

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

DEPARTAMENTO DE
INTELIGENCIA DE MERCADOS



Guía de mercado multisectorial

Israel



Contenido

I.	Resumen Ejecutivo	3
II.	Información General	4
	3.1 Evolución de los Principales Sectores Económicos	5
	3.2 Nivel de Competitividad	5
IV.	Comercio Exterior de Bienes y Servicios	6
	4.1 Intercambio Comercial Israel – Mundo	6
	4.2 Intercambio Comercial Perú - Israel.....	6
V.	Acceso al Mercado.....	8
	5.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias.....	8
	5.2 Otros impuestos aplicados al comercio.....	11
VI.	Oportunidades Comerciales	11
	6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales.....	11
	6.2. Productos con Potencial Exportador	11
VII.	Tendencias del Consumidor	15
VIII.	Cultura de Negocios	16
IX.	Links de interés	17
X.	Eventos Comerciales.....	18
XI.	Bibliografía	18

I. Resumen Ejecutivo

Israel es una democracia representativa con un sistema parlamentario y sufragio universal. El primer ministro actúa como jefe de Gobierno, y la Knéset como cuerpo legislativo de Israel. Jerusalén es la ciudad más poblada y capital de este país. Otras ciudades importantes son Tel Aviv, Haifa, Netanya, Nazaret, Petaj Tikva y Eilat.

De acuerdo al FMI, el PBI en 2015 fue de 2,5%, proyectándose un crecimiento de 0,8 para el 2016. En tanto que la tasa de desempleo fue de 5,3% en el 2015, y se proyecta que esta se reduzca y llegue a 5,2% en 2016. Este mercado posee una gran proporción de población joven y una baja tasa de participación de las mujeres en la PEA.

Las exportaciones de bienes de Israel al mundo han registrado una tendencia negativa en los últimos cinco años (-1,4% en promedio), y con un ligero decrecimiento en 2015 (-7,11%). Asimismo, para el caso de las importaciones del país, estas se redujeron en 4,1% en promedio entre 2011 y 2015. Para el último año, estas ascendieron a US\$ 62 miles de millones y tuvieron un decrecimiento de 14,2% con respecto al año anterior. Por su parte, el intercambio comercial entre Turquía y el mundo disminuyó a una tasa promedio de 2,8% en el último quinquenio.

Las exportaciones de Perú hacia Israel en general decrecieron en los últimos 5 años a un ritmo de 7,4% en promedio, a excepción de los años 2014. En 2015, las exportaciones registraron un valor de US\$ 9 millones, un 30,9% menos que el año anterior.

El promedio de los aranceles NMF que Israel aplica a las importaciones fue de 4,6% en 2014, menor a las tasas medias de mercados como China (9,9%), México (7,9%) y Japón (4,9%); y similar a las de otros mercados similares de Medio Oriente como Kuwait y Emiratos Árabes. Asimismo, aproximadamente 45% de su universo arancelario se encuentra exento de aranceles; entre los productos que se encuentran liberalizados para su importación destacan principalmente el algodón, café, algunos productos químicos, azúcares y artículos de confitería.

La distribución de las competencias de recaudación de impuestos depende de la naturaleza de los mismos, ya que tanto el Gobierno central como los ayuntamientos tienen potestad para aplicar tasas a los ciudadanos. Actualmente, se establece un impuesto sobre las utilidades de las sociedades de 25%, mientras que la imposición sobre la renta de las personas físicas tiene un mínimo de 10% y un máximo de 50%.

II. Información General

El estado de Israel está situado en la ribera sudoriental Limita al norte con el Líbano, al este con Siria, Jordania, Palestina, al oeste con el mar Mediterráneo y Palestina, al suroeste con Egipto y al sur con el golfo de Aqaba, en el mar Rojo.

Israel es una democracia representativa con un sistema parlamentario y sufragio universal. El primer ministro actúa como jefe de Gobierno, y la Knéset como cuerpo legislativo de Israel. Jerusalén es la ciudad más poblada y capital de este país. Otras ciudades importantes son Tel Aviv, Haifa, Netanya, Nazaret, Petaj Tikva y Eilat.

El tamaño de su población es de 8 millones de habitantes aproximadamente. La población urbana es el 92.1% del total de habitantes, estimándose una tasa de crecimiento de la urbanización de 1,56%. La mayoría de sus habitantes (37,13% de la población) tienen entre 25 y 54 años, seguido por el grupo de 0 a 14 años de edad (27,95% de la población). La religión predominante en el país es la judía (75%), mientras que existen también musulmanas (17.5%) y cristianas que constituyen el 2%. Los grupos étnicos en el país, principalmente son judíos en un 75%:



III. Situación Económica y de Coyuntura

3.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

Cuadro N° 01

Evolución de los Indicadores Macroeconómicos					
Indicadores Económicos	2012	2013	2014	2015	2016p
Crecimiento real del PBI (%)	2.9	3.3	2.6	2.5	3.3
PBI per cápita (US\$)	32 832	36 297	37 222	35 702	36 663
Tasa de inflación (%)	1.7	1.5	0.5	-0.1	2.0
Tasa de desempleo (%)	6.9	6.3	5.9	5.3	5.2

Fuente: FMI / (*) Proyectado Elaboración: PROMPERU

De acuerdo al FMI, el PBI en 2015 fue de 2,5%, proyectándose un crecimiento de 0,8 para el 2016. En tanto que la tasa de desempleo fue de 5,3% en el 2015, y se proyecta que esta se reduzca y llegue a 5,2% en 2016. Este mercado posee una gran proporción de población joven y una baja tasa de participación de las mujeres en la PEA.

