

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2015

Guía de Mercado de
servicios
Israel



prom
perú

CONTENIDO

1.	Resumen ejecutivo	3
2.	Información general	3
3.	Situación económica y de coyuntura	4
3.1.	Análisis de las principales variables macroeconómicas	4
3.2.	Evolución de los principales sectores económicos	5
4.	Comercio exterior de bienes y servicios	6
4.1.	Intercambio comercial de Israel con el mundo	6
4.2.	Intercambio comercial de Israel con Perú	8
5.	Acceso al mercado	10
5.1.	Medidas arancelarias y no arancelarias	10
5.2.	Otros Impuestos Aplicados al Comercio	12
6.	Oportunidades comerciales	12
6.1.	Preferencias obtenidas en acuerdos comerciales	12
6.2.	Servicios con potencial exportador	12
6.2.1	Oportunidades en la línea de software, aplicaciones y videojuegos	12
6.2.2	Oportunidades en la línea editorial	13
7.	Tendencias del consumidor	15
8.	Cultura de negocios	16
9.	Links de interés	18
10.	Eventos Comerciales	18
11.	Bibliografía	18

1. Resumen ejecutivo

El Estado de Israel es un país mediterráneo ubicado en Oriente Medio. Cuenta con una población de ocho millones de habitantes, de los cuales unos seis millones son judíos, poco más de un millón son árabes musulmanes y el resto pertenecen a otros grupos étnicos.

Israel es una nación altamente urbanizada, con tres grandes ciudades: Jerusalén, capital y mayor ciudad del país; Tel Aviv, el mayor centro económico y financiero; y Haifa, el mayor centro industrial. El desarrollo de tecnologías de vanguardia en software y comunicaciones han evocado comparaciones con Silicon Valley, lo cual ha motivado a compañías multinacionales como Microsoft, Intel, IBM, CISCO Systems y Motorola a abrir centros tecnológicos en este país.

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 proveedores 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.

El crecimiento real del PBI fue en promedio 4% anual en el último quinquenio, mientras que el ingreso per cápita también se incrementó en forma sostenida. Las políticas macroeconómicas prudentes y los mayores incentivos del gobierno conllevaron a un aumento en la inversión privada.

Israel es un exportador neto de servicios comerciales, lo cual se evidencia en el superávit de US\$ 13 709 millones mostrado en 2014. Las exportaciones del país sumaron US\$ 24 218 millones y han crecido a una media anual de 11,4% entre 2010 y 2014. Las startups producidas en el país representaron 10% de las transacciones comerciales de este tipo en 2013.

Las importaciones israelíes de servicios sumaron US\$ 10 509 millones en 2014 y experimentaron un aumento promedio de 3,6% en los últimos cuatro años. Asimismo, en el último año, han registrado un importante dinamismo al expandirse en 13,6% en relación a 2013. Existe una demanda creciente para servicios de informática y de información, aplicaciones móviles, servicios logísticos y franquicias.

2. Información general



Israel es un país de Medio Oriente que se encuentra ubicado en la ribera sudoriental del Mar Mediterráneo. Guarda límites al norte con Líbano; al este con Siria, Jordania y Cisjordania (Palestina); al oeste con el Mar Mediterráneo y la Franja de Gaza (Palestina); al suroeste con Egipto; y al sur con el Golfo de Aqaba, en el Mar Rojo.

Actualmente, cuenta con una población de cerca de ocho millones de habitantes, 75% de los cuales profesa la fe judía, por lo cual Israel es considerado el único Estado judío del mundo. Sin embargo, también es hogar de árabes musulmanes (17% de la población), cristianos (2%) y drusos (2%), así como de otros grupos religiosos y étnicos minoritarios. En tanto, la lengua oficial es el hebreo, aunque también se habla el árabe entre las minorías musulmanas y el inglés a nivel comercial.

El territorio israelí está dividido en seis distritos o *mejuzot*, dirigidos por un comisario designado por el Ministerio del Interior, y son los siguientes: Central, Haifa, Jerusalén, Norte, Meridional y Tel Aviv. La capital, sede del gobierno y mayor ciudad del país es Jerusalén (791 mil habitantes); mientras que el mayor centro económico y financiero se encuentra en Tel Aviv (3,4 millones) y el mayor centro industrial se localiza en Haifa (1,1 millones).

Israel es considerado como el país más avanzado del sudoeste de Asia en cuanto a desarrollo económico e industrial por lo cual cuenta con el segundo mejor ambiente para hacer negocios en la región, únicamente por detrás de Emiratos Árabes, en el Ranking Doing Business 2015. Además, tiene el segundo mayor número de compañías Startup en el mundo (después de Estados Unidos) y el mayor número de empresas que cotizan en la bolsa de NASDAQ fuera de América del Norte. El desarrollo de tecnologías de vanguardia en software y comunicaciones han evocado comparaciones con Silicon Valley, lo cual ha motivado a compañías multinacionales como Microsoft, Intel, IBM, CISCO Systems y Motorola a abrir centros tecnológicos en este país.

