

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE VITORIA  
GRADO EN PERIODISMO**



**TRABAJO FIN DE GRADO**

**La Cámara de Comercio Hispano-israelí:**

**El canal de comunicación a través del cual fortalecer las relaciones entre España e Israel en momentos de crisis (COVID-19)**

Autor: Dña. Aida Lorca Arce  
Tutor: Dra. Daniela Musicco Nombela  
Entregado el: 02/07/2021



## ÍNDICE

1. Introducción.....	pág. 4-8
1.1 Hipótesis .....	pág. 4
1.2 Relevancia e integración de saberes .....	pág. 4
1.3 Objetivos.....	pág. 6
1.4 Metodología.....	pág. 7
1.5 Marco teórico.....	pág. 8
2. Desarrollo .....	pág. 9-67
2.1 El comercio, la globalización y sus beneficios.....	pág. 9
2.2 Las Cámaras de Comercio .....	pág. 12
2.2.1 Historia de las Cámaras de Comercio.....	pág. 12
2.2.2 Función y relevancia de las Cámaras de Comercio.....	pág. 14
2.2.3 La Cámara de Comercio Hispano-Israelí .....	pág. 16
2.3 Relaciones entre España e Israel .....	pág. 17
2.3.1 Relaciones diplomáticas entre España e Israel .....	pág. 17
2.3.1.1 Antecedentes a 1986: España se posiciona con los árabes .....	pág. 18
2.3.1.2 Historia de las relaciones diplomáticas entre España e Israel (1986-actualidad).....	pág. 20
2.3.1.3 La Embajada de Israel en España: proyectos .....	pág. 23
2.3.2 Relaciones económicas.....	pág. 25
2.3.2.1 España: telecomunicaciones y otros .....	pág. 29
2.3.2.2 Israel: la nación <i>start-up</i> .....	pág. 31

2.3.3	Relaciones socioculturales de España e Israel: los judíos sefardíes y Tierra Santa.....	pág. 34
2.4	La comunicación de la Cámara de Comercio Hispano-Israelí .....	pág. 36
2.4.1	La web .....	pág. 36
2.4.2	Las redes sociales .....	pág. 40
2.4.3	Newsletter y e-mailing .....	pág. 44
2.4.4	Relación con la prensa.....	pág. 46
2.4.5	Eventos .....	pág. 47
2.5	Comparación de la comunicación de otras Cámaras de Comercio .....	pág. 51
2.5.1	Cámara Franco-española de Comercio e Industria.....	pág. 53
2.5.2	Cámara de Comercio Hispano-China .....	pág. 57
2.6	Comunicación de crisis en relación marca país – Incidencia positiva trabajo comunicación Cámara de Comercio Hispano-israelí .....	pág. 61
2.7	Comunicación en tiempos de crisis .....	pág. 63
2.7.1	El impacto de la crisis de 2008 en las relaciones entre España e Israel .....	pág. 64
2.7.2	Crisis 2020: las consecuencias de la pandemia por COVID en las relaciones entre España e Israel.....	pág. 65
2.8	Desarrollo de la comunicación futura: aportaciones a la Cámara de Comercio Hispano-israelí.....	pág. 67
3	Conclusiones.....	pág. 68
4	Bibliografía/Fuentes .....	pág. 70
5	Anexos.....	pág. 85

## **1. Introducción**

Las crisis económicas siempre son un punto de inflexión en las economías de los países. El brote de la COVID-19 ha agudizado la situación financiera de todos los Estados del mundo. Además, el consecuente cierre de fronteras – entre los meses de marzo y mayo – ha mostrado las profundas conexiones y dependencias económicas entre los países. Por otro lado, este suceso ha impulsado el emprendimiento y ha favorecido el interés de los empresarios hacia horizontes nunca antes planteados.

La Cámara de Comercio sirve de canal entre las empresas nacionales y los países donde estas quieran establecerse. Así, la expansión e internacionalización de las mismas es mucho más estable, ya que se sustenta bajo la experiencia y consejo de una entidad especializada y reconocida en su ámbito.

Un estudio realizado por la revista *US News & World Report*<sup>1</sup>, coloca a Israel como el 11º país más poderoso del mundo. Además, la ‘Nación Start-up’ es considerada como la 24ª economía más emprendedora. Israel tiene un planteamiento estructural y profesional muy encaminado a la internacionalización. Esto sumado a los fuertes lazos político-sociales entre España e Israel; refuerzan el interés de este TFG.

### **1.1 Hipótesis**

Este proyecto busca comprender y descifrar el impacto de las diferentes estrategias y planes de colaboración realizados entre las Cámaras de Comercio, más específicamente: la Hispano-israelí. Así se demostrará que, en momentos de crisis, esta entidad es un elemento importante para una rápida y sólida recuperación económica, además de clave para el fortalecimiento de las relaciones diplomáticas, comerciales y socioculturales ya existentes entre España e Israel.

### **1.2 Relevancia e integración de saberes**

Ante todo, hay que tener en cuenta la función primordial de las Cámaras de Comercio durante siglos. El apoyo que estas brindan a las empresas nacionales, especialmente a las

---

<sup>1</sup> U.S. News. (2020). Israel. U.S. News. Recuperado el 1 de julio de 2021 en: <https://www.usnews.com/news/best-countries/israel>

pequeñas y medianas (PYMES), es determinante en la internacionalización de estas. Sin embargo, la apertura al mercado mundial no solo es beneficiosa para la economía particular del emprendedor, si no también para el conjunto de la economía española e israelí. Esto, que en un principio parece muy abstracto, tiene unas consecuencias directas en los ciudadanos de estos países, ya que la expansión de los negocios deriva en la creación de nuevos puestos de trabajo y en el crecimiento del PIB nacional.

Este proyecto es de especial relevancia dado el desconocimiento generalizado de esta institución interestatal. En definitiva, este TFG servirá para una mayor visibilidad de las Cámaras de Comercio y, sobre todo, de la Hispano-israelí. Por otro lado, la investigación contribuirá a la comunidad educativa, ya que expone los diferentes beneficios de estas instituciones a la ciudadanía; será la base para futuros análisis de otras Cámaras de Comercio, como la Franco-española y la Hispano-china, entre otras. Cabe destacar la inexistencia de estudios específicos en materia de Cámaras de Comercio, que unan a España con otros países, por lo que este análisis constituirá un impulso para futuras investigaciones en este ámbito.

A lo largo del TFG se pone de manifiesto la integración de los saberes y disciplinas abordadas en el proceso de aprendizaje realizado durante el Grado en Periodismo.

- En primer lugar, el dominio de plataformas multimedia para la verificación de datos ha sido primordial para comprobar la veracidad de las noticias y documentos utilizados.
- En segundo lugar, las estrategias de planificación puestas en prácticas en las diferentes clases han sido muy útiles a la hora de organizar el trabajo y realizar la investigación en un periodo de tiempo corto, al mismo tiempo que se compaginaba con otras asignaturas.
- En tercer lugar, la habilidad adquirida en el ámbito de la redacción periodística ha sido clave a la hora de realizar entrevistas bien estructuradas y fructíferas. Estas han sido fundamentales, ya que han aportado al documento una profundidad y especificidad únicas.
- En cuarto lugar, el conocimiento de las redes sociales ha permitido una mayor indagación y comprensión del impacto de la Cámara de Comercio y las relaciones entre España e Israel en las sociedades correspondientes. El dominio de este

medio también ha facilitado el acceder a información que no hubiese sido posible de otra manera.

- En quinto lugar y teniendo especialmente en cuenta el momento actual de crisis sanitaria y económica mundial, será de gran utilidad el dar a conocer los instrumentos de relaciones y comunicación entre países, cuyas economías pueden ayudarse mutuamente para su respectiva recuperación. Con lo cual, este TFG tiene voluntad y carácter de servicio, no solo de investigación; algo propio de la educación UFV.
- Finalmente, el objetivo en sí de este proyecto está muy relacionado con el servicio y responsabilidad social del periodista. Hay que tener en cuenta que, este trabajo de fin de grado, tiene como base principal la divulgación de un área muy desconocida, pero de gran relevancia. Así, la obligación del comunicador es informar sobre ello.

### **1.3 Objetivos**

Las metas de este estudio van desde lo más general a lo particular. Estos últimos servirán para lograr el objetivo principal, es decir, probar que si la hipótesis de la que se parte es cierta. Por ello, el análisis del comportamiento y disposición de los ciudadanos españoles o la difusión de las campañas institucionales al respecto son de tan apreciada necesidad.

Los objetivos que este trabajo pretende lograr son:

- 1.3.1 Estudiar la relevancia de las Cámaras de Comercio y su impacto en la economía de los países y en las sociedades actuales. Gracias a este conocimiento será posible proponer y averiguar las perspectivas de futuro de dicha institución.
- 1.3.2 Descubrir hasta qué punto se conoce de la existencia de esta entidad y su importante papel en el proceso de internacionalización de las empresas españolas. Esto también contribuye al planteamiento adecuado de futuras campañas publicitarias eficientes.
- 1.3.3 Verificar si el plan de comunicación de instituciones como las Cámaras de Comercio está adaptado a las necesidades que han surgido en el contexto actual.

