo, la cada vez mayor aceptación y uso de las plataformas de compra *online* representa una oportunidad para empresas de menor tamaño que tendrían más dificultades a la hora de implantarse en el país, ya que a través de estas es posible abordar el mercado por una fracción del coste.

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 siga el enlace

www.icex.es

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO
ICEX España Exportación e Inversiones