La divisa oficial de Israel es el Israel Shekel (ILS). A continuación se muestra el tipo de cambio en relación a los dólares americanos (USD)

1.00 ILS = 0.259776 USD
 Israeli Shekel ↔ US Dollar
 1 ILS = 0.259776 USD 1 USD = 3.84948 ILS
 Mid-market rates: 2016-07-14 21:08 UTC

Fuente: XE.com
 Elaboración: PROMPERU

3.1 Evolución de los Principales Sectores Económicos¹

La agricultura en Turquía, que representa 2,5% del PBI y emplea al 1.1% de la población, tiene aún una baja productividad debido a su sistema de gestión. Los principales productos del país son los olivos, cítricos, fruta y algodón. Se considera que el país es autosuficiente para cumplir con el plan alimentario, sin embargo en esta precisión no se considera a los cereales. Asimismo, Israel cuenta con una economía diversificada y tecnológicamente avanzada.

La industria manufacturera, es la principal rama de la actividad industrial de Turquía y cuenta con el 27.3% del PBI, movilizand o a más de 17.3% de la mano de obra nacional, siendo los sectores maderas, materiales y acabados para la construcción, metalmecánica, químicos y plásticos las principales actividades.

Asimismo, este mercado tiene una amplia gama de experiencia en tecnología de semillas, industria láctea, control biológico de plagas y acuicultura.

3.2 Nivel de Competitividad

En la siguiente tabla se presenta la clasificación global de los datos de Doing Business, que mide la "Facilidad de hacer negocios" (entre 189 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para el Perú, Israel y para otros países similares.

El Perú se encuentra en la posición 50° en el ranking global con respecto a la facilidad de hacer negocios, mientras que Israel se encuentra en la posición 53°. Cabe recalcar que en 2016, Perú ha disminuido 5 posiciones con respecto al ranking DB2015 mientras que Israel subió 2 posiciones con respecto al año anterior. El descenso peruano se ha registrado en los criterios de "Apertura de negocio" (bajó 8 posiciones), "Manejo de permisos de construcción" (bajó 3 posiciones), "Obtención de electricidad" (bajó 13 posiciones) y el "obtención de créditos" (bajó 3 posiciones). En tanto que, Israel ha evidenciado su crecimiento en el desempeño por "Registro de propiedades" (subió 18 posiciones), "Obtención de electricidad" (subió 1 posición) y en "Comercio fronterizo" (subió 1 posición).

¹ Euromonitor / The CIA World Factbook
 Inteligencia de Mercados

Cuadro 2: Ranking de Facilidad para Hacer Negocios 2016

Criterios	Israel	Perú	Indonesia	Colombia	México	Chile	Arabia Saudita
Facilidad de hacer negocios	53	50	109	54	38	48	82
Apertura de un negocio	56	97	173	84	65	62	130
Manejo permiso de construcción	96	48	107	38	67	24	17
Obtención de electricidad	91	64	46	69	72	51	24
Registro de propiedades	127	35	131	54	106	56	31
Obtención de crédito	42	15	70	2	5	79	79
Protección de los inversionistas minoritarios	8	49	88	14	57	36	99
Pago de impuestos	103	50	148	136	92	33	3
Comercio transfronterizo	58	88	105	110	59	63	150
Cumplimiento de contratos	77	69	170	180	41	56	86
Resolución de insolvencias	29	74	77	30	28	58	189

Fuente: Doing Business 2014 Elaboración: PROMPERU

IV. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

4.1 Intercambio Comercial Israel – Mundo

Cuadro N° 03

Intercambio comercial de Bienes Israel – Mundo (Miles de millones de US\$)							
Indicadores	2011	2012	2013	2014	2015	Var % Prom 2015/2011	Var % 15/14
Exportaciones	68	63	67	69	64	-1.4	-7.11
Importaciones	74	73	72	72	62	-4.1	-14.19
Balanza Comercial	-6	-10	-5	-3	2		
Intercambio Comercial	141	136	139	141	126	-2.8	-10.73

Fuente: GTA / Elaboración: SUNAT

Las exportaciones de bienes de Israel al mundo han registrado una tendencia negativa en los últimos cinco años (-1,4% en promedio), y con un ligero decrecimiento en 2015 (-7,11%). Asimismo, para el caso de las importaciones del país, estas se redujeron en 4,1% en promedio entre 2011 y 2015. Para el último año, estas ascendieron a US\$ 62 miles de millones y tuvieron un decrecimiento de 14,2% con respecto al año anterior. Por su parte, el intercambio comercial entre Turquía y el mundo disminuyó a una tasa promedio de 2,8% en el último quinquenio.

Según cifras del *Trademap*, los principales destino de las exportaciones provenientes de Israel en 2015 fueron Estados Unidos (28%), China (8%), Reino Unido (7%) e Bélgica (4%). En tanto que sus importaciones se registran principalmente desde Estados Unidos (13%), China (13%), Alemania (7%), Italia (5%) y Turquía (5%).