## 1.4 Metodología

Hay que entender el contexto, las relaciones institucionales de las que se parten y los retos a los que se enfrenta la Cámara de Comercio Hispano-israelí; para poder hacer un análisis de situación preciso. Así:

- Se estudiarán tanto proyectos ya realizados como casos de éxito, tomando estos últimos como referencia para necesidades futuras.
- Serán analizadas las relaciones entre España e Israel en el ámbito: diplomático, económico y sociocultural. Además, se profundizará en las características individuales de cada país, para mostrar la complementariedad de ambos Estados.
- Por último, se considerará el impacto de las crisis económicas sobre los ciudadanos, las empresas y los Gobiernos de España e Israel. Para ello, la crisis de 2008 será tomada como referencia. También se realizará un exhaustivo análisis del impacto a corto plazo de la actual crisis, la cual ha surgido como consecuencia de la pandemia por COVID-19.

Todos estos puntos se apoyarán en información proporcionada por páginas web de instituciones como: el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y de Cooperación; la Cámara de Comercio de España, ICEX, la Embajada de Israel en España y la propia de la Cámara de Comercio Hispano-israelí. El estudio también se respalda en artículos específicos sobre Cámaras de Comercio, además de sus últimos proyectos para incentivar las relaciones intergubernamentales entre ambos Estados. El vínculo histórico entre España e Israel y sus fuertes conexiones culturales se investigarán a través de libros especializados en la materia y artículos web. Por otro lado, las páginas web en línea enfocadas al ámbito económico serán fundamentales para el análisis del impacto de la entidad, en las crisis financieras de 2008 y, sobre todo, de 2020. Todas las fuentes bibliográficas, que se han mencionado a lo largo del proyecto, han sido publicadas en los últimos treinta años, a excepción de las específicas sobre tratados y acuerdos internacionales históricos entre países.

Finalmente, estos datos también incluirán la entrevista a una de las principales instituciones especializadas en el comercio exterior entre España e Israel, como es el ICEX y su Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior; y además, también contará con una entrevista a la portavoz de la Embajada de Israel en España, para que dé su visión al respecto.

### **1.5 Marco teórico**

Algunos de los textos clave para el desarrollo de este TFG han sido el artículo de Marcela Bonilla titulado “Historia del Comercio: Comercio electrónico”, para abordar el desarrollo histórico del intercambio de productos; el “Diccionario de la Administración Española, Compilación de la Novísima Legislación de España Peninsular y Ultramarina” de Alcubilla, para entender la creación de las primeras Cámaras de Comercio de España; y las páginas web del ICEX y su Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en Exterior y la Cámara de Comercio Hispano-israelí. Respecto al contexto e historia de la relación sociocultural entre España e Israel, el artículo de Isabel Hervás para La Vanguardia ha sido fundamental.

Por último, el estudio realizado por Enrique Fanjul para el Real Instituto Elcano sobre “impulsar el sector exterior español en tiempo de pandemia” ha sido muy relevante para llegar a la conclusión de este TFG.



## 2. Desarrollo

En este capítulo vamos a analizar y justificar la relevancia del tema a analizar: los beneficios de una organización sin ánimo de lucro como es la Cámara de Comercio Hispano-israelí en las relaciones entre dos Estados: España e Israel. Para ello, partiremos de la explicación del comercio, su desarrollo e impacto en todos los aspectos de un país; para continuar con la aparición de las primeras cámaras de comercio – especificando también sobre la Cámara de Comercio Hispano-israelí – y las relaciones entre España e Israel en todos sus ámbitos: diplomáticos, económicos, socioculturales y de comunicación. Más tarde, se profundizará en la comunicación: de la Cámara de Comercio Hispano-israelí, de crisis en relación marca-país (en los periodos de crisis de 2008 y 2020, junto con el papel de la institución) y se aportarán propuestas para que el organismo sin ánimo de lucro mejore su proceso comunicativo.

### 2.1 El comercio, la globalización y sus beneficios

El origen del comercio se remonta a la prehistoria, más específicamente a los primeros asentamientos (Neolítico, 9.000 a.C. – 4.000 a.C.). Esta actividad surgió como consecuencia de un mayor dominio de los hombres sobre la naturaleza, lo que les permitió desarrollar una agricultura de subsistencia que, con el tiempo y gracias a la elaboración de mejores herramientas de trabajo, acabaría en cosechas cada vez más abundantes.

El exceso de alimento propició, en parte, la aparición de profesiones nuevas como la alfarería o la siderurgia, pues el trabajo de la tierra por parte de unos pocos era suficiente para sustentar a toda la comunidad. Bajo este contexto surge el comercio: “los excedentes de las cosechas empezaron a intercambiarse con otros objetos en los que otras comunidades estaban especializadas”<sup>2</sup>. Más tarde esto no solo se limitaría a objetos de la vida cotidiana, sino que también acabaría suponiendo el intercambio de innovaciones científicas y tecnológicas entre diferentes pueblos<sup>3</sup>, dando forma y enriqueciendo a las sociedades de la época.

---

<sup>2</sup> Bonilla, M. (8 de octubre de 2013). *Historia del comercio: Comercio electrónico*. Slideshare. Recuperado el 25 de abril de 2021 en: <https://es.slideshare.net/MarcelaBonilla/historia-del-comercio-26996173>

<sup>3</sup> “Los pueblos que por razón de su vecindad o por otro motivo tenían entablada alguna correspondencia, se daban parte de sus bienes unos a otros, o libremente, o mediante alguna decente compensación; supliendo de este modo sus recíprocas necesidades con la abundancia y superfluidad de sus vecinos. Mas como el

Hasta la Edad Media (s. V d.C. – XV d.C.) no comienzan a desarrollarse las grandes rutas comerciales transcontinentales, que reactivaron la economía de gran parte de las regiones del planeta. Ya en el siglo XVII, “las travesías transatlánticas entre Europa y América cobran un papel fundamental (...), no solo por el transporte de mercancías sino también por el tráfico de pasajeros.”<sup>4</sup>. Podría decirse que los avances tecnológicos, especialmente en el sector de los transportes, fueron la clave para que, finalmente en el siglo XX, podamos hablar de globalización: un proceso económico, tecnológico, social y cultural que “permite a los distintos países del mundo unificar sus mercados, sociedades y culturas a través de una creciente comunicación e interdependencia.”<sup>5</sup>. Sin embargo, “la valoración del actual proceso de globalización constituye, sin lugar a duda, uno de los principales temas de controversia de los últimos tiempos”<sup>6</sup>, pues se trata de un fenómeno que tiene un gran impacto en el desarrollo de los Estados y que abarca todos los aspectos del día a día de las personas.

Con la globalización nace el comercio internacional y también el comercio exterior. El comercio internacional es un concepto mucho más amplio geográficamente hablando, ya que “abarca todas las economías abiertas del mundo”<sup>7</sup> y, con ello, todas las transacciones ejecutadas entre países que tienen acuerdos comerciales. Si se acota el concepto a escala nacional, es decir, a “las operaciones comerciales que realiza un país en concreto con el resto de los países del mundo”<sup>8</sup>, sería comercio exterior. Una vez aclarado esto, y teniendo

---

hombre es sociable por su naturaleza, los mismos pueblos salvajes que se hallaban separados de los demás hombres tenían entre sí alguna especie de tráfico; de manera que el cazador daba parte de su caza al pescador y este le volvía en cambio su pescado”. Huet, P.D. (1793). *Historia del comercio y de la navegación de los antiguos*. Imprenta de Ramón Ruiz. Recuperado el 24 de abril de 2021 en:

[https://books.google.es/books?id=uSm-1B1AxA8C&pg=PA1&lpg=PA1&dq=Los+pueblos+que+por+razón+de+su+vecindad+o+por+otro+motivo+ten%C3%ADan+entablada+alguna+correspondencia&source=bl&ots=O9tu7j2mCb&sig=ACfU3U0obhGoBitWI06luGbbmHTkeg1wJA&hl=es&sa=X&ved=2ahUKewjK-oyK2L\\_xAhVF8eAKHa5TDDAQ6AEwAHoECAMQAw#v=onepage&q=Los%20pueblos%20que%20por%20razón%20de%20su%20vecindad%20o%20por%20otro%20motivo%20ten%C3%ADan%20entablada%20alguna%20correspondencia&f=false](https://books.google.es/books?id=uSm-1B1AxA8C&pg=PA1&lpg=PA1&dq=Los+pueblos+que+por+razón+de+su+vecindad+o+por+otro+motivo+ten%C3%ADan+entablada+alguna+correspondencia&source=bl&ots=O9tu7j2mCb&sig=ACfU3U0obhGoBitWI06luGbbmHTkeg1wJA&hl=es&sa=X&ved=2ahUKewjK-oyK2L_xAhVF8eAKHa5TDDAQ6AEwAHoECAMQAw#v=onepage&q=Los%20pueblos%20que%20por%20razón%20de%20su%20vecindad%20o%20por%20otro%20motivo%20ten%C3%ADan%20entablada%20alguna%20correspondencia&f=false)