Israel se convirtió en la economía número treinta y nueve por volumen de PBI en 2014. A pesar de sus limitados recursos naturales, el desarrollo intensivo de la agricultura y el sector industrial durante las últimas décadas convirtió al país prácticamente en autosuficiente en la producción de alimentos. Por lo cual, sus principales importaciones son los combustibles fósiles, materias primas y equipos militares.

Por último, Israel cuenta con una política liberal de apertura comercial por lo cual cuenta con diez Acuerdos de Libre Comercio vigentes a la fecha, destacan los suscritos con la Unión Europea, Estados Unidos, EFTA, Turquía, México, Canadá, Jordania, Egipto, MERCOSUR y Colombia¹.

3. Situación económica y de coyuntura²

3.1. Análisis de las principales variables macroeconómica

Cuadro N° 01

Indicadores Económicos	2011	2012	2013	2014	2015*
Crecimiento del PBI (%)	4,2	3,0	3,2	2,5	2,8
PBI per cápita (US\$)	34 291	33 397	36 926	37 914	39 075
Tasa de inflación (%)	3,5	1,7	1,5	0,8	1,8
Tasa de desempleo (%)	7,1	6,9	6,3	6,0	6,0

Fuente: FMI Elaboración: INTELIGENCIA DE MERCADOS - PROMPERU *Estimado

a. Producto Bruto Interno total y sectorial

El crecimiento real del PBI fue en promedio 4% anual en el último quinquenio, mientras que el ingreso per cápita también se incrementó en forma sostenida. Las políticas macroeconómicas prudentes y los mayores incentivos del gobierno conllevaron a un aumento en la inversión privada.

Pese a ello, en los últimos años se ha registrado una desaceleración de la economía Israelí, fenómeno que se ha agudizado en 2014, año que registró un crecimiento de 2,5%, debido al descenso de las exportaciones y el turismo, impactado duramente por la “Guerra de los Cincuenta Días” librada con Hamás.

A pesar del progreso económico, el nivel de vida promedio se mantiene muy por debajo en relación a los principales países industrializados, mientras que los indicadores de pobreza relativa y desigualdad son uno de los más altos dentro del grupo OECD.

¹ Para mayor información sobre los ALC de Israel visitar [Israel: Trade Agreements & Bilateral Issues](#)

² Cfr. Euromonitor International: Israel Country Pulse – March 2015

Se espera que el PBI israelí se expanda en 2,8% en 2015, 0,3% más que en 2014, como consecuencia de un repunte natural de los negativos efectos causados por la violencia en el año anterior. Asimismo, el rápido desarrollo de la industria del gas natural influenciará positivamente en la economía del país.

A largo plazo, se espera que la tasa potencial de crecimiento de Israel sea de 3,5% al año. Un acuerdo de paz duradera con Palestina proporcionaría un impulso significativo a la economía, especialmente al sector turismo y la inversión extranjera.

b. Nivel de empleo

El desempleo fue de 6,0% en 2014 y se mantendrá al mismo nivel en 2015. Para Israel, se trata de una tasa relativamente baja; sin embargo, existe también un bajo índice de participación laboral el cual solo alcanza 55,5% de la población del país. Los segmentos demográficos de más rápido crecimiento, como las comunidades judías ultra – ortodoxas y los árabes – israelíes, muestran los más bajos niveles de participación laboral lo cual podría hacer que Israel enfrente diversos problemas estructurales a largo plazo.

c. Tipo de cambio

La moneda oficial de Israel es el nuevo shéquel (ILS) y, junto al dinar jordano, también lo es de Palestina. A continuación se muestra el tipo de cambio en relación a los dólares americanos (USD) y nuevos soles peruanos (PEN).

1,00 USD	=	3,94787 ILS
US Dólar		Nuevo Shéquel Israelí
1 USD = 3,94787 ILS	↔	1 ILS = 0,253301 USD
1,00 PEN	=	1,27326 ILS
Nuevo Sol Peruano		Nuevo Shéquel Israelí
1 PEN = 1,27326 ILS	↔	1 ILS = 0,785384 PEN

Fuente: XE.com Elaboración: INTELIGENCIA DE MERCADOS - PROMPERU

d. Inflación

La inflación fue de 0,8% en 2014 y se pronostica que los precios suban en 1,8% en 2015. Sin embargo, las tasas de interés bajas están impulsando un aumento en los precios inmobiliarios. El rango objetivo planteado por el Banco Central israelí se encuentra ente 1% y 3%.