4.2 Intercambio Comercial Perú - Israel

Las exportaciones de Perú hacia Israel en general decrecieron en los últimos 5 años a un ritmo de 7,4% en promedio, a excepción de los años 2014. En 2015, las exportaciones registraron un valor de US\$ 9 millones, un 30,9% menos que el año anterior.

Por otro lado, las importaciones muestran en general un valor mayor al exportado, y han generado tendencias hacia el crecimiento ascendiendo a US\$ 78 millones en el 2015, con un crecimiento de 28,9%. Las importaciones de Perú desde Turquía han pasado de tener unos de los picos más altos en el último año creciendo en promedio los últimos 5 años a razón de 9,4%:

Cuadro N° 04

Información Comercial: Perú – Israel (US\$ Millones)							
Indicadores	2011	2012	2013	2014	2015	Var.% Prom. 15/11	Var.% 15/14
Exportaciones del Perú a Israel	13	14	8	13	9	-7.4	-30.95
Importaciones del Perú desde Israel	54	67	65	60	78	9.4	28.87
Balanza Comercial	-42	-53	-57	-47	-69		
Intercambio Comercial	67	81	73	74	87	6.8	18.02

Fuente: SUNAT

Elaboración: PROMPERU

En 2015, los envíos tradicionales representaron 22% del total, explicado por exportaciones de productos mineros, principalmente de zinc refinado. En el sector no tradicional, destacaron las categorías agropecuario (74%), metalmecánico (10%) y sidero – metalúrgico (6%), mientras que los más dinámicos fueron químico, metalmecánico y varios.

Cuadro N° 05

Exportaciones por Sectores Económicos (US\$ Miles)			
SECTOR	2014	2015	Var.% 15/14
TRADICIONAL	4,213	2,010	-52.30
<i>Minero</i>	1,725	62	-96.41
Zinc	1,725	62	-96.41
<i>Agrícolas</i>	2,489	1,948	-21.73
Café	2,489	1,948	-21.73
NO TRADICIONAL	9,173	7,233	-21.15
Agropecuario	6,602	5,376	-18.57
Metalmecánica	681	711	4.31
Sidero-Metalúrgico	525	420	-20.03
Químico	252	267	6.10
Pesquero	472	227	-51.89
Textil	248	117	-52.74
Varios (Inc. Joyería)	58	63	10.08
Maderas y papeles	303	46	-84.75
Minería No Metálica	32	5	-84.53
Artesanías	0	0	-100.00
TOTAL GENERAL	13,386	9,242	-30.95

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERU

Los principales productos no tradicionales exportados fueron quinua (42% del total), los aspersores y goteros para sistema de riego (6%) y las demás manufacturas de cinc (6%). En tanto, evidenciaron un comportamiento positivo tenemos a las semillas de cártamo y tomate con crecimientos de 26.1% y 1,081% respectivamente.

Cuadro N° 06

Israel: Principales productos no tradicionales (US\$ Miles)									
Partida	Descripción	2011	2012	2013	2014	2015	Var. % Prom 15/11	Var. % 15/14	% Part. 2015
1008509000	Quinua excepto para la siembra	-	976	2,010	3,548	3,045	-	-14.2	42
8424901000	Aspersores y goteros para sistemas de riego	-	-	-	473	424	-	-10.4	6
7907009000	Las demás manufacturas de cinc	398	346	253	376	419	1.2	11.5	6
0713509000	Habas, habas caballar excepto para la siembra	267	172	67	-	326	5.2	-	5
0811909900	Los demás frutas sin cocer o cocidos en agua o vapor congelados, sin adición de azúcar o edulcorante	292	283	674	1,169	305	1.1	-73.8	4
1207701000	Las demás semillas de cártamo para la siembra	-	-	-	242	305	-	26.1	4
2817001000	Óxido de cinc	1,959	1,555	1,140	243	240	-40.8	-1.50	3
1209915000	Semillas de tomate	-	-	-	20	240	-	1,080	3
8517700000	Partes de aparatos de telefonía	7	216	8	-	174	126.7	-	2
1604160000	Preparaciones y conservas de anchoas entero o en trozos	-	-	77	254	168	-	-33.9	2
TOTAL		6,657	6,804	7,216	9,173	7,233	2.1	-21.2	100

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERU

V. Acceso al Mercado

5.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias

Medidas Arancelarias

Los aranceles israelíes a las importaciones son reducidos y existe un régimen de libertad comercial en el marco de la pertenencia a la Organización Mundial del Comercio (OMC), lo cual se ve reflejado en los diez acuerdos comerciales que tiene vigentes a la fecha.

El promedio de los aranceles NMF que Israel aplica a las importaciones fue de 4,6% en 2014, menor a las tasas medias de mercados como China (9,9%), México (7,9%) y Japón (4,9%); y similar a las de otros mercados similares de Medio Oriente como Kuwait y Emiratos Árabes. Asimismo, aproximadamente 45% de su universo arancelario se encuentra exento de aranceles; entre los productos que se encuentran liberalizados para su importación destacan principalmente el algodón, café, algunos productos químicos, azúcares y artículos de confitería.