<sup>4</sup> Bonilla, M. (8 de octubre de 2013). *Historia del comercio: Comercio electrónico*. Slideshare. Recogido el 25 de abril de 2021 en: <https://es.slideshare.net/MarcelaBonilla/historia-del-comercio-26996173>

<sup>5</sup> Bonilla, M. (8 de octubre de 2013). *Historia del comercio: Comercio electrónico*. Slideshare. Recogido el 25 de abril de 2021 en: <https://es.slideshare.net/MarcelaBonilla/historia-del-comercio-26996173>

<sup>6</sup> Bernal Turnes, P. y Mercado Idoeta, C. (2015). *Técnicas y prácticas de comercio exterior*. Dykinson. <https://elibro.net/es/ereader/ufv/63122?page=46>

<sup>7</sup> Jesuites educació. (15 de octubre de 2020). *¿Cuál es la diferencia entre comercio internacional y exterior?* Jesuites educació. Recuperado el 23 de abril de 2021 en: <https://fp.uoc.fje.edu/blog/cual-es-la-diferencia-entre-comercio-internacional-y-exterior/>

<sup>8</sup> Jesuites educació. (15 de octubre de 2020). *¿Cuál es la diferencia entre comercio internacional y exterior?* Jesuites educació. Recuperado el 23 de abril de 2021 en: <https://fp.uoc.fje.edu/blog/cual-es-la-diferencia-entre-comercio-internacional-y-exterior/>

en cuenta de que este TFG profundiza en las relaciones bilaterales entre dos Estados: Israel y España, la autora concluye que el tipo de comercio que se tratará en este análisis será el de comercio exterior.

Los países que se oponen a esta tendencia global promueven una política proteccionista<sup>9</sup>, cuyo principal perjuicio no solo es el aumento excesivo de los precios por productos de peor calidad, sino también la falta de competitividad en el mercado. Además, estas políticas económicas terminan provocando una menor innovación de las empresas – por la ausencia de incentivos –, lo que desacelera el crecimiento de las economías de los Estados.

Por otro lado, está el planteamiento encabezado por las principales organizaciones económicas internacionales y la postura que se va a tomar desde este TFG: La competencia y el mercado son las dos mayores garantías de que va a haber una adecuada asignación de los recursos y, consecuentemente, un crecimiento económico que no derive en inflación. Entre los principales argumentos a favor de la apertura del mercado exterior encontramos:

- Incentivación a la especialización en la producción (ventaja comparativa). Mayor eficiencia.
- Incremento de la competencia lleva al descenso de los precios. No existe el monopolio, si no que consiste en sobresalir frente a tus competidores.
- Reducción de los límites a los intercambios comerciales y a la inversión internacional.
- Al reducir las medidas proteccionistas se limita la existencia de grupos de presión que se aprovechan de dicha protección, perjudicando al conjunto de los consumidores.

---

<sup>9</sup> “El proteccionismo es una política comercial establecida por un Gobierno que tiene como finalidad proteger la industria nacional ante la competencia del extranjero con la aplicación de aranceles o cualquier otro tipo de restricción a la importación.” Cabello, A. (1 de abril de 2016). *Proteccionismo*. Economipedia.com. Recuperado el 22 de abril de 2021 en: <https://economipedia.com/definiciones/proteccionismo.html>

- “La libertad de los movimientos de capital permite a las economías financiarse allí donde la financiación es más adecuada a sus necesidades, sin tener que estar limitadas por la existencia o no de financiación interna.”<sup>10</sup>

En definitiva, la mayoría de los estudios destacan las grandes ventajas del intercambio comercial entre países pues, aunque varíen las estimaciones, las ganancias de eliminar las barreras comerciales, ya en 2001, alcanzaban entre US\$250.000 millones y US\$680.000 millones al año<sup>11</sup>. De todos modos, es prácticamente imposible establecer una cifra concreta y rigurosa, aunque sí se puede determinar el saldo – positivo o negativo – de la globalización.

El intercambio comercial entre los dos países a analizar: España e Israel; es aparentemente favorable. Esto será demostrado a lo largo de este TFG, siendo de especial relevancia la Cámara de Comercio Hispano-israelí y, en menor medida, otras instituciones no gubernamentales y públicas fundamentales para la consecución de resultados positivos en el intercambio productivo.

## **2.2 Las Cámaras de Comercio**

Una vez justificados los grandes beneficios del desarrollo del comercio exterior y su consecuente impacto en el comercio internacional y las economías nacionales; se va a proceder a analizar la historia de las primeras cámaras de comercio, su función y relevancia y su implicación socio-sostenible. Finalmente, se profundizará en la Cámara de Comercio Hispano-israelí, institución central de este análisis, a partir de su historia.

### **2.2.1 Historia de las Cámaras de Comercio**

Las organizaciones económicas de este tipo han sido necesarias desde los inicios de la actividad comercial. En un principio los gremios, las bolsas y las ligas se habían encargado de cubrir esta función, alcanzando eficaces beneficios para el crecimiento de la economía de varios países europeos.

---

<sup>10</sup> Bernal Turnes, P. y Mercado Idoeta, C. (2015). *Técnicas y prácticas de comercio exterior*. Dykinson. Recuperado el 22 de abril de 2021: <https://elibro.net/es/ereader/ufv/63122?page=46>

<sup>11</sup> FMI. (Noviembre 2001). *La liberalización del comercio mundial y los países en desarrollo*. Fondo Monetario Internacional. Recuperado el 30 de junio de 2021 en: <https://www.imf.org/external/np/exr/ib/2001/esl/110801s.htm>

La 3ª edición del “Diccionario de la Administración Española de ALCUBILLA”<sup>12</sup> (1877) ya hablaba de la Cámara Apostólica, Cámara de Castilla, Cámara de Indias, Cámara del Real Patronato, Cámara Eclesiástica, Corporaciones o Cofradías – todas de carácter consultivo –; pero hasta la publicación del Real Decreto del 9 de abril de 1886 no se habla de la “Cámara de Comercio, Industria y Navegación” como tal, en España. A partir de este momento, las Cámaras de Comercio tienen un marco legal que las autoriza y gestiona, bajo la definición de "asociaciones de comerciantes, industriales, navieros y capitanes de la Marina Mercante"<sup>13</sup>. Sin embargo, los cambios sociopolíticos llevaron al Gobierno de España a crear una institución nacional que fuese más allá, defendiendo los intereses económicos del Estado en el extranjero. En este contexto nacen las Cámaras de Comercio.

El Ministerio de Fomento, en un principio, mantuvo reuniones con los principales centros mercantiles y manufactureros en busca de ideas y proyectos que respondiesen a los objetivos establecidos. Para no retrasar más la creación de esta institución, el Gobierno de España publicó el Real Decreto de 9 de abril de 1886<sup>14</sup>. En él se autorizó “siquiera como ensayo, la creación de las expresadas Cámaras por medio de una disposición administrativa más fácil y más prontamente reformable que una ley; reservando el carácter de estabilidad que esta proporciona para la organización definitiva que a las Cámaras habrá de darse cuando las lecciones del tiempo y los resultados de este ensayo puedan aprovecharse como garantías de acierto para la redacción de un proyecto de ley

---

<sup>12</sup> Martínez, M. (1877). *Diccionario de la Administración Española, Compilación de la Novísima Legislación de España Peninsular y Ultramarina*. ALCUBILLA. 3.ª edición, Tomo II, Madrid, 1877, pág. 10.

<sup>13</sup> Martínez, M. (1892). *Diccionario de la Administración Española*. ALCUBILLA, 5.ª edición, Tomo II, Madrid, págs.191 y sigs.

<sup>14</sup> “Las Cámaras nacían en un tiempo histórico concreto, con figuras destacadas como Sagasta, en un período de reformas de un gobierno liberal encaminadas a la modernización y racionalización de la Administración del Estado; ya en 1885, se había reformado el Código de Comercio de 1829, ajustándolo a las nuevas necesidades derivadas de unas prácticas mercantiles complejas. Además, en 1887, se dictó la Ley de Asociaciones, de singular importancia en la consolidación de las sociedades obreras de clase; la Ley del Juicio por Jurados (mayo de 1888), la Ley de Bases para la formación del Código Civil (junio de 1888), la Ley del Procedimiento Administrativo (1889), culminando con el establecimiento del sufragio universal para los varones de veinticinco años por la Ley Electoral de 9 de junio de 1890”. Blog Josemari Gorordo.

