

El mercado de Instrumentos Musicales en Israel

El mercado de Instrumentos Musicales en Israel

Este estudio ha sido realizado por Pau Rey García bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Tel Aviv.

Enero 2005

ÍNDICE

I. RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES	4
II. INTRODUCCIÓN	6
1. Partidas Arancelarias	6
2. Breve Introducción al país	7
III. ANÁLISIS DE LA OFERTA	9
1. Análisis cuantitativo	9
1.1. Tamaño de la oferta	9
1.2. Análisis de los componentes de la oferta	10
2. Análisis cualitativo	11
2.1. Producción	11
2.2. Obstáculos comerciales	12
IV. ANÁLISIS DEL COMERCIO	13
1. Análisis cuantitativo	13
1.1. Canales de distribución	13
1.2. Principales distribuidores o representantes	14
2. Análisis cualitativo	16
2.1. Estrategias de canal	16
2.2. Estrategias para el contacto comercial	16
2.3. Promoción y publicidad	16
V. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	17
1. Tendencias generales del consumo	17
1.1. Factores sociodemográficos	17
1.2. Factores económicos	17
1.3. Tendencias culturales	18
2. Análisis del comportamiento del consumidor	18
2.1. Hábitos de compra	18
2.2. Costes indirectos que soporta el consumidor	18
3. Percepción del producto español	19

I. RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES

Este estudio pretende dar una visión general del mercado de instrumentos musicales en Israel. Está dirigido a aquellas empresas españolas, artesanos o *luthiers* que se dediquen a la fabricación y exportación de instrumentos musicales y o sus partes. Aunque la tradición de fabricación de instrumentos española se concentra principalmente en las guitarras clásicas, existen oportunidades para la exportación en otros subsectores, especialmente en el de partes y accesorios para instrumentos. Tras analizar las estadísticas, las empresas españolas no parecen haber aprovechado todas sus posibilidades de exportación.

Las guitarras están a la cabeza de las exportaciones españolas al mundo de instrumentos musicales, y les siguen los instrumentos de viento y los accesorios y partes. Los principales socios comerciales en los últimos cinco años han sido Suiza, EE.UU., Alemania, Japón y Francia. Israel se sitúa en el puesto 17 de esta clasificación, sorprendentemente por delante de países con población mucho mayor, como Canadá o Méjico.

El mercado israelí es un mercado estable, con una considerable demanda de instrumentos musicales, teniendo en cuenta su tamaño, y que además presenta unas expectativas positivas de crecimiento. Las importaciones españolas son guitarras en su práctica totalidad, que afortunadamente son las más vendidas en este país. No solamente gozan de una buena reputación, sino que además tienen la mayor cuota del mercado, que en 2003 alcanzó el 36%. La empresa que quiera entrar en este mercado, debe ofrecer un instrumento de gran calidad a un precio razonable.

Aunque el estudio trata los instrumentos de música en general, debido a las características del mercado, y a que las importaciones españolas principalmente son guitarras, este estudio se centrará sobretodo en este tipo de instrumentos.

Las empresas españolas deben aprovechar el tirón actual de la imagen de España en Israel, e intentar entrar en el mercado israelí con otros productos además de las guitarras. Empezando por los accesorios para éstas, donde pueden tener ventajas frente a otras marcas extranjeras. Además, deben tratar de establecer relaciones más duraderas con sus clientes en Israel, e intentar mantener un mayor control en la política de precios y marca que los distribuidores practican.

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS DE MÚSICA EN ISRAEL

Para la elaboración de este estudio se han utilizado diversas fuentes, siendo las más importantes las entrevistas realizadas con algunos importadores y profesionales del sector. Para las estadísticas se han utilizado las bases de datos ESTACOM, las Estadísticas de comercio de la *Central Bureau of Statistics* de Israel, y la *UN Statistical Database*. Entre otros documentos, el *Statistical Abstract of Israel*, *Central Bureau of Statistics Israel*, la base de empresas Kompass y DunsGuide.

II. INTRODUCCIÓN

1. PARTIDAS ARANCELARIAS

Este estudio de mercado trata las siguientes partidas arancelarias:

92.01- Pianos, incluso los automáticos, clavicordios y demás instrumentos de cuerda con teclado.