Por último, los aranceles NMF promedio para frutas, legumbres y plantas son de 16,1% en promedio; sin embargo, aproximadamente 22% de las líneas de la categoría se encuentran libres de aranceles. Para productos pesqueros la media arancelaria es de 8,7% y más de la mitad de su universo arancelario se encuentra liberalizado. En tanto para textiles y prendas de vestir las tasas arancelarias medias fluctúan entre 3,4% y 5,9%, respectivamente.²

² https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/tariff_profiles15_s.pdf

Cuadro N° 07

Israel: Preferencias arancelarias para principales productos no tradicionales						
RK	Partida	Descripción	Posición de Perú como proveedor	Principales competidores (% Part.)	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria
1	1008509000	Las demás quinua excepto para la siembra	1	Perú (67.4%) Ecuador (16.1%) Bolivia (9.6%)	0%	-
2	8424901000	Aspersores y goteros, para sistemas de riego	67	Estados Unidos (20.4%) Alemania (15.5%) Italia (15.4%)	12%	-
3	7907009000	Las demás manufacturas de cinc	2	China (43%) Perú (18.4%) Alemania (16.4%)	0%	-
4	0713509000	Habas, haba caballo y haba menor excepto para siembra	7	Bolivia (35.5%) Reino Unido (24%) Australia (18.2%)	0%	-
5	0811909900	Los demás frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados,	1	Perú (21.7%) Vietnam (12.6%) Polonia (12.3%)	8%	-
6	1207701000	Las demás semillas de cártamo para la siembra	2	Países Bajos (42.9%) Perú (23.5%) Tailandia (17.8%)	10%	-
7	2817001000	Óxido de cinc	3	India (46.7%) Turquía (17.9%) Perú (13%)	0%	-
8	1209915000	Semillas de tomates	12	Países Bajos (34.2%) Estados Unidos (10.3%) China (9%)	0%	-
9	8517700000	Partes de aparatos de telefonía	57	China (29.1%) Vietnam (13.6%) Estados Unidos (7.4%)	0%	-
10	1604160000	preparaciones y conservas de anchoas entero o en trozos, excepto picado	3	España (62.1%) Italia (17.8%) Perú (15.2%)	0%	-

Fuente: SUNAT / Trademap/ Market Access Map

Elaboración: PROMPERU

Medidas No Arancelarias³

A rasgos generales, las importaciones no están sujetas a trámites especiales para la mayor parte de productos. De la misma forma, y tal como sucede en otros mercados, existen procedimientos especiales para el tratamiento de algunos productos del agro como las frutas, los animales vivos, las carnes, entre otros.

La normativa sobre el Kashrut en Israel supone una doble barrera para la importación de este país de carne y productos cárnicos que no cuenten con certificado kosher. En base a ello, todos los productos cárnicos que pretendan ingresar a este mercado deben haber obtenido previamente un certificado kosher expedido por el Gran Rabinato de Israel o por el organismo que este delegue.

En ciertos sectores, como los productos farmacéuticos y los juguetes existen limitaciones o barreras técnicas a la importación. Desde 2010, el Ministerio de Sanidad de Israel exige que los envíos de medicamentos importados, para uso humano o veterinario, vayan acompañados de un registro especial de temperaturas (conocido como temperature logger o data logger)⁴. Este es considerado por muchos proveedores como un requisito que encarece el producto, y es discriminatorio pues se exige solo a las importaciones y no a las ventas nacionales.

Con el propósito de recabar más información acerca de los requerimientos de las autoridades israelíes, se recomienda que el exportador se ponga en contacto con su socio comercial en Israel, que es quien debe asesorar en estos casos, debido a que, en numerosas ocasiones, la regulación, normativa, o formularios están en idioma hebreo.

Etiquetado y envasado

Las exigencias para etiquetado son particularmente rigurosas en Israel. La información debe estar escrita en hebreo de manera obligatoria. El inglés también puede ser utilizado, siempre y cuando el tamaño de las letras no sea más grande que las letras en hebreo. Vale decir que ambos textos deben ser idénticos. Además, se debe detallar el lugar de origen del producto, el nombre y dirección de la empresa productora y del importador israelí así como la descripción del contenido y peso o volumen en unidades métricas. En caso de productos alimenticios que no hayan sido preparados bajo los preceptos del culto hebraico – judío, se recomienda no utilizar símbolos o expresiones que puedan confundir o hacer pensar que sí fue el caso. Asimismo, para todos los productos procesados, el etiquetado nutricional es obligatorio. Para mayor información acerca de la normativa de etiquetado y estandarización visitar [Institución de Normas Israelíes \(SII\)](#)

Etiquetado de productos orgánicos

Las palabras Kosher o Kashrut provienen del hebreo y significan apto o adecuado, y corresponden a los preceptos del libro Levítico de la Torá donde se indica lo que pueden y no ingerir los profesantes de la fe judía. En este libro sagrado se puede encontrar una lista de grupos básicos de alimentos: productos lácteos (leche y derivados), Parve (frutas, granos y vegetales en estado natural, igual que huevos y pescado, siempre y cuando tengan escamas y aletas) y carnes. En el caso específico de las carnes, no son Kosher el cerdo y sus derivados, mariscos y moluscos, conejos, cuyes, roedores y reptiles. Asimismo, las carnes rojas y aves de corral solo obtendrán certificación Kosher si son sacrificadas mediante el shejitá, el cual consiste en tajar rápidamente la garganta del animal con un corte exacto y sin dolor.