(2010). *Normativa pre-constitucional: Creación y evolución de las Cámaras de Comercio, Industria y Navegación*. Recuperado el 22 de abril de 2021 en: [https://josemarigorordo.files.wordpress.com/2010/12/cap\\_-3-c2ba.doc](https://josemarigorordo.files.wordpress.com/2010/12/cap_-3-c2ba.doc)

de tanta y tan trascendental importancia”<sup>15</sup>. Como suele ocurrir con las normas provisionales, hubo que esperar hasta 1911, para que viese la luz la primera Ley de Cámaras.

Fuera de las fronteras españolas se habló por primera vez de las Cámaras de Comercio – con otro nombre y función – en el año 1599 y se extendió desde Glasgow hacia el resto de países. Su objetivo inicial era garantizar los intereses de las empresas locales frente a las extranjeras. Por ello, hasta finales del siglo XIX, los gremios mantuvieron el monopolio de sus mercados. Es entonces cuando las cámaras de comercio obtienen un protagonismo y reconocimiento tanto local como provincial muy reseñable. Ya desde entonces, esta entidad tenía como propósito defender tanto los intereses generales de las Administraciones Públicas como los de los comercios.

### 2.2.2 Función y relevancia de las Cámaras de Comercio

La labor de las Cámaras de Comercio consiste en impulsar la circulación de bienes y servicios de una zona o país, con otras. Asimismo, una provincia (Ej. Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio) puede tener una entidad de este tipo como también la tiene un Estado (Ej. Cámara de Comercio de España). En el caso de este TFG, el análisis se centrará en la comunicación de la Cámara de Comercio Hispano-israelí y, por lo tanto, tratará las relaciones, especialmente, comerciales entre dos Estados: el español y el israelí.

Las Cámaras de Comercio ponen a disposición de las empresas la información y facilidades para que sus socios puedan “proteger sus intereses, mejorar sus actividades comerciales y obtener una mayor prosperidad, actuando también de representación de cara a las administraciones públicas”<sup>16</sup>. En algunas ocasiones, como es el caso de Colombia y su Código de Comercio – en su artículo 86 –, a la entidad se le atribuye también una función servicial tanto para el Gobierno como para los propios comerciantes. Para ello, “recopila las costumbres mercantiles de los lugares correspondientes a su jurisdicción (...), designa el árbitro o los árbitros o los amigables componedores cuando

---

<sup>15</sup> Ventura, I. (1890). *Reglamento de la cámara oficial de comercio e industria de Granada*. Granada. Recuperado el 30 de junio de 2021 en: [https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/52038/C-001-057%20\(59\).pdf?sequence=1](https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/52038/C-001-057%20(59).pdf?sequence=1)

<sup>16</sup> Gestion.Org. *La gestión del conocimiento en las organizaciones*. Gestion.Org. Recuperado el 20 de abril de 2021 en: <https://www.gestion.org/la-gestion-del-conocimiento-en-las-organizaciones/>

los particulares se lo soliciten”<sup>17</sup>; entre sus otras muchas obligaciones ya mencionadas previamente.

Además, el papel de las Cámaras de Comercio es clave a la hora de dar una mayor estabilidad económica a un país, pues pueden servir como vehículo a través del cual contener la inflación y lograr una mejor regulación comercial. Así, en el caso de la Cámara de España, la corporación establece “la mejora de su competitividad y el incremento de su internacionalización”<sup>18</sup> como pilares fundamentales de su misión y aportación a las empresas y autónomos, englobados como mercado español. Una vez marcado el objetivo, la organización fundamenta dichos elementos a través de la formación emprendimiento y empleo; innovación y nuevas tecnologías; y Comercio y Turismo.

Sin embargo, la Cámara de Comercio no es la única institución pública que busca fomentar las relaciones comerciales entre países. En el caso de España, el país está el ICEX (Instituto de Comercio Exterior) y su Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior<sup>19</sup>. La función de esta entidad es “la promoción de la internacionalización de empresas españolas y la atracción de inversión extranjera”<sup>20</sup> y, para ello, la institución presta servicios y asistencia a las empresas y emprendedores españoles en el exterior. En total, el ICEX cuenta con 98 Oficinas a nivel global (Ej.: ICEX Israel), lo cual permite a las compañías españolas tener a su alcance unos servicios especializados en cualquiera de las zonas en la que esta quiera expandirse.

Especificando y centrándolo a los países que aborda este TFG – España e Israel –, existen tres instituciones que promueven y favorecen las relaciones entre ambos Estados. Una de

---

<sup>17</sup> Código de Comercio de Colombia (1971). Recuperado el 15 de abril de 2021 en: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiDyK3Rwv7uAhXGi1wKHVwLD-IQFjABegQIBhAD&url=https%3A%2F%2Fwww.ccb.org.co%2Fcontent%2Fdownload%2F4599%2F48339%2Fversion%2F2%2Ffile%2FCodigo%2Bde%2BComercio.pdf&usg=AOvVaw0sLYWkTh7Z6kDuQ-s1kATr>

<sup>18</sup> Cámara de Comercio de España. (6 de abril de 2016). *¿Qué es y qué hace la Cámara de Comercio de España?* Recuperado el 17 de abril de 2021 en: <https://www.camara.es/blog/creacion-de-empresas/que-es-y-que-hace-la-camara-de-comercio-de-espana>

<sup>19</sup> Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior: Israel. ICEX. Recuperado el 17 de abril de 2021 en: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/portada/index.html?idPais=IL>

<sup>20</sup> Lorca, A. (25 de junio de 2021). *Entrevista al ICEX*. No publicado.

ellas es la organización central de este análisis y sobre la cual se profundizará en los apartados siguientes: la Cámara de Comercio Hispano-israelí. Otras instituciones que también promueven el intercambio comercial entre estos los dos países son la Cámara de Comercio Israel España<sup>21</sup> y el Foro Hispano-Israelí para la cooperación<sup>22</sup>

### 2.2.3. La Cámara de Comercio Hispano-Israelí

La Cámara de Comercio e Industria España-Israel es una entidad sin fines de lucro, cuyo principal objetivo es fomentar la cooperación e interacción entre los sectores públicos y privados españoles e israelíes. La propia Embajada de Israel reconoce su importante papel, pues aseguran que la Cámara colabora en “el acercamiento de Israel, tanto a la población civil como a las instituciones, sobre temas específicos”<sup>23</sup>.

Esta entidad de apoyo a las relaciones bilaterales entre España e Israel se fundó en septiembre de 2005, es decir, casi veinte años después del mutuo reconocimiento entre ambos Estados. De esta manera, el organismo busca cubrir todos los sectores y, poder así, albergar a toda entidad jurídica o física que practique actividades empresariales, comerciales o culturales; además de aquellas que busquen ampliar su espectro de actuación en cualquiera de los dos países.

Desde sus inicios, la Cámara de Comercio Hispano-israelí ha tenido como misión “construir un punto de encuentro entre España e Israel, en un sentido amplio, dentro de los ámbitos comercial tecnológico, económico, científico, industrial, turístico y sociocultural”<sup>24</sup>. Para ello, la institución aporta a las compañías de ambas nacionalidades el asesoramiento y experiencia necesario para establecerse en el otro Estado. En definitiva, la entidad brinda a sus socios las herramientas e información indispensables para exportar, importar e invertir fácil y eficazmente en el respectivo país.

---

<sup>21</sup> CCIE. *Cámara de Comercio Israel-España*. CCIE. Recuperado el 8 de mayo de 2021 en: <https://www.ccie.org.il/>

<sup>22</sup> Foro Hispano-israelí para la Cooperación. *Foro para la Cooperación cultural, económica, tecnológica y de innovación entre España e Israel*. Foro Hispano-israelí para la Cooperación. Recuperado el 8 de mayo de 2021 en: <https://www.forohispanoisraeli.com/>

<sup>23</sup> Lorca, A. (25 de junio de 2021). Entrevista a la Embajada de Israel en España. No publicado.

<sup>24</sup> España-Israel Cámara de Comercio e Industria. *Historia Común, Futuro Compartido*. La Cámara de Comercio e Industria España Israel. Recuperado el 4 de mayo de 2021 en: <https://hispanoisraeli.com/quienes-somos/>



Finalmente, la organización cuenta con cinco pilares fundamentales en los que basa su actividad: comunicación, acercamiento, apoyo, investigación y desarrollo. Así, la Cámara de Comercio afronta los desafíos de la globalización, comercio exterior (con las respectivas regulaciones de cada país) y la creciente competitividad del mercado.

### **2.3. Relaciones entre España e Israel**

La labor de la Cámara de Comercio Hispano-israelí se ve profundamente afectada por las circunstancias y decisiones que tomen, a nivel interno pero sobre todo respecto al otro Estado, el Gobierno español y el Gobierno israelí. Es decir, dependiendo de en qué punto se encuentren las relaciones diplomáticas, económicas y socioculturales entre España e Israel; la institución tendrá que adaptarse a las circunstancias de la manera más eficaz y fructífera posible, para cumplir con su función.