92.02 - Los demás instrumentos musicales de cuerda (por ejemplo: **guitarras, violines o arpas**).

92.03 - Órganos de tubos y teclado, armonios e instrumentos similares de teclado y lengüetas metálicas libres.

92.04 - Acordeones e instrumentos similares, **armónicas**.

92.05 - Los demás **instrumentos de viento** por ejemplo: clarinetes, trompetas, gaitas).

92.06 - Instrumentos musicales de **percusión** (por ejemplo: tambores, cajas, xilófonos, platillos, castañuelas, maracas).

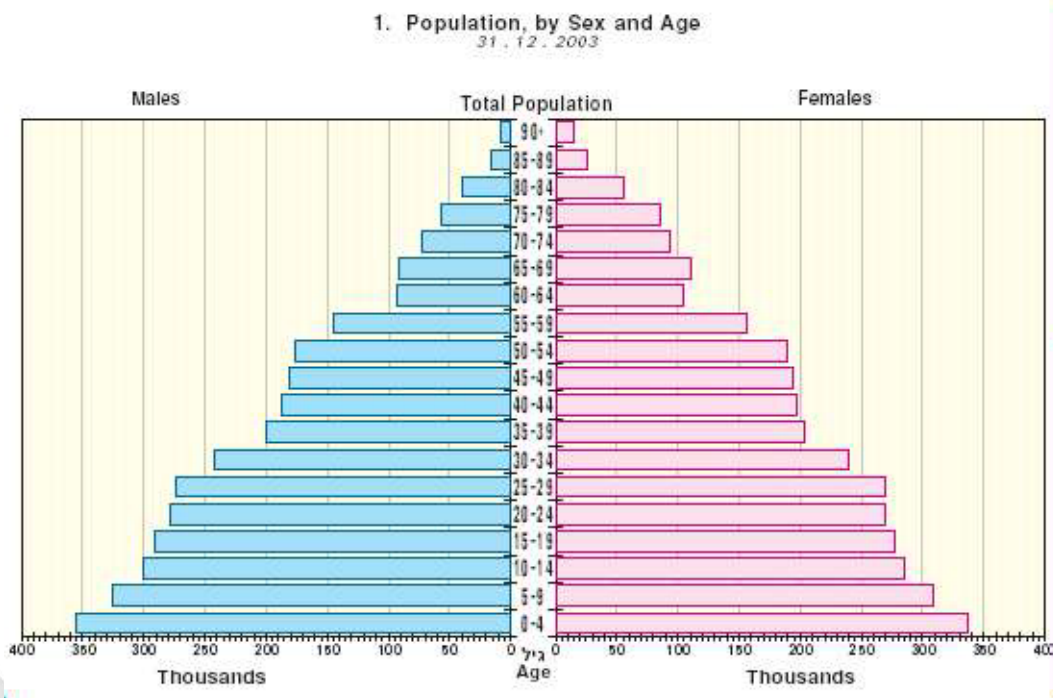
92.07 - Instrumentos musicales en los que el sonido se produzca o tenga que amplificarse **eléctricamente** (por ejemplo: órganos, guitarras, acordeones, sintetizadores).

92.09 – **Partes** (por ejemplo: mecanismos de cajas de música) y **accesorios** de instrumentos musicales (por ejemplo: tarjetas, discos y rollos para aparatos mecánicos), metrónomos y diapasones de cualquier tipo, cuerdas.

2. BREVE INTRODUCCIÓN AL PAÍS

Israel está situado en el litoral sur-este del Mediterráneo y limita al norte con el Líbano, al nordeste con Siria, al este con Jordania y al sur con el golfo de Eilat (o Aqaba) y el desierto del Sinaí (Egipto). La superficie de Israel es de 22.145 kilómetros cuadrados (excluyendo Cisjordania y la Franja de Gaza), similar a la de la Comunidad de Valencia, con gran diversidad de terrenos y climas.

Israel tiene 6,6 millones de habitantes, judíos (que forman la gran mayoría), árabes musulmanes, árabes cristianos y drusos. La población israelí es predominantemente joven. En torno al 30 por ciento tiene menos de 14 años y el 9 por ciento tiene más de 65. El crecimiento de la población fue del 1,8 por ciento en el año 2003.