³ Examen de políticas comerciales Turquía. OMC

⁴ https://www.old.health.gov.il/english/Pages_E/default.asp?maincat=10&catId=28

5.2 Otros impuestos aplicados al comercio

La distribución de las competencias de recaudación de impuestos depende de la naturaleza de los mismos, ya que tanto el Gobierno central como los ayuntamientos tienen potestad para aplicar tasas a los ciudadanos. Actualmente, se establece un impuesto sobre las utilidades de las sociedades de 25%, mientras que la imposición sobre la renta de las personas físicas tiene un mínimo de 10% y un máximo de 50%.

Además, existe un impuesto sobre el valor añadido (IVA) que grava el consumo, a un tipo general de 18%. El sector financiero paga un impuesto similar al IVA y existen otros impuestos sobre la propiedad inmueble, tasa sobre las ganancias de capital e impuestos municipales. Vale mencionar que el inversor extranjero paga los mismos impuestos que el nacional pero puede recibir incentivos si invierte en determinadas zonas desfavorecidas.

VI. Oportunidades Comerciales

6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

Actualmente, Perú e Israel no tienen un Acuerdo Comercial vigente pero existe interés, en ambas partes, para iniciar las negociaciones de un Tratado de Libre Comercio a mediano plazo.

Israel, en el marco de su política de apertura comercial, cuenta con diez Tratados de Libre Comercio vigentes con más de cuarenta países, entre los que destacan los firmados con Estados Unidos y la Unión Europea. Asimismo, vale la pena mencionar que algunos países latinos como México, Colombia y MERCOSUR cuentan también con acceso preferencial a este mercado. Los Acuerdos de Libre Comercio abarcan cerca de 80% del comercio exterior israelí. Para mayor información acerca de los ALC de Israel visitar [Israel: Trade Agreements & Bilateral Issues](#)

6.2. Productos con Potencial Exportador

De acuerdo a la metodología utilizada por el departamento de inteligencia de mercados de PROMPERU, se identificaron los productos potenciales exportables, por sector, al mercado de Israel. Esta metodología requiere el cálculo de la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizadas de las importaciones de Israel (del periodo comprendido en los últimos 5 años). De este modo, si ambas variables, tanto la tasa de crecimiento como la participación, son positivas el producto se clasifica como producto estrella; si el crecimiento es positivo y la participación negativa, el producto se clasifica como prometedor. De otra parte, si el crecimiento es negativo y la participación es positiva el producto se clasifica como consolidado, y en el caso en que ambos valores son negativos el producto se considera como estancado.

Cuadro N° 8: Sector Agro

Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2015 (Miles US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores -2015
200570	Aceitunas preparadas o conservadas sin vinagre ni ácido acético	Estrella	14,578	18.2%	Grecia (43.4%) Egipto (24.2%) Marruecos (12.8%)
070200	Tomates frescos o refrigerados	Prometedor	11,693	19.7%	Turquía (82.3%) Jordania (17.0%) Italia (0.5%)
070310	cebollas y chalotes, frescos o refrigerados	Prometedor	4,277	62.2%	Países Bajos (95.2%) Jordania (3.6%) Bélgica (1%)
080430	pinas, frescas o secas	Prometedor	4,158	25%	Costa Rica (49.7%) Rep. Dominicana (43%) Ecuador (4.9%)
080610	Uvas frescas	Prometedor	1,823	15.1%	Sudáfrica (100%)
090412	Pimienta triturada o pulverizada	Prometedor	828	8%	Vietnam (48.2%) China (11.4%) Dijibouti (10.4%)
180320	Pasta de cacao, desgrasada total o parcialmente.	Prometedor	719	0%	Ghana (83.9%) Singapur (16.1%)
070960	Pimientos del genero capsicum o del genero pimenta	Prometedor	646	18.1%	Jordania (79.4%) España (18%) Turquía (2.6%)
080450	Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos.	Prometedor	549	22.9%	Sudáfrica (49.4%) Tailandia 15.8% Ecuador (14.8%)

Fuente: Trademap / SUNAT Elaboración: PROMPERU

La agricultura de Israel se caracteriza por un elevado nivel tecnológico. Son destacables los sistemas de riego a presión, la mecanización automática y controlada, semillas y plantas de alta calidad. El clima único de Israel ha requerido una estrecha colaboración entre las instituciones gubernamentales, científicos, agricultores y empresas agrícolas localizadas con el fin de maximizar el crecimiento y la sostenibilidad de la producción agrícola en una zona con recursos naturales limitados.

La agricultura en Israel es una industria altamente desarrollada. Israel es un gran exportador de productos agrícolas y es líder mundial en tecnologías agrícolas a pesar de que la geografía de Israel no es favorable para la agricultura. El sector agrícola emplea a menos de 1% de la población y las principales producciones del país son frutas y verduras, cereales, vino y cría de ganado. El país es autosuficiente en

el plan alimentario, a excepción de los cereales. De este sector, destacan los frutales (naranjas, manzanas, uvas, limones y la mayoría de cítricos), y trigo.