3.2. Evolución de los principales sectores económicos¹

La participación del sector agricultura en el PBI israelí es relativamente pequeña, al representar 2,4% del mismo, y se estima que emplea a apenas 1,6% de la fuerza laboral del país. El sector agrícola en Israel es pequeño pero altamente productivo debido a la suavidad de su clima y al suelo fértil de sus tierras, por lo cual se ha convertido en uno de los principales proveedores mundiales de trigo, mijo, sorgo, paltas y otras frutas. Más de dos quintas partes de la tierra cultivable está controlada por los kibutz³, los cuales representan poco más de un tercio de la producción agrícola del país.

El sector manufactura, representa el 31,2% del PBI y emplea al 18,1% de PEA. En la actualidad, Israel cuenta con una impresionante variedad de fabricantes de alta tecnología y es líder en diversos sectores como la aeronáutica, farmacéutica, telecomunicaciones y biotecnología. En general, el país tiene la segunda mayor concentración de empresas de alta tecnología en el mundo, únicamente por detrás de Silicon Valley. Las industrias de alta tecnología representan más de un tercio de la producción manufacturera israelí y se espera una mayor participación a largo plazo. En tanto, en 2014, la producción manufacturera creció 2,8% en términos reales.

³ Kibutz: Palabra hebrea para "Asentamiento comunal". Es una sociedad basada en la ayuda mutua y la justicia social; un sistema socio – económico que tiene como principio básico la propiedad conjunta de los bienes, la igualdad y la cooperación en la producción, el consumo y la educación.

Exportaciones	42 065	50 879	58 132	53 972	56 871	7,8	5,4
Importaciones	46 927	58 705	72 747	72 270	71 102	10,9	-1,6
Balanza Comercial	-4 862	-7 826	-14 615	-18 298	-14 231	-	-
Intercambio Comercial	88 993	109 583	130 879	126 243	127 973	9,5	1,4

Fuente: Euromonitor International / OECD / FMI Elaboración: INTELIGENCIA DE MERCADOS – PROMPERU

De acuerdo a Euromonitor International, las exportaciones israelíes sumaron US\$ 56 871 millones en 2014 y representaron 19,0% del PBI. La base exportadora del país se encuentra relativamente bien diversificada, con industrias de tecnología que significan más de un tercio de la producción y casi la mitad de los envíos de manufacturas al exterior. Además, Israel es altamente dependiente de la demanda de Estados Unidos y la Unión Europea, destinos que tuvieron participaciones de 28,6% y 27,6% sobre el total de exportaciones, respectivamente, en 2014.

Por otro lado, las importaciones totalizaron US\$ 71 102 millones en 2014 y han experimentado un crecimiento medio anual de 10,9% durante el periodo 2010 – 2014. Las compras de combustibles y aceites minerales representan más de un quinto de las importaciones totales del país; sin embargo, este panorama cambiará gradualmente a largo plazo a la par del desarrollo de los proyectos gasíferos en el país. Asimismo, las compras de perlas y piedras preciosas representan 10% de las adquisiciones israelíes totales debido a la importante industria nacional de procesamiento de diamantes. Los principales proveedores son Estados Unidos (11% de participación sobre las importaciones 2014), China (8%), Alemania (7%), Suiza (6%) y Bélgica (5%); en tanto, Perú es el proveedor N° 74 a nivel mundial.

Cuadro N° 04: Intercambio Comercial de Servicios⁴ Israel – Mundo
Millones de US\$

Comercio Exterior	2010*	2011	2012	2013	2014	Var % Promedio	Var% 2014/2013
Exportaciones	-	17 335	21 239	23 650	24 218	11,4	2,4
Importaciones	-	9 448	10 276	9 247	10 509	3,6	13,6
Balanza Comercial	-	7 887	10 963	14 403	13 709	-	-
Intercambio Comercial	-	26 783	31 515	32 897	34 727	9,0	5,6

Fuente: Israel Central Bureau of Statistics Elaboración: INTELIGENCIA DE MERCADOS - PROMPERU *N.R.: No Registra

Israel es un exportador neto de servicios comerciales, lo cual se evidencia en el superávit de US\$ 13 709 millones mostrado en 2014. Las exportaciones del país sumaron US\$ 24 218 millones y han crecido a una media anual de 11,4% entre 2010 y 2014. Las startups producidas en el país representaron 10% de las transacciones comerciales de este tipo en 2013; sin embargo, en 2014, sus exportaciones han mostrado un estancamiento al sumar apenas US\$ 498 millones y significar 2% del total.

En tanto, las importaciones israelíes de servicios sumaron US\$ 10 509 millones en 2014 y experimentaron un aumento promedio de 3,6% en los últimos cuatro años. Asimismo, en el último año, han registrado un importante dinamismo al expandirse en 13,6% en relación a 2013. Existe una demanda creciente para servicios de informática y de información, los cuales son proveídos principalmente por Estados Unidos y mercados europeos como Irlanda, Hungría y los Países Bajos.