A continuación, se expondrán las claves históricas y los proyectos más destacados de la máxima autoridad de Israel en España (ámbito diplomático), se presentarán los sectores en los que más destacan tanto el mercado español como el israelí y, finalmente, se desarrollarán los principales factores socioculturales que unen a ambos Estados.

#### **2.3.1 Relaciones diplomáticas entre España e Israel**

En sí, las relaciones diplomáticas entre países son la base sobre la que se sustentan el resto de las interacciones entre dos o más Estados. Por ello, la necesidad de abrir un canal de comunicación es primordial y, por lo tanto, el primer paso para establecer unos acuerdos comerciales o de cualquier otra naturaleza.

Hay que tener claro que esta consolidación de los vínculos interestatales no solo busca la paz, si no también cierto rédito. De esta manera y en la mayoría de los casos, entendemos que si se toma esta iniciativa es porque existe un objetivo superior: ampliar los recursos y, así, la riqueza del país.

Una vez explicado esto, nos centraremos en el análisis concreto de las relaciones diplomáticas entre España e Israel. A partir de esta información podremos entender mejor el nexo e intereses que existen entre ambos Estados, siendo capaces de discernir y

distinguir las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades en sus relaciones bilaterales.

De este modo, abordaremos las relaciones diplomáticas de Israel y España desde tres perspectivas: su historia previa y posterior al establecimiento oficial de relaciones diplomáticas entre ambos Estados (en 1986) y el papel de la Embajada de Israel en Madrid, la cual es la máxima autoridad del Estado judío en España, además de los proyectos que ha llevado a acabo desde el 1 de enero hasta el 28 de junio.

#### 2.3.1.1 Antecedentes a 1986: España se posiciona con los árabes

El 17 de enero de 2021 se cumplieron 35 años desde el establecimiento oficial de relaciones diplomáticas entre España e Israel. Este aniversario hace referencia al día en el que los representantes de ambos gobiernos se reunieron en la Haya para dar inicio a los intercambios comerciales – y de otros tipos – entre ambos Estados. Tal y como declaró el ex embajador de Israel en España Daniel Kutner el 17 de febrero de 2016 durante la Jornada España-Israel: 30 años de historia compartida: aunque establecidas tardíamente, las relaciones entre los dos “países se han desarrollado en todas las áreas: cultura, ciencia, tecnología, economía, turismo y, por supuesto, en el ámbito político”<sup>25</sup>.

La cooperación entre ambos Estados no solo ha tenido un corto desarrollo histórico, en parte consecuencia de la tardía constitución de Israel (1948), sino que no siempre ha sido fructífera. España siempre ha demostrado tener una buena sintonía con los países árabes, razón por la que el país sudeuropeo no reconoció a Israel hasta ya entrada la década de los ochenta (1986). Así, durante los primeros años tras la proclamación del Estado judío, las relaciones entre ambos países estuvieron marcadas por la ambigüedad, que continúa hasta nuestros días<sup>26</sup>.

Este acercamiento político tardío entre ambos Estados debe entenderse dentro del contexto político internacional y la posición de España tras el final de la Segunda Guerra

---

<sup>25</sup> Embajada de Israel en España. (18 de febrero de 2016). *Jornada España-Israel: 30 años de Hª compartida*. Embajada de Israel en España. Recuperado el 13 de abril de 2021 en:

<https://embassies.gov.il/madrid/NewsAndEvents/Pages/Jornada-Espana-Israel-30-años-de-historia-compartida.aspx>

<sup>26</sup> Un ejemplo de esto es la débil respuesta dada por Pedro Sánchez tras el nuevo estallido de conflicto entre Palestina e Israel en mayo de 2021.

Mundial. Uno de los objetivos principales de la política exterior española de ese periodo histórico era entrar en las Naciones Unidas, pues implicaba el “reconocimiento del régimen franquista por parte de la comunidad internacional”<sup>27</sup>. En busca de apoyos, el régimen de Franco decidió respaldar la causa palestina tanto dentro como fuera de sus fronteras y, así, intentar un acercamiento con los países árabes.

La opinión pública israelí fue muy dura con el régimen franquista, el cual respondía a las críticas bajo el argumento de que el Gobierno de Franco había hecho una gran labor al liberar a cientos de judíos durante los últimos años de la guerra. Esta dura oposición fue relajándose tras la firma de los Pactos de Madrid (1953), el aumento de la emigración de comunidades judías desde Marruecos hacia territorio español para acabar con sus complicadas condiciones de vida (1955) y el estallido de la crisis de Suez (1956); terminando por impulsar el voto del Estado judío a favor de la admisión de España en las Naciones Unidas (14 de diciembre de 1955). Este apoyo en las votaciones no hizo cambiar la posición del país sudeuropeo en el conflicto palestino-israelí, asegurando que no establecería relaciones oficiales con Israel hasta que no hubiera paz en la región.

Tras la muerte de Franco y durante los primeros años de la Transición española, el Gobierno mantuvo su respaldo a Palestina – reconocimiento de la Organización para la Liberación de Palestina (OLP) –, así como su distancia con Israel. De nuevo, los intereses político-económicos prevalecieron: los Estados árabes adjudicaron a España importantes acuerdos en materia petrolera, además de apoyar al Estado español en la causa abierta por la Organización para la Unión Africana<sup>28</sup>, que señalaría a las Islas Canarias como colonia española a liberar ante las Naciones Unidas, medida que finalmente se desestimó.

En definitiva, podría decirse que “la historia de estas relaciones ha sido la de una asimetría diplomática: cuando una de las partes quería, la otra la rechazaba y viceversa.”<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup> Parón, C. (23/04/2018). *El tenso equilibrio entre España e Israel*. El Orden Mundial. Recogido el 26 de abril de 2021 en: <https://elordenmundial.com/el-tenso-equilibrio-entre-espana-e-israel/>

<sup>28</sup> Council of Ministers. (7 – 18 de julio de 1978). *Resolutions of the Council of Ministers adopted at its thirty-first ordinary session and approved by the fifteenth ordinary session of the Assembly of heads of state and government*. Unión Africana. Recuperado el 6 de junio de 2021 en: [https://au.int/sites/default/files/decisions/9584-council\\_en\\_7\\_18\\_july\\_1978\\_council\\_ministers\\_thirtieth\\_first\\_ordinary\\_session.pdf](https://au.int/sites/default/files/decisions/9584-council_en_7_18_july_1978_council_ministers_thirtieth_first_ordinary_session.pdf)

<sup>29</sup> Lisbona, J.A. (16 de enero de 2016). *España-Israel: Unas relaciones condicionadas por el conflicto*. The Diplomat in Spain. Recogido el 27 de abril de 2021 en: <https://thediplotainspain.com/2016/01/espana-israel-unas-relaciones-condicionadas-por-el-conflicto/>

Finalmente estas relaciones se estabilizaron con la llegada de Felipe González a la Moncloa.

### 2.3.1.2 Historia de las relaciones diplomáticas entre España e Israel (1986-actualidad)

El 17 de enero de 1986, los representantes de ambos gobiernos: el, en su momento, secretario general de Política Exterior Máximo Cajal, en el caso de España; y el director general adjunto del Ministerio de Negocios Extranjeros Yeshayahu Arung, en el caso de Israel; se reunieron en la Haya para dar inicio al diálogo entre los dos Estados. De este modo, según asegura el Dr. Antonio Arquina: la firma supuso “poner fin a una situación anómala que se venía arrastrando desde la creación del Estado de Israel en 1948”<sup>30</sup>.

El entonces ministro de Asuntos Exteriores y de Cooperación de España, José Manuel García-Margallo, quiso destacar, a lo largo de su intervención durante el evento del 30 aniversario del establecimiento de relaciones entre España e Israel, “la superación en 1986 del anacronismo de la ausencia de relaciones diplomáticas entre España e Israel”<sup>31</sup>. Este hecho también supuso, según el expolítico español, “el inicio de tres décadas no solo de relaciones entre dos Estados, sino también de intercambios económicos, culturales, científicos, educativos y de toda índole entre las sociedades civiles, a los que han contribuido numerosas instituciones, entre las que destaca el propio Centro Sefarad-Israel, el Instituto Cervantes de Tel Aviv, las Comunidades Judías en España o la Red de Juderías de España-Caminos de Sefarad.”<sup>32</sup>.