Cuadro N° 9: Sector Pesquero

Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2015 (Miles US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores -2015
030619	Los demás crustáceos congelados	Prometedor	1,549	12%	Chile (100%)
030499	Filetes y demás carne de pescado (incluso picada), frescos, refrigerados o congelados	Prometedor	1,386	0%	Vietnam (93.1%) China (6.9%)
030231	Albacoras o atunes blancos, frescos o refrigerados	Prometedor	813	6.6%	Sri Lanka (100%)
030614	Cangrejos de mar, congelado	Prometedor	623	12%	Vietnam (97.9%) India (1.8%) Egipto (0.3%)
030551	Bacalaos secos, incluso salado, sin ahumar	Prometedor	131	0%	Noruega (73.3%) Vietnam (24.4%) China (2.3%)
160540	Los demás crustáceos preparados o conservados.	Prometedor	124	12%	Armenia (97.6%) Rusia (2.4%)
030739	Mejillones, congelados, secos, salados o en salmuera	Prometedor	118	12%	Nueva Zelanda (100%)
160510	Cangrejos de mar preparados o conservados	Prometedor	118	12%	Estados Unidos (50.8%) China (44.9%) Rusia (4.2%)
030211	Truchas frescas o refrigeradas, excluidos filete, hígado	Prometedor	75	23.6%	Turquía (96%) Noruega (4%)

Fuente: Trademap / Market Acces Map Elaboración: PROMPERU

El pescado no deja de ser el gran favorito de los israelíes en esta época del año. En promedio, se come un israelí 800 gramos de pescado durante todo el año, pero durante el mes de Pesaj, ese número se dispara hasta 1,4 kilos (3.25 libras).

La Oficina Central de Estadísticas señaló que los israelíes no son grandes consumidores de pescado, ya que su consumo promedio anual es de sólo 20 kilos (44 libras), mucho menos que Los Estados Unidos, donde los residentes comen 24 kilos de pescado al año - y mucho menos que la mayoría de los países en el Mar Mediterráneo, donde los promedios son entre 40 y 60 kilos de consumo de pescado al año.

Cuadro N° 10: Sector Textil

Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2015 (Miles US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores -2015
610990	Camisetas de punto de las demás materias textiles	Estrella	94,604	6%	China (50.6%) Italia (12.3%) Turquía (5.9%)
620640	Camisas, blusas y blusas camiseras de fibras sintéticas o artificiales	Estrella	28,942	6%	China (33.9%) Portugal (19.3%) Italia (8.8%)
610462	Pantalones , pantalones con peto y pantalones cortos de punto de algodón	Estrella	21,807	6%	China (71.7%) Portugal (9.6%) Bangladesh (4.5%)
610443	Vestidos, de punto de fibras sintéticas, para mujeres o niñas	Estrella	13,925	6%	China (53.4%) Portugal (18.1%) Turquía (8.3%)
610711	Calzoncillos de punto de algodón, para hombres o niños	Estrella	10,751	6%	China (58.3%) Bangladesh (23.1%) India (9.2%)
620920	Prendas y complementos de vestir, para bebés, de algodón	Estrella	9,660	6%	China (70.7%) Bangladesh (6.6%) India (5.5%)
630140	Mantas de fibras sintéticas. (Excepto las eléctricas).	Prometedor	8,086	6%	China (91.2%) India (2.9%) España (1.9%)
610831	Camisones y pijamas, de punto de algodón, para mujeres o niñas	Prometedor	7,729	6%	China (86.3%) India (5.8%) Bangladesh (3.6%)
610442	Vestidos de algodón, para mujeres o niñas, de algodón	Prometedor	6,705	6%	China (50.4%) Portugal (11.5%) Bangladesh (10.3%)
611212	Prendas de deportes (entrenamiento), de punto de fibras sintéticas	Prometedor	5,343	6%	China (80.6%) Camboya (5.7%) Vietnam (4.5%)

Fuente: Trademap / Market Acces Map Elaboración: PROMPERU

La industria textil en Israel es bastante desarrollada, entre los diseñadores israelíes más importantes se encuentran Michal Negrin, Yaron Minkowski, Tamar Primak, Frau Blau, Ilana Efrati, Yair Jarmon, Galit Levi, Anya Flyt, Ido Recanati (diseñador y jefe de la moda del Studio 6 B), Maurin Wolf especializada en prendas de soirée y vestidos de novia, Mauricio Polachek, Ofir Dahan, el Centro Académico WIZO.

La Semana de la Moda de Tel Aviv, es el evento de moda más relevante de Israel, el que proporciona la plataforma adecuada que llega a los diseñadores de moda respetables y la industria de la moda en Israel. El nuevo centro comercial de la moda Fashion Mall, reúne todas las marcas de moda internacionales e israelí y cubre una superficie aproximada de 33.000 metros cuadrados en dos plantas comerciales y contendrá más de 250 tiendas y marcas.