A su vez, los servicios empresariales de Investigación y Desarrollo; servicios jurídicos, contables y de consultoría; servicios arquitectónicos y de ingeniería; y servicios de publicidad, investigación de mercados y encuestas de opinión pública, han mostrado un importante crecimiento en el último quinquenio como consecuencia del mayor desarrollo de emprendimientos en el país. Los principales proveedores de esta clase de servicios son básicamente

⁴ Para el análisis se ha tomado en cuenta únicamente a los servicios comerciales, por lo cual se ha excluido servicios de transporte, viajes y seguros

Estados Unidos, Reino Unido e Italia; sin embargo, mercados emergentes como India, China, Brasil y Angola vienen aumentando su participación sostenidamente y se encuentran ubicados dentro de los treinta principales suplidores de este mercado.

De acuerdo a la última data disponible, en 2012, Israel registró importaciones de servicios jurídicos y contables desde Perú por más de US\$ 367 mil, así como de servicios de publicidad e investigación de mercados por US\$ 235 mil; y de Investigación y Desarrollo por US\$ 22 mil⁵.

4.2. Intercambio comercial de Israel con Perú

La balanza comercial de Perú con Israel ha sido históricamente deficitaria debido a que el segundo es uno de los principales proveedores de aparatos y accesorios para sistemas de riego. Pese a ello, la expansión mostrada por las exportaciones peruanas de 69,9% y la reducción de las importaciones en 6,9%, ambas en 2014, ha contribuido a reducir la brecha comercial en aproximadamente US\$ 10 millones en el último año.

Cuadro N° 05

Información Comercial: Israel - Perú							
(US\$ Millones)							
Indicadores	2010	2011	2012	2013	2014	Var. % Prom. 14/10	Var. % 14/13
Exportaciones de Perú a Israel	11	13	14	8	14	4,4	69,9
Importaciones de Perú desde Israel	42	54	67	65	60	9,6	-6,9
Balanza Comercial	-30	-42	-53	-57	-47	-	-
Intercambio Comercial	53	67	81	73	74	8,6	1,5

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERÚ

Las exportaciones por sectores indican una representatividad mayor para los envíos no tradicionales (US\$ 9 millones en 2014 / 69% de participación) en comparación con los tradicionales (US\$ 4 millones / 31%) de acuerdo a cifras del último año.

En el caso de las ventas tradicionales se puede observar un importante aumento de 407,2% en 2014, con respecto a 2013, como consecuencia de la reanudación de las exportaciones de productos mineros (US\$ 2 millones / N.R.⁶) y los mayores envíos de insumos agropecuarios (US\$ 2 millones / 107,2% de variación). El buen desempeño mostrado por los envíos de zinc y café, respectivamente, sustentaron el crecimiento total de la categoría.

En tanto, las exportaciones no tradicionales han experimentado un incremento de 30,9% en 2014; es decir, US\$ 2 millones más con respecto a 2013. Los sectores cuyas ventas al mercado israelí mejor performance han mostrado, con envíos superiores a US\$ 500 mil, fueron pesquero (US\$ 500 mil / 135,0%) y agropecuario (US\$ 7 millones / 44,2%), cuya participación combinada es de 78% sobre el total de envíos con valor agregado, como consecuencia de las mayores ventas de quinua y conservas de anchoas, respectivamente⁷.

Cuadro N° 06

Exportaciones por Sectores Económicos			
(US\$ Millones)			
SECTOR	2013	2014	Var. % 14/13
TRADICIONAL	1	4	407,2
<i>Minero</i>	-	2	-

⁵ Cfr. Trademap

⁶ N.R. – No registró exportaciones el año anterior

⁷ No se tomó en cuenta el crecimiento mostrado por el sector Metal – Mecánico debido a que estuvo sustentado en reexportaciones

Zinc	-	2	-
Agrícolas	1	2	107,2
Café	1	2	107,2
NO TRADICIONAL	7	9	30,9
Agropecuario	5	7	44,2
Metal-Mecánico	0	1	300,0
Siderometalúrgico	1	1	2,0
Pesquero	0	0	135,0
Maderas Y Papeles	0	0	87,5
Textil	0	0	8,7
Químico	1	0	-78,3
Varios (Inc. Joyería)	0	0	200,0
Minería No Metálica	-	0	-
TOTAL GENERAL	8	14	70,0

Fuente: SUNAT Elaboración: INTELIGENCIA DE MERCADOS - PROMPERU

El producto de valor agregado más exportado a Israel ha sido la quinua en grano (US\$ 3,8 millones en 2014 / 88,1% de variación), cuyos envíos tienen una participación de 40% sobre el total no tradicional. Entre los productos más dinámicos destacan, principalmente, las semillas híbridas de pepinillo y zapallo, cuyos envíos experimentaron un crecimiento de 320,0% con respecto al año anterior; similar es el caso de las conservas de anchoas que, gracias a su mayor demanda en el mercado israelí, han incrementado sus ventas en 212,5%. Para mayor información revisar el cuadro N° 07.

