



Informe e-País: El comercio electrónico en Israel

Octubre 2021

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



15 de octubre de 2021
Tel Aviv

Este estudio ha sido realizado por
Guillermo Gómez Montoya y Álvaro Martínez Pizarro

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: 114-21-014-3

El mercado del comercio electrónico israelí es uno de los más potentes en Oriente Medio. Israel es un país relativamente pequeño de 9,3 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 77%, un porcentaje elevado pero alejado de otros países desarrollados como es el caso de España (92,5%) o Estados Unidos (95,6%). Es cierto que existe una parte de la población (judíos ultraortodoxos) que rechaza la relación con la tecnología y que abarca aproximadamente el 15% del total de los habitantes.

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 79,5% de sus ciudadanos disponen de un ordenador en su vivienda y el 88% posee un *smartphone*. La tasa de penetración del comercio electrónico del 44,7% se traduce en un mercado de 3,9 millones de clientes.

El comercio electrónico en Israel generó ingresos en el año 2020 de 5.006 millones de dólares, lo que supuso un incremento del 40% con respecto al año anterior. La pandemia de COVID-19 ha sido un factor clave para que los israelíes hayan comprado más desde Internet. Además, se espera que esta tendencia siga en aumento y que en 2025 se alcance la cifra de 10.158 millones de dólares, es decir, un crecimiento del 103%. Realizando un desglose por sectores, en el año 2020 el sector que obtuvo mayores ingresos fue el de la moda, con 1.501 millones de dólares de ingresos, seguido por el de aparatos electrónicos, con una cifra de 1.282 millones de dólares. El resto de los sectores que destacaron fueron los de juguetes y ocio, alimentación, cuidado personal y muebles.

El 69% de los consumidores israelíes reconoce haber realizado alguna compra online durante el año 2020, según una [encuesta](#) de McKinsey. Los hombres son más proclives a realizar compras (53%) y el grupo de edad entre los 18-44 supone el 75% del total de compras en Israel. A la hora de realizar las compras, los israelíes prefieren hacerlas a través de su *smartphone* (58%) y de su ordenador (40%), mientras que apenas un 2% realiza compras *online* a través de su *tablet*. El **gasto anual por consumidor en comercio electrónico es mayor en Israel (\$1.293)** que en España (\$798). Con el objetivo de seguir fomentando el comercio electrónico, el gobierno creó varias medidas fiscales en 2017 en función del valor del importe del producto o servicio adquirido, destacando que aquellos productos cuyo valor sea menor de 75 dólares están exentos del pago del IVA (17%).

El comercio B2C (*Business to Consumer*) no está del todo desarrollado en Israel en comparación con otros mercados. Sin embargo, el número de compradores está creciendo una media de 17% por año y se espera que en 2024 se alcance la cifra récord de 8.000 millones de dólares de ingresos procedentes del *e-commerce*. El 59% de los compradores en línea reconoce comparar entre varias páginas antes de hacer la compra final (*ROPO*). En cuanto al perfil económico de los compradores, el 36% son de ingresos altos; el 33% medios y el 32% bajos. El comercio electrónico en Israel se

encuentra ligeramente concentrado en cinco grandes plataformas que aglutinan el 37% de compras totales en el país. Dichas plataformas son: [Amazon](#), [Shein](#), [KSP](#), [Next](#) e [iHerb](#).

Por otro lado, el ecosistema israelí de startups e innovación permite que el mercado de B2B (*Business to Business*) esté desarrollado. Muchas empresas ofrecen servicios, principalmente de carácter tecnológico, a otras empresas. 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](#) y [Buy2](#). 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 30 en el [E-Government Development Index](#) de Naciones Unidas. En los años recientes el gobierno de Israel está realizando un esfuerzo para agilizar el proceso de información de licitaciones públicas a través de herramientas digitales.

El comercio transfronterizo ascendió a aproximadamente 4.800 millones de dólares en 2020, un 15,5% más con respecto al año anterior. Además, las previsiones estiman que dicha cifra se doblará en 2024. La cadena de supermercados [Shufersal](#) es la página web que acapara mayor cuota de mercado en Israel, concretamente el 14,3% en 2020. [Amazon](#) ocupa el segundo lugar (12,4%), seguido por [Alibaba](#) (11%) y [eBay](#) (10,4%).

La logística es una variable que resulta decisiva a la hora de exportar a Israel. Desde el registro de la marca –cuya validez será de 10 años– hasta la publicidad, que deberá ser mayormente *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.

Las barreras de entrada al mercado israelí son mayores en el caso de las importaciones comerciales que en las personales, por lo que 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 la falta de opciones de entrega dada la poca fiabilidad del servicio de paquetería público.

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](#) y [Chozen](#). Otros sectores también cuentan con presencia española: [Cosentino](#) destaca en el sector del hogar a la vez que los vinos, quesos y azafrán españoles se encuentran en los lineales de numerosos establecimientos.



En conclusión, el comercio electrónico en Israel ha aumentado considerablemente con la llegada de la crisis sanitaria. Por esta razón, un 79% de los israelíes ha adoptado nuevos métodos de compra desde el año 2020. Consecuentemente, con el mencionado aumento del 36%, el mercado israelí de comercio electrónico contribuyó por encima de la media a la tasa de crecimiento mundial del 29% en 2020. La búsqueda de una mayor oferta y precios más bajos por parte del consumidor, en un contexto de encarecimiento del coste de vida, contribuyen a una mayor utilización de los mercados *online* en Israel.

ICEX

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](#).

icex

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