En 1986, España e Israel comienzan oficialmente sus relaciones bilaterales, las cuales se han caracterizado por ser tan frágiles – dada la influencia de los países árabes y el desarrollo del conflicto palestino-israelí – como fructíferas, especialmente en el ámbito

---

<sup>30</sup> Marquina, A. (Octubre-diciembre 1986). *La normalización de relaciones diplomáticas entre España e Israel*. Revista de Estudios Internacionales Vol. 7, Núm. 4. Recuperado el 7 de junio de 2021 en: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiq0tr8gobxAhXPzoUKHX2gDP4QFjABegQIAxAD&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F2494769.pdf&usg=AOvVaw2V9DkAnKPgT6JQnCFoBdw8>

<sup>31</sup> Presidencia del Gobierno. (17 de febrero de 2016). *Commemoración del XXX aniversario del establecimiento de relaciones con el Estado de Israel*. Gobierno de España. Recuperado el 15 de junio de 2021 en: <https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/maec/Paginas/2016/170216espana-israel.aspx>

<sup>32</sup> Embajada de Israel en España. (18 de febrero de 2016). *Jornada España-Israel: 30 años de Hª compartida. Embajada de Israel en España*. Recuperado el 13 de abril de 2021 en: <https://embassies.gov.il/madrid/NewsAndEvents/Pages/Jornada-Espana-Israel-30-años-de-historia-compartida.aspx>

económico. El establecimiento de vínculos se vio impulsado por la nueva proyección internacional de España, derivada de la adhesión del país sudeuropeo a la OTAN y su entrada en la Comunidad Económica Europea (CEE). Aun así, su postura en Oriente Medio se mantuvo: promover una paz justa y duradera al conflicto palestino-israelí. En parte podría decirse que no se trata de unas simples relaciones bilaterales, mas multilaterales: España toma decisiones sobre Israel, teniendo en cuenta la repercusión que esto pueda tener sobre Palestina y, con ello, sobre el Mundo Árabe y sus relaciones con esta región.

Entre 1991 y 2001, el diálogo entre ambos países llegó a su máximo esplendor con la Conferencia de Paz de Madrid (noviembre de 1991) y el fiasco de las negociaciones en Taba (enero 2001). En este periodo las relaciones entre España e Israel lograron, según el politólogo José Antonio Lisbona, una cierta “normalización”<sup>33</sup>.

Sin embargo, el contexto cambió pronto: en la década del 2000 se inició la segunda Intifada, se produjo el cerco de Israel sobre Arafat en la Muqata– asedio de la sede de la Autoridad Palestina en Ramala, que dejó incomunicado al líder palestino del momento, Yasir Arafat, durante casi tres años–, la Segunda Guerra del Líbano (2006) y la operación Plomo Fundido en Gaza (2009); provocando un resquebrajamiento de los lazos que tanto había costado consolidar.

Los 50 días de guerra en Gaza (en 2014) y la aprobación de la resolución 2334 (el 23 de diciembre de 2016<sup>34</sup>) por parte del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas que condenaba los asentamientos judíos en Cisjordania y Jerusalén Este, marcaron las relaciones diplomáticas entre ambos países durante la década de 2010. España en ese momento presidía este prestigioso órgano de la ONU, por lo que el Estado judío no dudó en “congelar” sus relaciones con el Gobierno español y el resto de los miembros que habían votado a favor. En este momento las relaciones entre España e Israel cumplían 31 años y atrás se quedaba la celebración en la Embajada de Israel y presentación del libro:

---

<sup>33</sup> Lisbona, J.A. (16 de enero de 2016). *España-Israel: Unas relaciones condicionadas por el conflicto*. The Diplomat in Spain. Recogido el 27 de abril de 2021 en: <https://thediplomatinspain.com/2016/01/espana-israel-unas-relaciones-condicionadas-por-el-conflicto/>

<sup>34</sup> Ayllón, L. (4 de enero de 2017). *España-Israel: una relación beneficiosa, no exenta de tensiones*. ABC Internacional. Recogido el 27 de abril de 2021 en: <https://www.abc.es/internacional/abc-internacional-espana-israel-relacion-beneficiosa-no-exenta-tensiones-201701040211-noticia.html>

“España-Israel, 30 años de relaciones. Claves de conocimiento”; de tan solo unos meses atrás. A esto se le añadió el tibio apoyo de Israel a España durante la crisis en Cataluña de 2017<sup>35</sup> y la convulsa situación política de ambos Estados: Israel afrontó en marzo de 2021 sus cuartas elecciones en dos años y España celebró otras cuatro entre 2015 y 2019, además de una moción de censura en 2018.

De todos modos, en diciembre del año 2020, la tendencia cambió: la ministra de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, Arancha González Laya, visitó el Estado judío después de seis años ausentes de visitas oficiales – sin contar el viaje a Jerusalén que realizó junto al Rey en enero del mismo año por un foro internacional sobre el Holocausto –. Durante ese tiempo, la ministra también se reunió con el presidente palestino, Mahmud Abbas. Con este gesto, España muestra “una posición equilibrada’ en la UE entre países que defienden a ultranza a Israel a pesar a la expansión de los asentamientos en territorio palestino ocupado y quienes plantean sanciones en el marco del Acuerdo de Asociación con la UE”<sup>36</sup>. Sin embargo, no se debe olvidar que, en 2014, el Congreso de los Diputados aprobó casi por unanimidad una proposición no de ley<sup>37</sup> para instar al Gobierno a que reconociese a Palestina como Estado; ni tampoco se debe pasar por alto la abstención de España en las votaciones contra Israel en la reunión del Consejo de Derechos Humanos de la ONU del verano pasado.

Finalmente, este año 2021, España e Israel celebran 35 años de relaciones diplomáticas. Para conmemorar este hito, la Embajada de Israel ha organizado una serie de eventos para los próximos meses. El primero de ellos fue un concierto, que tuvo lugar el pasado 22 de junio, al que asistió la ministra de Exteriores de España, Arancha González Laya, y tras el que la embajadora de Israel en España “entregó el premio al equipo ganador que ha diseñado un logo para conmemorar el 35 aniversario”<sup>38</sup>.

---

<sup>35</sup> Sanz, J.C. (7 de noviembre de 2017). *Cinco semanas de tibia y ambivalente respuesta de Israel a la crisis en Cataluña*. El País. Recogido el 23 de junio de 2021 en: [https://elpais.com/politica/2017/11/07/actualidad/1510052587\\_176393.html](https://elpais.com/politica/2017/11/07/actualidad/1510052587_176393.html)

<sup>36</sup> Sanz, J.C. (9 de diciembre de 2020). *España tiende puentes con Israel tras un prolongado distanciamiento por Cataluña y las crisis políticas*. El País. Recuperado el 23 de junio de 2021 en: <https://elpais.com/espana/2020-12-08/espana-tiende-puentes-con-israel-tras-un-prolongado-distanciamiento-por-cataluna-y-las-crisis-politicas.html>

<sup>37</sup> La Moncloa. (19 de noviembre de 2014). *Boletín de Prensa Nacional*. La Moncloa. Recuperado el 23 de junio de 2021 en: <https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/boln/Paginas/2014/boln20141119.aspx>

<sup>38</sup> Lorca, A. (25 de junio de 2021). *Entrevista a la Embajada de Israel en España*. No publicado.



GRÁFICO 1. Fuente: Twitter Embajada de Israel en España.

### 2.3.1.3 La Embajada de Israel en España: algunos proyectos

La Embajada de Israel en España es la máxima representación y autoridad del Estado judío en el país europeo. Por esta razón, la institución ha sido seleccionada como fuente principal de información para abordar los proyectos organizados por Israel “para favorecer un clima propicio que permita fomentar las relaciones económicas, políticas y comerciales entre ambos Estados”<sup>39</sup>. Para ello, la Embajada organiza diferentes eventos.

En este apartado, el TFG mencionará y desarrollará los proyectos ejecutados por la organización, desde enero de 2021 hasta el 28 de junio del mismo año, por orden cronológico.

En su página web, la institución solo menciona dos proyectos puestos en marcha durante el periodo seleccionado. El primero es el proyecto educativo STEM “Las Musas y las

<sup>39</sup> El Orden Mundial. (2 de julio de 2019). *¿Cuál es la diferencia entre una embajada y un consulado?* El Orden Mundial. Recuperado el 18 de abril de 2021 en: <https://elordenmundial.com/cual-es-la-diferencia-entre-una-embajada-y-un-consulado/>

Estrellas”<sup>40</sup>, en colaboración con el I.E.S. Las Musas de Madrid y la Consejería de Educación de Madrid, para que los alumnos de dicho centro fabriquen y lancen un nanosatélite a partir del cual obtener la información e imágenes necesarias para realizar el correspondiente estudio medioambiental.



GRÁFICO 2. Fuente: Embajada de Israel en España.