Cuadro N° 11: Manufacturas diversas

Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2015 (Miles US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores - 2015
854239	Circuitos integrados	Estrella	1'552,036	0%	Estados Unidos (46.8%) Irlanda (22.7%) Bélgica (3.4%)
841191	Partes de turborreactores o de turbopropulsores	Estrella	218,162	0%	Estados Unidos (44%) Francia (29.1%) Singapur (7.1%)
940510	Lámparas y demás aparatos eléctricos de alumbrado, para colgar o fijar	Estrella	124,864	0%	China (62%) Italia (9.3%) Alemania (3.5%)
844391	Máquinas y aparatos para imprimir mediante planchas, cilindros y demás elementos impresores	Estrella	85,491	8%	China (38%) Alemania (13.5%) Estados Unidos (13.2%)
854442	Hilos, cables, incluidos los coaxiales y demás conductores aislados para electricidad	Estrella	84,947	0%	China (41.8%) Estados Unidos (13.8%) India (7.7%)
860900	Contenedores	Estrella	82,257	0%	Turquía (71.4%) Estados Unidos (9.9%) Francia (3.8%)
841821	Refrigeradores de uso doméstico de compresión	Estrella	54,952	12%	Turquía (30.9%) Tailandia (25.6%) China (21%)
940390	Partes y piezas de madera, para muebles	Estrella	42,031	12%	Italia (24.3%) China (23.7%) Alemania (14.4%)
842230	Máquinas y aparatos para llenar, cerrar, capsular o etiquetar botellas	Estrella	37,941	10%	Alemania (50.6%) Italia (16.2%) Suiza (7.1%)
847710	Máquinas para moldear por inyección, para trabajar caucho o plástico	Estrella	26,888	0%	Alemania (24.8%) Japón (23.8%) Austria (20.7%)

Fuente: Trademap / Market Acces Map Elaboración: PROMPERU

VII. Tendencias del Consumidor

Similar al resto de países desarrollados, Israel cuenta con un mercado maduro pero con prometedoras perspectivas de crecimiento. Dejando de lado sus particularidades geográficas y políticas, los israelíes muestran un comportamiento muy parecido a la media de consumidores europeos. El universo de suplidores de este mercado es amplio lo cual lo hace altamente competitivo, por lo que es imprescindible ofertar bienes y servicios con una óptima relación calidad – precio.

Los israelíes son particularmente sensibles a la publicidad y la imagen de marca, y tienen entre sus pasatiempos más populares salir de compras a los grandes centros comerciales de las principales ciudades. Son exigentes con la calidad y pueden pagar precios elevados por la misma siempre y cuando sea razonable.

Además del factor precio, los consumidores del país valoran notablemente el servicio post venta y las garantías son necesarias, debido a que se considera que un producto sin garantía no es genuino. De acuerdo a Euromonitor International, el ingreso per cápita medio de los israelíes es de US\$ 29 525 y ha crecido a una tasa promedio de 9,9% en los últimos cinco años pese a la crisis económica internacional y los conflictos en Medio Oriente. Sin embargo, en relación al resto de miembros de la OECD, Israel tiene el más alto índice de pobreza, siendo los pobladores árabes los menos favorecidos.

Aproximadamente 41% del gasto total de un israelí promedio está destinado a cubrir sus necesidades básicas como alimentación y vivienda. En tanto, la categoría de gasto más dinámica en los últimos años ha sido tabaco y bebidas alcohólicas (+ 36,5% entre 2008 – 2013) debido a las medidas fiscales tomadas por el Gobierno para limitar su consumo, las cuales han elevado los costos de estos productos pero no han desincentivado sus ventas.

Tel Aviv cuenta con el mercado de consumo más importante de Israel, el cual está valorizado en US\$ 19 mil millones, 11,7% por encima de la media nacional. En tanto, el hub tecnológico de Petah Tikva tiene el mayor nivel de gasto anual por hogar, al alcanzar US\$ 88 492.

VIII. Cultura de Negocios

- **Horarios:** La semana laboral en Israel inicia el domingo y termina el jueves; sin embargo, algunas empresas y centros comerciales trabajan hasta el viernes al medio día. El día oficial de descanso es el sábado (shabat) que va desde la puesta del sol el viernes, hasta la primera estrella del sábado. En tanto, los musulmanes tienen como día de descanso el viernes y los cristianos, el domingo.
- **Días Festivos:** El periodo anual de vacaciones en Israel es de diez días hábiles y se incrementa dos días adicionales por cada año trabajado. Los festivos varían de acuerdo al año; sin embargo, las fiestas celebradas popularmente son el carnaval Purim (20 de marzo), la Pascua Judía (18 – 26 de abril), el día de la Independencia (10 de mayo), el Shavout (11 de junio), el Año Nuevo Judío (28 – 29 de setiembre), el día del Perdón o Yom Kippur (7 de octubre), la Fiesta de la Cabaña o Succot (12 de octubre), la Fiesta de la Torá (21 de octubre) y la Fiesta de las Luces o Hanukka (20 – 28 de diciembre).
- **Citas de negocios y lugares de encuentro:** Ya que los israelíes son generosos y hospitalarios, les gusta concretar sus citas de negocios a la hora de almuerzo. Para esta invitación es importante mostrar mucho respeto a su cultura y sus tradiciones. También es común que algunos lleven a sus invitados a comer a su casa, por lo tanto siempre es importante aceptar esta invitación. Es regla general que al momento de comer se deba esperar que el anfitrión o la persona de más edad empiece a almorzar o cenar antes de poder proseguir. Además, se debe tomar en cuenta que la mayoría de judíos solo consumen alimentos que tengan el sello kosher, lo que certifica que los productos cumplen con los requerimientos y rituales exigidos por esta comunidad. Está prohibida la ingesta de cerdo y mariscos. No se debe consumir carne y lácteos en la misma comida y sólo está permitido beber vino kosher. La mayoría de israelíes siempre reconocen la dimensión religiosa al consumo de alimentos, es por eso que agradecen a Dios por las provisiones recibidas, antes y después de las comidas. Es usual dar propina en los diversos establecimientos y servicios, tales como el taxi, restaurantes, hoteles y comercios.
- **Reglas de vestimenta:** Es común que los asistentes a las citas de negocios vistan trajes de sastrería formales y de colores oscuros. Los hombres con camisa de cuello, pantalón y saco; y