Cuadro N° 07

Israel: Principales productos no tradicionales									
(US\$ Millones)									
Partida	Descripción	2010	2011	2012	2013	2014	Var. %	Var. %	Part. 2014
							Prom 14/10	14/13	
1008509000	Quinua	0,5	0,4	1,0	2,0	3,8	63,4	88,1	40%
0811909900	Pulpa de palta congelada	0,1	0,3	0,3	0,7	1,2	95,6	74,6	12%
0713399100	Pallares	0,1	0,1	0,1	0,5	0,4	39,6	-29,6	4%
7907009000	Manufacturas de zinc	0,5	0,4	0,4	0,3	0,4	-4,1	52,0	4%
0904211090	Páprika seca, sin triturar	0,1	0,1	0,4	0,4	0,3	30,5	-23,7	3%
1604160000	Conservas de anchoas	0,2	-	-	0,1	0,3	7,1	212,5	3%
2817001000	Óxido de zinc	2,9	2,0	1,6	1,1	0,2	-46,2	-78,9	3%
1207701000	Semillas híbridas de melón	-	-	-	-	0,2	-	-	3%
6104620000	Pantalones para mujeres, de algodón	-	0,1	-	0,2	0,2	-	43,8	2%
1209919000	Semillas híbridas de pepinillo y zapallo	0,0	-	-	0,1	0,2	114,1	320,0	2%
	Resto	3,6	3,2	3,0	1,9	2,3	-10,5	20,6	24%
TOTAL		8	7	7	7	9	4,6	31,8	100%

Fuente: SUNAT, Elaboración: INTELIGENCIA DE MERCADOS - PROMPERU

5. 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 17,0% 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 8,6% 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 3,5% y 5,9%, respectivamente.⁸

Cuadro N° 09

Israel: Preferencias arancelarias para principales productos no tradicionales						
RK	Partida	Descripción	Posición de Perú como proveedor	Principales competidores (% Part.)	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria
1	100850	Quinoa	1	Bolivia (19%) Chipre (17%) Sudáfrica (17%)	0,0%	-
2	081190	Frutas varias congeladas (Incluye pulpa de palta)	4	Polonia (22%) EE.UU. (16%) México (15%)	8,0%	-
3	071339	Alubias secas / desvainadas (Incluye pallares)	2	China (30%) Holanda (14%) Turquía (11%)	0,0%	-
4	790700	Manufacturas de zinc	3	China (40%) Alemania (24%) Holanda (6%)	0,0%	-
5	090421	Frutos del género capsicum (Incluye pprika sin triturar)	3	China (61%) India (12%) EE.UU. (8%)	0,0%	-
6	160416	Anchoas en conserva, enteras o en trozo	3	Italia (51%) Espana (38%) Francia (1%)	0,0%	-
7	281700	xido de zinc	1	India (18%) Turquía (14%)	0,0%	-

⁸ OMC – Perfiles arancelarios del mundo 2014

				Egipto (11%)		
				Tailandia (14%)		
8	120770	Semillas de melón	1	Chile (13%)	0,0%	-
				Holanda (3%)		
				China (56%)		
9	610462	Pantalones para niñas y mujeres, de algodón	10	Turquía (12%)	6,0%	-
				España (9%)		
				Holanda (58%)		
10	120991	Semillas de legumbres y hortalizas	9	Francia (8%)	4,0%	-
				EE.UU. (7%)		

Fuente: TradeMap, Elaboración: INTELIGENCIA DE MERCADOS - PROMPERU

Medidas no arancelarias

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. Para mayor información visitar: [Ley de Importación de Carne Kosher 1994](#)

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)⁹. 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 regulación

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 \(SII\)](#)

⁹ Para mayor información visitar: [Instituto para la Estandarización y Control de Farmacéuticos](#)

- 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

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.

6. 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. Servicios con potencial exportador

6.2.1 Oportunidades en la línea de software, aplicaciones y videojuegos

Israel es una economía que sobresale a nivel mundial por estar a la vanguardia en cuanto a desarrollo de software, aplicaciones móviles y startups; lo cual le ha permitido convertirse en sede para importantes empresas internacionales de tecnología como IBM, CISCO, Microsoft, entre otras. Las startups y la innovación constante han logrado que Israel - con solo unos cuantos millones de habitantes, sin ningún tipo de recursos naturales, inmensas dificultades diplomáticas, y una larga historia de plagada de problemas militares – inicie con éxito la creación de empresas por encima de potencias financiera, tales como China, Japón, Canadá o Reino Unido. En su corta existencia, Israel ha sido capaz de atraer más del doble de inversión de capital de riesgo que los Estados Unidos y treinta veces más que Europa. En el mismo orden de magnitudes, el país judío tiene más empresas de tecnología cotizando en el NASDAQ que cualquier otro país fuera de los EE.UU., más que toda Europa, China e India combinadas.