El segundo proyecto es un sorteo por el Yom Haatzmaut<sup>41</sup>, Día de la Independencia del Estado de Israel. Así, con motivo del 73º aniversario de la creación del país mediterráneo, la Embajada israelí en España lanzó un sorteo en sus redes sociales para premiar la “fidelidad y amistad”<sup>42</sup> de tres seguidores. Los premios eran una cena típica israelí para dos personas en el Restaurante Barganzo de Madrid, una *Israelibox* con una colección de diseño o fabricación 100% israelí y varios productos cosméticos de la empresa de origen israelí Sabon. El periodo de participación fue de 4 días: desde el jueves 15 de abril de 2021 hasta el domingo 18 del mismo mes y año. Los requisitos para entrar en el sorteo

<sup>40</sup> Embajada de Israel en España. (9 de abril de 2021). *Proyecto educativo “Las Musas y las Estrellas”*. Embajada de Israel en España. Recuperado el 18 de junio de 2021 en: <https://embassies.gov.il/madrid/NewsAndEvents/Pages/Proyecto-educativo-Las-Musas-y-las-Estrellas.aspx#p>

<sup>41</sup> Embajada de Israel en España. (14 de abril de 2021). *Sorteo de Yom Haatzmaut*. Embajada de Israel en España. Recuperado el 18 de junio de 2021 en: <https://embassies.gov.il/madrid/NewsAndEvents/Pages/Sorteo-de-Yom-Haatzmaut.aspx#p>

<sup>42</sup> Embajada de Israel en España. (14 de abril de 2021). *Sorteo de Yom Haatzmaut*. Embajada de Israel en España. Recuperado el 18 de junio de 2021 en: <https://embassies.gov.il/madrid/NewsAndEvents/Pages/Sorteo-de-Yom-Haatzmaut.aspx#p>



incluían responder al tweet/post con una imagen del Estado judío– o una foto propia en la que apareciese algo relacionado con este país – y añadir el hashtag #Israel.



GRÁFICO 3. Fuente: Embajada de Israel en España.

La participación no fue muy alta: tan solo hubo 107 respuestas, que no personas – muchos usuarios respondieron al tuit en más de una ocasión –, y la Embajada de Israel en Twitter tiene más de 14.500 seguidores. Finalmente, el día 19 de abril se publicaron los nombres de los tres ganadores con sus respectivos premios.



GRÁFICO 4. Fuente: Twitter Embajada de Israel en España.

### 2.3.2. Relaciones económicas entre España e Israel

Una vez establecidas las relaciones diplomáticas, los Estados podrán enfocarse en la firma de tratados comerciales que potencien sus economías nacionales y que cubran las

necesidades de sus ciudadanos, a un menor coste o esfuerzo que si fabricase los bienes y servicios en el mismo país.

España e Israel firmaron su primer<sup>43</sup> y único acuerdo comercial bilateral en 1989<sup>44</sup>. En él, ambos Estados se mutuo reconocen, regulan las interacciones de sus mercados y sientan el marco sobre el que ejecutar sentencias en materia civil y mercantil.

Ya dentro del régimen comercial de la comunidad europea, en 1995, se puso en marcha el Proceso de Barcelona<sup>45</sup>, por el que se establecía un Área de Libre Comercio entre socios mediterráneos con el objetivo de promover la integración regional. Este tratado fue finalmente absorbido por la Unión para el Mediterráneo. En definitiva, la Unión Europea e Israel firmaron un Acuerdo de Asociación, que entró en vigor parcialmente en 1996, por completo en junio de 2000 y se amplió en enero de 2010. En él se acordó que la práctica totalidad de las exportaciones españolas al mercado israelí se beneficiaría “de arancel cero, con la salvedad de algunos rubros agrícolas y de ciertos productos de pesca (sometidos a contingentes)”<sup>46</sup>.

En la actualidad, no existen grandes barreras comerciales<sup>47</sup> entre España e Israel, aunque hay que tener en cuenta que el Estado español está sujeto a diferentes regulaciones en materia comercial como miembro de la Unión Europea. El sector que presenta mayor dificultad para las empresas exportadoras españolas es el agroalimentario, tanto por los requisitos kosher como por las cuotas – ya mencionadas previamente.

---

<sup>43</sup> Embajada de Israel en España. *Acuerdos Bilaterales*. Embajada de Israel en España. Recuperado el 12 de junio de 2021 en:

<https://embassies.gov.il/madrid/Relations/Pages/Acuerdos%20Bilaterales.aspx>

<sup>44</sup> Ministerio de Asuntos Exteriores de Israel. (30 de mayo de 1989). *Convenio entre el Estado de Israel y el Reino de España para el mutuo reconocimiento y la ejecución de sentencias en materia civil y mercantil*. Ministerio de Asuntos Exteriores de Israel. Recuperado el 12 de junio de 2021 en: <https://mfa.gov.il/Style%20Library/AmanotPdf/4-18202-3799.pdf>

<sup>45</sup> Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior. *Israel: Relaciones económicas internacionales*. ICEX Israel. Recuperado el 27 de junio de 2021 en:

<https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/informacion-economica-y-comercial/relaciones-economicas-internacionales/index.html?idPais=IL>

<sup>46</sup> Afi. (Octubre 2019). *Ficha País 2019: Israel*. Afi. Recuperado el 27 de junio de 2021 en:

[https://empresas.afi.es/ContentWeb/EmpresasUnicaja/israel/contenido\\_sidN\\_1052233\\_sid2N\\_1052384\\_cidIL\\_768254\\_ctyIL\\_139\\_scidN\\_768254\\_utN\\_3.aspx?axisU=informe.pdf](https://empresas.afi.es/ContentWeb/EmpresasUnicaja/israel/contenido_sidN_1052233_sid2N_1052384_cidIL_768254_ctyIL_139_scidN_768254_utN_3.aspx?axisU=informe.pdf)

<sup>47</sup> Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior. *Israel: Régimen arancelario y reglamentación*. ICEX Israel. Recuperado el 28 de junio de 2021 en:

<https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/exportar-a/acceso-al-mercado/regimen-arancelario-y-reglamentacion/index.html?idPais=IL>

El Estado judío importa muchos más bienes (\$1.583 millones en 2019) de los que exporta (\$990 millones en 2019)<sup>48</sup>. De este modo, hay un déficit en la balanza comercial de Tel Aviv y, por lo tanto, un superávit en la balanza comercial de España. Esto tiene grandes beneficios para ambos Estados, especialmente económico-sociales.

En definitiva, “hemos pasado de no tener nada, a contar con una relación económica intensa”<sup>49</sup>, aseguró en 2017 el ex ministro de Asuntos Exteriores español Miguel Ángel Moratinos. Y es que la relación comercial entre ambos países ya en 2016 suponía más de 2.500 millones de euros<sup>50</sup> de intercambio bilateral y anual. Esto en parte es gracias a que “el producto español tiene una buena reputación”<sup>51</sup> en Israel, lo que ha permitido el gran desarrollo comercial que continua hasta hoy.

PRINCIPALES PAÍSES CLIENTES			
EXPORTACIONES (EN M USD)	2017	2018	2019
EEUU	17.084	16.814	15.856
UE	18.255	17.645	17.396
Hong Kong	4.215	4.223	2.964
Reino Unido	5.167	4.419	5.021
China	3.290	4.792	4.714
Bélgica	2.701	2.190	1.631
India	1.933	2.136	1.989
Países Bajos	2.287	2.286	2.184
Turquía	1.414	1.907	1.761
Francia	1.765	1.605	1.544
Alemania	1.643	1.787	1.666
España	831	884	990
<b>Total</b>	<b>61.087</b>	<b>62.111</b>	<b>58.514</b>

<sup>48</sup> Oficina de Información Diplomática. (Febrero de 2021). *Ficha país: Estado de Israel*. Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Recuperado el 22 de junio de 2021 en: [http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/israel\\_ficha%20pais.pdf](http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/israel_ficha%20pais.pdf)

<sup>49</sup> Ayllón, L. (4 de enero de 2017). *España-Israel: una relación beneficiosa, no exenta de tensiones*. ABC Internacional. Recuperado el 27 de abril de 2021 en: [https://www.abc.es/internacional/abcj-espaa-israel-relacion-beneficiosa-no-exenta-tensiones-201701040211\\_noticia.html](https://www.abc.es/internacional/abcj-espaa-israel-relacion-beneficiosa-no-exenta-tensiones-201701040211_noticia.html)

<sup>50</sup> Emergui, S. (11 de octubre de 2016). *Luna de miel económica entre España e Israel*. El Mundo. Recuperado el 26 de abril de 2021 en: <https://www.elmundo.es/economia/2016/10/11/57f69c1922601d2b448b4626.html>

GRÁFICO 5. Fuente: Ministerio de Asuntos Exteriores.

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES			
IMPORTACIONES (EN M USD)	2017	2018	2019
UE	28.470	33.315	27.409
EEUU	8.085	10.161	12.273
China	6.528	7.237	6.720
Suiza	5.529	8.203	5.567
Alemania	4.722	5.729	5.527
Bélgica	4.099	3.935	3.570
Reino Unido	4.303	6.479	2.993
Países Bajos	2.926	3.467	2.856
Italia	2.778	3.006	2.771
España	1.717	1.676	1.583
Turquía	2.896	3.056	3.174
Hong Kong	1.912	2.207	1.897
<b>Total</b>	<b>69.143</b>	<b>80.564</b>	<b>76.581</b>

GRÁFICO 6. Fuente: Ministerio de Asuntos Exteriores (Datos: Foreign Trade Statistics – CBS.)