Fuente: Statistical Abstrac of Israel, Central Bureau of Statistics Israel

La densidad demográfica es de 298 habitantes por kilómetro cuadrado. La población que en el pasado se establecía en zonas rurales, formando los conocidos kibbutzim, ahora tiende a radicarse en los alrededores de las principales ciudades, creando grandes áreas urbanas. El 92 por ciento de los habitantes reside en zonas urbanas. El área metropolitana de Tel Aviv tiene 1,8 millones de habitantes aunque la ciudad en sí sólo tiene 359.000 y Jerusalén por su parte, tiene cerca de 670.000 habitantes. Haifa al norte, Rishon Lezion próxima a Tel Aviv y Beersheva en el desierto del Négev son las otras grandes urbes. Ashdod al sur de Tel Aviv, ciudad de ciento ochenta mil habitantes, se ha convertido en un gran puerto alternativo a Haifa y se encuentra en fase de expansión.

El fenómeno demográfico que más caracteriza a Israel es el de la “aliá” o inmigración. El país ha absorbido varias oleadas de inmigrantes judíos desde principios de siglo y sobre todo a partir de su independencia en 1948: centroeuropeos, conocidos como “ashkenazim”; norteafricanos, búlgaros, griegos y tur-

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS DE MÚSICA EN ISRAEL

cos llamados “sfaradim” (en referencia a Sefarad o España); orientales o “mizrahim” (iraquíes y yemenitas), y posteriormente iberoamericanos y etíopes. La última oleada de inmigración ha sido la procedente de las repúblicas de la extinta Unión Soviética, más de seiscientos mil personas desde 1989, lo que dado el tamaño relativo de Israel, ha sido un enorme reto que ha superado con éxito. El único punto negativo es que a pesar de que gran parte de los inmigrantes tiene un alto nivel cultural (entre los de origen ruso, la mitad tiene trece años o más de escolarización), y muchos son trabajadores cualificados, tienen que hacer un gran esfuerzo de readaptación; sólo el 30 por ciento de los profesionales con formación académica, técnica y profesional ha encontrado trabajo en su terreno.

El hebreo y el árabe son los idiomas oficiales de Israel. El inglés lo conoce gran parte de la población y se usa como lengua comercial con los extranjeros. Debido a la variedad de países de origen, también se habla ladino (castellano antiguo), español, ruso, yiddish, alemán o amhárico.

III. ANÁLISIS DE LA OFERTA

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

1.1. Tamaño de la oferta

El tamaño del mercado de instrumentos musicales en Israel es de unos 10 millones de dólares, teniendo en cuenta que la práctica totalidad corresponde a importaciones, y que la producción local es prácticamente nula.

CAPÍTULO 92 (miles USD)	1999	2000	2001	2002	2003
Importaciones Israelíes	9.121	10.868	10.439	9.644	9.375
Exportaciones Israelíes	3.792	2.965	2.663	475	559
Exportaciones Españolas a Israel	267	351	376	374	458
Cuota Española	3%	3%	4%	4%	5%

Fuente: Estadísticas de comercio de la *Central Bureau of Statistics* de Israel.

La cuota española de importaciones israelíes de instrumentos musicales ha pasado del 3% al 5% en los últimos años. A pesar de ello, en general España sigue siendo un socio poco importante en instrumentos musicales. Actualmente los principales proveedores son Japón, EE.UU., China, Alemania e Italia (ver Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Tel Aviv

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS DE MÚSICA EN ISRAEL

tabla página siguiente). España se ha situado entre el séptimo y noveno puesto durante los últimos cuatro años. En este periodo, el 94 % de las exportaciones españolas de instrumentos musicales a Israel han sido guitarras.

País	Año			
	2000	2001	2002	2003
Japón	3353	2457	2072	2.315
EE.UU.	1838	1989	1519	1.458
China	826	846	786	1.070
Alemania	725	896	1224	755
Italia	816	866	787	746

Fuente: Estadísticas de comercio de la *Central Bureau of Statistics* de Israel

1.2. Análisis de los componentes de la oferta

Respecto a las exportaciones españolas a Israel en los últimos años, para las partidas 9201, 9203, 9204, 9205, 9206 y 9207 (pianos, órganos, acordeones, instrumentos de viento, percusión instrumentos amplificados electrónicamente), puede decirse que son de valor no significativo para 9201, 9206, 9207 y 9209, y nulas para las otras. Sin embargo, en la partida 9202 (demás instrumentos de cuerda: guitarras, violines y arpas) es donde se ha registrado la mayor actividad comercial bilateral.