La fortaleza de la industria tecnológica israelí es validada por su récord en el desarrollo y lanzamiento de soluciones de software altamente difundidas en la actualidad tales como la mensajería instantánea, la Voz IP, el correo de voz, el Firewall de Internet, entre otras.

Debido a que es considerado un semillero de nuevas tecnologías de software, la mayoría de grandes compañías mundiales del rubro mantienen sus departamentos de "I + D" en el país. Muchos de los cuales se han establecido a través de la adquisición de empresas locales. Asimismo, otras multinacionales tienen a Israel como su primera opción al momento de buscar proveedores de software o soluciones tecnológicas para sus operaciones globales.

Las empresas israelíes han tomado el liderazgo a nivel mundial en el desarrollo de soluciones de seguridad TI, cloud computing, business intelligence (BI), gobierno electrónico (E – Gob) y aplicaciones de Internet. Más de cien compañías locales operan únicamente en cloud computing, el segmento que mejor desempeño futuro mostrará en el mercado de TI.

Entre los principales contratantes de soluciones tecnológicas en Israel destacan, principalmente, empresas del sector financiero (bancos, compañías de seguros y bancos de inversión), el Gobierno, los comercios minoristas y los operadores de transportes. En tanto, existe una demanda potencial a mediano plazo para soluciones enfocadas en la industria de media como empresas de entretenimiento, cable y televisión, así como consultoras de publicidad y marketing, debido al importante desarrollo del sector en los últimos años.

En tanto, el sector de aplicaciones móviles en Israel ha mostrado un rápido crecimiento en los últimos años. La comunidad de desarrolladores de esta clase de soluciones es una de las más activas y está compuesta por más de cuatro mil personas, entre desarrolladores y empresarios, los cuales son responsables de más de mil proyectos al año. Entre las aplicaciones con mayor éxito desarrolladas por emprendedores israelíes destacan Waze, Get Taxi y Viber; sin embargo, las desarrolladoras del país son pioneras en las diversas categorías, desde juegos móviles y aplicaciones de entretenimiento, pasando por aplicaciones de servicios y publicidad, hasta especializadas en medicina y procesos de negocios.

Por último, en los últimos años las aceleradoras de negocios israelíes han comenzado a apostar emprendedores y empresas, indistintamente del país del que provengan, que se adapten a las nuevas tendencias de tecnologías de información. Entre estas destacan el desarrollo de aplicaciones en nube (cloud apps), tecnologías móviles y aplicaciones cognitivas. Asimismo, existe demanda para aplicaciones enfocadas en salud, telemedicina, comercio minorista, media y entretenimiento.

6.2.2. Oportunidades en la línea editorial

Israel cuenta con un mercado interno pequeño pero con altos niveles de lectura y con buenas perspectivas de crecimiento. Además, cada año se publican más de 4 000 títulos y se venden aproximadamente 35 millones de libros. El mercado ofrece buenas oportunidades para los editores foráneos, ya que cerca de 40% de las ventas editoriales anuales en Israel son de títulos extranjeros traducidos al hebreo, árabe o ruso; de los cuales, a su vez, 40% fueron escritos originalmente en idioma inglés. Israel es un crisol de culturas y no hay ningún problema con la traducción, edición y comercialización de obras extranjeras, lo cual se ha visto reflejado en la popularidad adquirida por obras de autores indios, escandinavos y de habla hispana en los últimos diez años.

De los cincuenta editores registrados en la [Asociación de Editores de Libros de Israel](#), más de la mitad están involucrados en la adquisición de títulos del extranjero. Estos incluyen a casas editoriales con larga data como Kinneret Zmora (Fondo editorial: 6 500 títulos - Publicación: 300 títulos/año), Keter (Fondo editorial: 3 300 títulos - Publicación: 100 títulos/año), Yediot Ajaronot (Fondo editorial: 3 000 títulos - Publicación: 250 títulos/año) y Am Oved (Fondo editorial: 5 000 títulos - Publicación: 80 títulos/año). El tiraje medio es de 1 500 ejemplares; mientras que los pagos por Derechos de Autor van desde US\$ 1 000 a US\$ 100 000, aunque la media es de US\$ 3 000. La escala de regalías estándar para Israel es de 6% sobre el precio al por menor de los primeros 3 000 ejemplares vendidos, de 8% sobre las ventas mayores a 3 000 ejemplares pero menores a 6 000 ejemplares, y de 10% sobre las ventas de más de 6 000 ejemplares.

En cuanto a contratos, la media de la concesión de la licencia es de ocho años. En un mercado tan pequeño como el de Israel, hay muy pocas posibilidades de renovación, por lo que tiene sentido dar la máxima oportunidad al editor para explotar el mercado totalmente.