las mujeres, vestidos y blusas recatadas, que de preferencia cubran los codos y las rodillas. A partir de la segunda cita, los israelíes visten casuales, pues para ellos es habitual vestirse cómodamente con camisetitas tipo polo o camisas de cuello abierto; en cambio, las mujeres deben seguir usando vestidos o faldas con un largo por debajo de la rodilla. La informalidad al momento de vestir puede atribuirse al clima que predomina en el país, cálido y a la vez muy húmedo, por ello muchas personas asisten a laborar en jeans y zapatos cómodos. Para hacer negocios con los israelíes es necesario que el empresario peruano tenga claro cuál es la posición religiosa de su contraparte, pues esto determinará su código de vestimenta.

- **Obsequios:** En Israel son poco regulares los regalos de negocios; sin embargo, estos se pueden dar al inicio o al final de una negociación. Los obsequios sencillos tienden a ser mucho más apreciados que algo caro y complicado. Se recomienda regalar productos para la oficina, alimentos típicos y productos de procedencia del país del invitado.
- **Saludos:** Los israelíes siempre son directos, amistosos y de trato natural sin demasiadas formalidades. El saludo usual es un apretón de manos a la presentación y a la despedida. Se utiliza la palabra "Shalom" que significa "Paz", indistintamente como un "hola" o un "adiós". Es importante tener presente que no es común saludar con un beso y que los judíos ortodoxos no le dan la mano a las mujeres.
- **Reuniones:** Se recomienda que no se programen reuniones de negocios en setiembre u octubre, ya que muchas de las fiestas judías se realizan durante estos meses. Las reuniones no suelen ser largas debido a que el tiempo es de suma importancia para los israelíes, por ello siempre se debe ser puntual en las mismas. También se debe tener presente que a los israelíes les gusta hablar y ser escuchados, no obstante, tienen mucho interés en saber qué es lo que piensa su contraparte y qué opina de temas como la familia, los deportes, la diversidad de orígenes de los israelíes y las nuevas tecnologías. No es conveniente dialogar sobre política o el conflicto árabe - israelí.
- **Negociaciones:** Los israelíes son buenos negociadores, no se involucran en actividades que no conocen y se cercioran de que no estén jugando con ellos, sobre todo si se trata de dinero. Son expertos en el tema que se está negociando es por ello que siempre buscan que se les dé los mejores precios y exigirán muy buena calidad.

Por último, la mayoría de israelíes utilizan un sistema de confrontación con argumentos contundentes y emocionales; se les debe responder en el mismo tono, no hay que ceder aunque esto genere tensión. Les gusta mucho la polémica y rara vez dan la razón a su contraparte, aunque tampoco esperan que compartan sus opiniones.

IX. Links de interés

Cuadro N° 12

Entidad	Enlace
Cámara de Comercio de Tel Aviv e Israel Central	http://www.chamber.org.il/
Invierta en Israel	http://www.investinIsrael.gov.il/
Banco de Israel	http://www.boi.org.il/en/Pages/Default.aspx
Institución de Estandarización de Israel	http://www.sii.org.il/14-he/SII.aspx
Presidencia de Israel	http://www.president.gov.il/Pages/Default.aspx
Ministerio de Economía de Israel	http://www.economy.gov.il/English/
Israel Ministry of Foreign Affairs	http://mfa.gov.il/MFA/Pages/default.aspx
Israel Patent Office - Ministry of Justice	http://www.justice.gov.il/En/Units/ILPO/Pages/default.aspx

X. Eventos Comerciales

Cuadro N° 13: Ferias internacionales

Nombre Oficial del Evento Comercial	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
International Exhibition on Electrical Engineering Electronics, Instrumentation, Automation & Pneumatics	Manufacturas	Tel Aviv	21/06/2016 al 23/06/2016	www.stier-group.com
International Exhibition for Hotel Management Restaurants, Bars and Catering	Alimentos / Maquinarias	Tel Aviv	29/11/2016 al 01/12/2016	http://www.stier-group.com/HOTEX/index_en.asp
Israfood	Alimentos	Tel Aviv	29/11/2016 al 01/12/2016	http://www.stier.co.il/ISRAFOOD/index_en.asp

XI. Bibliografía

- Fondo Monetario Internacional (FMI): www.imf.org
- CIA, TheWorldFactbook: www.cia.gov
- Doing Business: www.doingbusiness.org
- Euromonitor International www.euromonitor.com
- Fondo Monetario Internacional (FMI): www.imf.org
- Acuerdos Comerciales del Perú: www.acuerdoscomerciales.gob.pe
- Market Access Map: www.macmap.org
- Auma: www.auma.de

Actualización: 19/07/2016