Miles USD	1999	2000	2001	2002	2003
Exportaciones Españolas a Israel	260	340	374	334	432
Importaciones Israelíes Mundiales	994	1598	1532	1210	1299
Cuota Española	26%	21%	24%	28%	33%

Fuente: Estadísticas de comercio de la *Central Bureau of Statistics* de Israel.

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS DE MÚSICA EN ISRAEL

En la partida 9202 los instrumentos españoles destacan claramente, siendo España el principal exportador a Israel de instrumentos de cuerda (9202) en los últimos cinco años, por delante de países tan competitivos como China, EE.UU. o Japón. Sin embargo, hay que tener en cuenta que las estadísticas sobre esta partida incluyen varios instrumentos de cuerda (violines, violas, violonchelos, mandolinas, laúdes, arpas, toda clase de guitarras exceptuando las eléctricas...) y España prácticamente sólo exporta guitarras, sobretodo del tipo guitarra clásica española. En las estadísticas Israelíes, las guitarras están incluidas en la subpartida de “otros instrumentos de cuerda sin arco”.

Otros instrumentos de cuerda sin arco						
Miles USD	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Exportaciones Es- pañolas a Israel	260	340	361	330	432	
Importaciones Is- raelíes Mundiales	890	1331	1367	1095	1207	
Cuota Española	29%	25%	26%	30%	36%	

Fuente: Estadísticas de comercio de la *Central Bureau of Statistics* de Israel.

Al observar las cifras de exportación española de esta subpartida, y compararlas con las de la tabla de la partida 9202, resulta evidente que España prácticamente sólo exporta guitarras dentro de dicha partida. Sin embargo, la cuota española es lo suficientemente grande como para que sea el principal exportador de instrumentos de cuerda en general en Israel.

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1. Producción

No existe producción local significativa de instrumentos musicales ni de sus partes en Israel. En el pasado, existió un fabricante de pianos, pero éste se limitaba a ensamblar las piezas traídas desde fuera. Actualmente algunos artesanos locales producen réplicas de instrumentos tradicionales o antiguos, pero no los comercializan más que en sus propias tiendas, que suelen ser de otro tipo de objetos de artesanía local, y no tiendas especializadas en instrumentos musicales.

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS DE MÚSICA EN ISRAEL

2.2. Obstáculos comerciales

No existen obstáculos especiales para la comercialización de instrumentos musicales o sus partes en Israel. Algunos importadores utilizan sus propias marcas en los instrumentos que importan, acordando previamente con el fabricante la aplicación de las etiquetas que el importador desea en la fábrica. Así por ejemplo, pueden encontrarse en el mercado marcas de guitarras españolas como TORERO SPANISH GUITAR.

GUITARRAS MADE IN SPAIN

Las guitarras españolas gozan de un prestigio fuera de duda en el mundo y obviamente, también en Israel. Para el comprador, una guitarra española es sinónimo de un instrumento con una garantía mínima de calidad. Uno de los problemas que afrontan las guitarras españolas es precisamente este último, además de la certificación de origen de los instrumentos. En Israel no parece existir fraude en el origen de los instrumentos. Por otra parte, al consumidor poco entendido le resulta difícil diferenciar la calidad una guitarra a primera vista, y por lo tanto, si se comercializan guitarras de calidad dudosa, la buena imagen de las guitarras *Made in Spain* puede verse afectada a medio plazo, por lo que sería aconsejable que la empresa española cuidara este aspecto. A fecha de este estudio no se ha probado la existencia de competencia desleal, sin embargo, por estas razones, se han creado algunas tensiones y disputas entre algunos importadores.

IV • ANÁLISIS DEL COMERCIO

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

1.1. Canales de distribución

La distribución de instrumentos musicales y sus partes se realiza a través de algún representante en el país, que suele tener la exclusiva, y se encarga de importar, vender y distribuir el producto a los minoristas. En casi todos los casos, la figura del representante es también parte activa del mercado ya que suelen tener sus propias tiendas o escuelas. Aunque también existe algún gran distribuidor, que cubre todo el país, y puede ser interesante para entrar en el mercado abarcando el máximo de tiendas posible.