Se estima que Israel cuenta con más de 300 librerías minoristas, siendo las cadenas predominantes de mercado Steimatzky y Tsomet Sefarim. Actualmente el precio medio en catálogo de títulos nuevos es de US\$ 19,0; sin embargo, años atrás, debido a la batalla de precios entre los principales competidores muchas veces se podían ofrecer a la mitad de su precio o hasta 80% de descuento. Si bien es cierto, esto propició una mayor rotación y benefició directamente a los consumidores, muchas librerías independientes se vieron forzadas a cerrar y los editores se ganaron mucho menos por ejemplar vendido aunque sus ventas en número crecieron. En respuesta a ello, el Gobierno aprobó en enero de 2014 la [Ley de Protección de la Literatura y Autores de Israel](#), la cual impide la reducción de precios de venta al público hasta después de los 18 primeros meses de publicación.

Pese a ello, la batalla de precios entre las principales cadenas de librerías ha propiciado la democratización del mercado editorial en Israel, debido a que fueron asequibles a consumidores de todos los estratos sociales, creando así un círculo cada vez más grandes de lectores. El segmento con mayor potencial en estos momentos es el de los adolescentes y jóvenes en servicio militar (entre 18 y 21 años). Mientras tanto, los títulos preferidos son, largamente, las historias para niños, seguidos por relaciones personales, literatura para mujeres, política israelí y judaísmo.

En cuanto al libro electrónico o e – book, su impacto aún ha sido bajo en el mercado israelí; ello se debe en parte a la proliferación de las librerías minoristas y al bajo precio promedio de los libros físicos. Asimismo, ninguno de los e – readers como Kindle, Sony, Nook y Kobo cuenta con plataformas en hebreo, el principal idioma del país. Pese a ello, en 2013, se lanzaron 215 nuevos libros electrónicos en el mercado israelí, tanto por parte de editoriales comerciales como por instituciones académicas¹⁰.

6.2.3. Oportunidades para la línea de logística

El mercado logístico israelí totalizó más de US\$ 800 millones y en los últimos años ha mostrado una expansión promedio anual cercana al 6%, lo cual ha despertado el interés de los principales competidores mundiales del rubro. Actualmente, existen más de 30 empresas que tienen como principal giro de negocio a la logística en Israel; de ellas, aproximadamente siete concentran la mayor actividad de mercado.

Las empresas israelíes han comenzado a tercerizar sus departamentos de logística y SCM para comenzar a centrarse en actividades medulares de negocio, a la par que disminuyen los riesgos de distribución en zonas de conflicto. Tanto empresas de consumo masivo, como Unilever y Henkel, así como factorías industriales y automotrices han comenzado a adoptar esta tendencia. Ello se evidencia en que cerca del 90% de la facturación de las actividades logísticas en Israel están sustentadas por las transacciones B2B.

Debido al dinamismo mostrado por la demanda de esta clase de servicios, el país ha experimentado un aumento en la capacidad instalada mediante la apertura de nuevos centros logísticos y parques industriales. Los cuales se han convertido en los principales centros de operación de las empresas del rubro, entre los más populares destacan el puerto de Ashdod; los parques industriales de Hevel Modiin, Bar Lev y Shoham; y la zona de alta tecnología de Kfar Saba.

¹⁰ Cfr. Biblioteca Nacional de Israel

El desarrollo de nuevos parques industriales y centros logísticos ha propiciado el crecimiento, en dimensiones, de los almacenes en Israel. Tan solo hace una década los almacenes israelíes llegaban apenas a los 9,12 metros de altura; sin embargo, en la actualidad los almacenes convencionales pueden alcanzar una altura de entre 13 metros y 18 metros, mientras que los almacenes automatizados entre 30 metros y 45 metros.

Otra tendencia creciente entre los operadores logísticos israelíes es el creciente uso de sistemas de control climático para el manejo óptimo de la cadena de frío a lo largo de la cadena de suministro. Cada vez es mayor el número de contenedores y vehículos de carga que cuentan con esta clase de dispositivos debido a las altas temperaturas propias del territorio desértico israelí. En tanto los principales actores del sector han comenzado a implementar software sofisticado para el monitoreo de la carga debido a las constantes amenazas que afronta el país.

6.2.4. Oportunidades para la línea de franquicias¹¹

Debido al desarrollo de un entorno que fomenta el emprendimiento, la industria de las franquicias en Israel ha crecido en 600% en la última década y se espera que para los próximos años experimente un incremento interanual cercano a 20%. El mercado de franquicias israelí está valorado en más de US\$ 14 mil millones.

Actualmente, Israel cuenta con más de 350 redes de franquicias que operan en más de 11 000 sucursales o puntos de venta en todo el país. El tamaño de la red varía según el sector en el que opera y la etapa de desarrollo (ciclo de vida) del mercado. Los formatos de cafés y cafeterías cuentan con las redes de franquicias más extensas debido a la mayor presencia temporal en este mercado; un claro ejemplo de ello es "Café Café", la cual tiene una de las redes de franquicias más desarrolladas de Israel con más 131 puntos de venta en todo el país.

En Israel existen más de un centenar de franquicias internacionales, de las cuales aproximadamente 60% son europeas y 30% estadounidenses. Entre las redes extranjeras más importantes destacan McDonalds, KFC, Pizza Hut, Domino's Pizza. Sin embargo, otros modelos de negocio como Starbucks, Dunkin Donuts y Burger no funcionaron en el país.

Aproximadamente 38% de las redes de franquicias en Israel están relacionadas al retail; de las cuales, a su vez, 80% tienen como principal rubro de negocio a la moda. En este escenario, predominan las marcas europeas y norteamericanas como Tommy Hilfiger, Ralph Laurent, Gap, American Eagle, entre otras.

Por último, para la apertura de una franquicia de servicios en Israel puede bastar con una inversión inicial superior a US\$ 30 mil. Sin embargo, las franquicias de alimentos y fast foods podrían requerir inversiones iniciales entre US\$ 130 mil y US\$ 500 mil.

7. 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.

Al tratarse de una economía en expansión con un sector inmobiliario en alza, los productos industriales intermedios y acabados para la construcción son altamente demandados. Entre los productos peruanos de la categoría que se

¹¹ Cfr. Centro Israelí de Promoción de Franquicias

pueden ofertar destacan los revestimientos cerámicos, manufacturas de cobre y acero, artículos de decoración y mobiliario.

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.

8. 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. También es habitual citar mediante llamadas de teleconferencia, la cual probablemente se puede extender más del tiempo estipulado debido a que los israelíes suelen interrumpir las conversaciones para dar aportes, hacer preguntas y compartir experiencias.

- **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 camisetas 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. Entre los israelitas de religión judía se distinguen tres grupos principales: los seculares, los tradicionalistas y los ortodoxos. A los tradicionalistas se les reconoce por el gorro sobre la coronilla conocido como *yarmulke*; mientras que los judíos ortodoxos usan sombrero y traje negro. Sin embargo, la mayor parte de los negocios suelen realizarse con los judíos seculares, que representan cerca de 60% de la población.

- **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.

En las negociaciones prima la eficacia. Se habla directamente a las personas que toman las decisiones y estos a su vez siempre buscarán ir al punto exacto por el cual están reunidos. Aunque el inglés es el idioma de negocios, muchos empresarios que tienen relaciones con países de habla hispana ya tienen en su compañía personas que hablan español.

Los israelíes tienen un sentido de los negocios muy próximo a los valores capitalistas, aprendido secularmente en sectores como la banca o la joyería, por lo cual la idea de beneficio, productividad o rentabilidad están muy presentes. La negociación sobre el precio es el aspecto más importante para ellos por lo cual debe dejarse para el final. El regateo será duro. Conviene partir por un amplio margen e ir haciendo concesiones poco a poco, combinando mejoras de precios con otros argumentos (condiciones de pago, descuentos por volúmenes de compra, entre otros).

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.

9. Links de interés

Cuadro N° 10

Entidad	Enlace
Cámara de Comercio de Tel Aviv e Israel Central	http://www.chamber.org.il/
Invierta en Israel	http://www.investinrael.gov.il/
Banco de Israel	http://www.boi.org.il/en/
Institución de Estandarización de Israel	http://www.sii.org.il/
Presidencia de Israel	http://www.president.gov.il/
Ministerio de Economía de Israel	http://www.economy.gov.il/English/

10. Eventos Comerciales

Cuadro N° 11

Nombre Oficial del Evento Comercial	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
Feria Internacional del Libro de Jerusalén 2015	Servicios editoriales	Jerusalem, Israel	Del 08 al 12 de febrero de 2015	http://www.jbookfair.com/en/
New Tech 2015	Software / Aplicaciones	Tel Aviv, Israel	Del 19 al 20 de mayo de 2015	http://new-techevents.com/
Israel Mobile Fair 2015	Software / Aplicaciones	Tel Aviv, Israel	Del 11 de junio al 06 de octubre de 2015	http://www.mobile2015.co.il/
Isprint 2015	Servicios editoriales	Tel Aviv, Israel	Del 20 al 22 de octubre de 2015	http://www.stier.co.il/ISPRINT/index_en.asp
FISCOM 2015	Software / Servicios empresariales	Tel Aviv, Israel	Del 27 al 29 de octubre de 2015	http://www.stier.co.il/FISCOM/index_en.asp

Fuente: nferias Elaboración: INTELIGENCIA DE MERCADOS - PROMPERU

11. Bibliografía

- Euromonitor: Country Profile
- Reporte de Competitividad Mundial de la OMC 2014-2015
- Base de datos utilizadas: SUNAT, FMI statistics
- Ferias internacionales: www.nferias.com