Resulta sencillo cubrir todo el país con un solo representante ubicado en las áreas centrales, desde donde se puede acceder en pocas horas a todos los rincones de los territorios administrados por Israel. Debido a las reducidas dimensiones físicas del mercado, los representantes realizan operaciones de compra-venta a sus suministradores, y no es común que se comprometan mediante contratos de distribución o de agente.

Respecto al transporte, éste se efectúa normalmente por vía marítima. Algunos importadores señalan que las empresas españolas venden en posición EXW (Incoterms ICC2000), y son ellos los que tienen que buscar a un transitario para hacer llegar la mercancía hasta sus almacenes. Mientras que otros fabricantes extranjeros les venden en posiciones más avanzadas (CIF o CIP), y más fáciles de acceder para ellos, sin necesidad de contratar a alguien para la logística.

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS DE MÚSICA EN ISRAEL

1.2. Principales distribuidores o representantes

Debido a las reducidas dimensiones del país, no son muchas las figuras de este tipo en el país. A continuación se presenta una lista de los más importantes.

R.B.X. International Co. Ltd.

62 Avshallom Gissin Street

49222 Petah Tikva

Teléfono: (0)3 925690

Fax: (0)3 9212002

Director General: Yoel Brand

Importador y distribuidor de todo tipo de instrumentos musicales. También opera escuelas de música.

KLEY ZEMER Ltd.

50 Dizzengoff Street

64332 Tel Aviv Yafo

Teléfono: (0)3 5298251

Fax: (0)3 6204707

Importador y distribuidor de todo tipo de instrumentos musicales.

PIANO HOUSE

99 Allenby Rd.

Tel Aviv, 65175

Teléfono: (0)3 5663023

Fax: (0)3 5664530

Persona de Contacto: Yaron Gluck

Importador y distribuidor principalmente de pianos, y guitarras.

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS DE MÚSICA EN ISRAEL

KOL HAMUSICA – HAIM & EYALATIAS Ltd.

2 Huri Street

33045 Haifa

Teléfono: (0)4 8624424

Fax: (0)4 8623338

www.kolhamusica.com

Directores Generales: Haim Atias y Eyal Atias

Importadores de instrumentos musicales y equipos de audio.

Halilit P.Greenspoon & Sons Ltd

8 Retzif Haaliya Hashniya Street

68129 Tel Aviv Yafo

Teléfono: (0)3 6822917

Fax: (0)3 6813285

www.halilit.com

Importador y distribuidor de todo tipo de instrumentos musicales.

Daniel Akiva - String Meytar LTD

Tel: 972-2-5860845

Fax: 972-2-5711920

<http://www.stringmeytar.addr.com>

Importadores de guitarras clásicas.

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1. Estrategias de canal

Respecto a las guitarras españolas, el principal y mayor segmento de mercado es el de guitarras para principiantes. Dentro de este segmento, están las guitarras asiáticas (chinas o coreanas), situadas en los segmentos más baratos y de peor calidad, y por otra parte tenemos las guitarras de calidad media (a partir de 150 USD), en la que a pesar de haber otras marcas Japonesas o Americanas, las guitarras españolas dominan totalmente este segmento.

Aunque también se ofertan algunas guitarras españolas de gama alta para profesionales, este tipo de compradores prefieren viajar a España para comprarlas sin intermediarios.

2.2. Estrategias para el contacto comercial

No existen ferias del sector en Israel. Los importadores locales suelen contactar con las empresas españolas a través de certámenes celebrados en otros países, especialmente en Frankfurt (Alemania), donde muchos afirman asistir y haber contactado con las empresas españolas en dicha feria.

2.3. Promoción y publicidad

No existen revistas especializadas en el sector en Israel. La actividad promocional de los importadores suele limitarse a promocionar sus propias tiendas, principalmente mediante anuncios en la prensa local.

V • ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO

1.1. Factores sociodemográficos

La población de Israel tuvo una tasa de crecimiento del 1.8% en 2003. También es destacable el hecho de que la mayor parte de la población es relativamente joven, solamente hay que ver la forma de la pirámide de población (ver punto 2 de la introducción). Hay que tener en cuenta que este segmento de población es el que principalmente estimula la compra de nuevos instrumentos musicales, por lo que se prevé un aumento de la demanda de éstos a medio y largo plazo.

1.2. Factores económicos

Hasta la Intifada de Octubre de 2000 Israel había gozado, durante algunos años, de un desarrollo económico considerable que permitió, en menos de diez años, incrementar, en más de un 50 %, su renta per cápita hasta llegar a los 17.000 \$ y reducir el desempleo a un 9%. Sin embargo, desde aquella fecha la situación se deterioró extraordinariamente a causa de la crisis israelo-palestina, el estancamiento de la economía mundial y la crisis que afecta al sector de alta tecnología. Todo ello ha supuesto que Israel haya atravesado en estos tres años (2001-03), la que quizá haya sido la peor crisis económica de su historia. En 2001 y 2002 el PIB decreció, cada año, a razón de alrededor un 1 % cuando en 2000 había aumentado más del 7%. Ello significó, en los dos años indicados, una pérdida de más de un 8% de la renta per cápita en moneda nacional y bastante más en términos de dólares dada la depreciación de la moneda en tales años. Una parte considerable de este deterioro proviene de las pérdidas por turismo e inversiones extranjeras. Sin embargo, tras un descenso de la renta entre 2001 y 2003, se ha constatado un aumento de ésta durante 2004 en un 2,4%, y se prevé la misma tónica para 2005. La renta per cápita en 2004 fue de 16.470 USD.

El número de turistas recibido en 2002 se situó por debajo de los niveles de 1966 aunque esta tendencia ha mejoró sensiblemente en 2003, y se ha consolidado en el 2004, año en que el número de turistas se incrementó en un 41%.

EL MERCADO DE INSTRUMENTOS DE MÚSICA EN ISRAEL

En definitiva, existen algunos síntomas esperanzadores. La crisis económica fue muy profunda y ha tenido un impacto muy negativo en los sectores del turismo (que en parte se está paliando), en la construcción (en este caso muy influido por la escasez de mano de obra palestina), y en el sector de alta tecnología, en el que Israel tiene una alta especialización comercial y que ha sufrido más que ningún otro la crisis de los mercados financieros internacionales aunque también parece que experimenta cierta mejora

1.3. Tendencias culturales

Es una realidad que la cultura hispana, y todo lo relacionado con la lengua y especialmente la música están de moda últimamente en Israel. Se observa una creciente demanda de actividades artísticas y culturales de este tipo, y esto estimula la imagen de todos los productos españoles en general. Esto ha favorecido especialmente a las guitarras españolas, que son sin lugar a dudas, las más vendidas en Israel.

2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

2.1. Hábitos de compra

El comprador habitual de guitarras es una persona joven que busca una guitarra española a un buen precio, para iniciarse en la práctica de este instrumento. Para acceder a una guitarra española sencilla el consumidor debe desembolsar unos 150 USD. Aunque últimamente se han introducido unas guitarras españolas baratas a unos 100 USD.

2.2. Costes indirectos que soporta el consumidor

Según uno de los importadores, el precio del transporte es de un 20% respecto el precio de coste en fábrica. Al precio de coste más el transporte y los impuestos, el importador aplica su margen, que será mayor o menor según la venta sea directamente al cliente o a otro minorista. Los importadores aplican un margen de beneficio aproximadamente del 40% respecto el precio de venta en las ventas directas a clientes, que se reduce aproximadamente a al mitad cuando las ventas son a otros minoristas. Estos márgenes son sin tener en cuenta los descuentos o promociones que puedan existir.

3. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

Para los importadores las guitarras españolas son las mejores sin ninguna duda, y ningún otro país puede competir fuertemente con ellas. Los consumidores por otra parte, ven a las guitarras españolas en segmentos de calidad media, y alta, y aunque resultan más caras en general, suelen valorarlas por encima del resto. En cuanto a otro tipo de instrumentos musicales o accesorios, los importadores no conocen marcas o productos españoles. Es llamativo que siendo la guitarra española un instrumento tan vendido, no se conozcan por ejemplo marcas de cuerdas españolas.