En este ámbito, la Cámara de Comercio Hispano-israelí tiene un protagonismo clave, igual que en las relaciones socioculturales que se desarrollarán más tarde en este TFG. Al fin y al cabo, como ya se presentaba en las páginas previas, la función de las Cámaras de Comercio es promover el desarrollo de los sectores públicos y privados dentro del marco establecido por las relaciones bilaterales de los países involucrados, en este caso España e Israel, y con esto se explica la importancia de fortalecer esta institución.

Sin embargo y como ya se adelantó en apartados anteriores, otras organizaciones como la Embajada de Israel en España, el ICEX Israel o la Cámara de Comercio Israel-España están también muy involucradas en el fortalecimiento de las interacciones económicas y comerciales entre los Estados analizados. Un ejemplo de ello es la organización de un acto, por parte de la Cámara de Comercio Israel-España y la Embajada de España en Tel Aviv sobre las relaciones económicas y empresariales España-Israel, el pasado 13 de mayo de 2014<sup>52</sup>, en el que participaron el Embajador de España en Israel, Sr. Fernando Carderera Soler, el catedrático, ex Presidente del Parlamento Europeo, ex Ministro de Transporte, Dr. Enrique Barón Crespo, el Director Regional de Exportaciones del grupo

<sup>52</sup> Ministerio de Asuntos Exteriores. (12 de mayo de 2014). *Relaciones económicas y empresariales España-Israel*. Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Recuperado el 18 de junio de 2021 en: [http://www.exteriores.gob.es/Embajadas/TELAIVIV/es/Noticias/Paginas/Articulos/20140512\\_NOT1.aspx](http://www.exteriores.gob.es/Embajadas/TELAIVIV/es/Noticias/Paginas/Articulos/20140512_NOT1.aspx)

Plimon/Textron de Barcelona, Sr. Lope Llamazares Rodriguez y el periodista de la Vanguardia y Antena 3 TV, Sr. Enrique Cymerman.

A continuación, se analizarán brevemente los bienes y servicios, que ofrecen ambos países y que potenciarían el intercambio comercial entre ambos Estados. Esta delimitación de los productos a destacar es clave para el desarrollo de un mensaje adecuado al mercado y sectores en el que los países deberían centrar su atención. De este modo, la Cámara de Comercio Hispano-israelí podrá desarrollar campañas (de medios, redes sociales, publicitarias...) adecuadas, adaptando el mensaje al público objetivo. La comunicación sería mucho más eficaz y, en conclusión, potenciaría las relaciones entre España e Israel.

#### 2.3.2.1 España: Alimentación, bienes de equipo y otros

El comercio exterior representa el 66,9% del PIB de España<sup>53</sup>, es decir, el país mediterráneo cuenta con una economía muy abierta al intercambio de bienes y servicios con otros Estados. El mercado español exporta una gran variedad de productos entre los que destacan: “los vehículos motorizados (10,2%), productos derivados del petróleo distintos del crudo, repuestos de vehículos y medicamentos”<sup>54</sup>.

Analizando el mercado exterior español por sectores, en el primer trimestre de 2021<sup>55</sup> y en términos interanuales, podemos observar un incremento de las exportaciones en la mayor parte de los sectores económicos a excepción de la venta de componentes de vehículos (-1%), otras mercancías (-22,3%) y productos energéticos (-14,5%). De este modo, España destaca, especialmente, ofertando al mercado exterior productos de alimentación, bebidas y tabaco (19,6%), bienes de equipo (19,3% del total), productos químicos (15,8%) y automovilísticos (14,5%). Sin embargo, los sectores que han

---

<sup>53</sup> Banco Santander. (Junio 2021). *Cifras del comercio exterior en España*. Banco Santander S.A. Recuperado el 26 de junio de 2021 en: <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/espana/cifras-comercio-exterior>

<sup>54</sup> Banco Santander. (Junio 2021). *Cifras del comercio exterior en España*. Banco Santander S.A. Recuperado el 26 de junio de 2021 en: <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/espana/cifras-comercio-exterior>

<sup>55</sup> Hernández San Juan, B. (16 de junio de 2021). *Informe trimestral de comercio exterior: Primer trimestre de 2021*. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Recuperado el 27 de junio de 2021 en: [https://comercio.gob.es/ImportacionExportacion/Informes\\_Estadisticas/Documents/informe-trimestral/Comex-Trimestral-ultimo-periodo.pdf](https://comercio.gob.es/ImportacionExportacion/Informes_Estadisticas/Documents/informe-trimestral/Comex-Trimestral-ultimo-periodo.pdf)

experimentado un mayor crecimiento durante el primer trimestre de 2021, respecto al mismo periodo del año anterior, fueron los bienes de consumo duradero (crecimiento del 24,2%), las materias primas (23,1%) y las semimanufacturas no químicas (12,9%).

### Exportaciones

SECTORES	% Total	Tva <sup>(1)</sup>	Contrib. <sup>(2)</sup>
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>4,9</b>	<b>4,9</b>
Semimanufacturas no químicas	11,0	2,9	1,3
Bienes de equipo	19,3	6,6	1,3
Productos químicos	15,8	7,9	1,2
Alimentación, bebidas y tabaco	19,6	6,1	1,2
Materias primas	2,6	23,1	0,5
Bienes de consumo duradero	1,8	24,2	0,4
Manufacturas de consumo	9,1	2,9	0,3
Sector automovil	14,5	0,7	0,1
Otras mercancías	1,4	-22,3	-0,4
Productos energéticos	4,9	-11,5	-0,9

### Importaciones

SECTORES	% Total	Tva <sup>(1)</sup>	Contrib. <sup>(2)</sup>
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>-1,3</b>	<b>-1,3</b>
Bienes de equipo	22,1	3,5	0,7
Productos químicos	8,1	4,3	0,7
Materias primas	3,4	26,6	0,7
Bienes de consumo duradero	3,1	21,0	0,5
Semimanufacturas no químicas	7,4	4,2	0,3
Otras mercancías	0,5	10,5	0,0
Alimentación, bebidas y tabaco	11,4	-5,0	-0,6
Manufacturas de consumo	11,3	-5,2	-0,6
Sector automovil	11,8	-7,6	-1,0
Productos energéticos	11,1	-6,6	-2,2

GRÁFICO 7 y 8. Desglose de las exportaciones e importaciones por sectores en el primer trimestre de 2021. Fuente: WebDatacomex de la Secretaría de Estado de Comercio con datos de Aduanas.

Centrándonos en el papel de España en el mercado israelí, el Estado español destaca en la venta de varios bienes y servicios. El campo más importante de exportación de España a Israel es el automovilístico y a este le sigue el mercado de equipamiento de viviendas y edificios.

España incrementó la exportación de bienes al Estado israelí, entre 2009 y 2016, en más de un 180%. Así, en 2017, el país sudeuropeo superó a Gran Bretaña y Francia en exportaciones a este país oriental. Y es que las cifras de la venta de productos de España a Israel son muy a tener en cuenta no por su porcentaje respecto del total, sino también por su rápido crecimiento y diversificación. Tal y como asegura el ex consejero económico y comercial de la Embajada de España en Israel José María Blasco en una entrevista a 'Mercados' del periódico El Mundo: "Si en el 2008 la exportación de vehículos era casi el 35% del total a Israel, en el 2015 fue el 23%. La diversificación da estabilidad sin depender de los vaivenes de la automoción, líder con más de 20.000 vehículos vendidos al año"<sup>56</sup>.

<sup>56</sup> Emergui, S. (11 de octubre de 2016). *Luna de miel económica entre España e Israel*. El Mundo. Recuperado el 26 de abril de 2021 en: <https://www.elmundo.es/economia/2016/10/11/57f69c1922601d2b448b4626.html>

En la actualidad, las empresas españolas están centrando sus esfuerzos de expansión, dentro del mercado israelí, en el sector tecnológico. Este hecho fue ya comentado en 2016, durante el acto de celebración por los 30 años de relaciones entre España e Israel, por el ex embajador de Israel en España Daniel Kutner: “Posiblemente, el área de la innovación sea en la que más podamos desarrollar el potencial de cooperación e intercambio hispano-israelí”<sup>57</sup>. Y es que el “made in Spain” en el área tecnológica está teniendo mucho éxito en el país judío, sobre todo en el ámbito automovilístico.

### 2.3.2.2 Israel: la autodenominada ‘Start-up Nation’

El Estado judío, de acuerdo con el ranking de “Heritage Foundation” publicado en 2019, ocupa el puesto 27 de los países del mundo con mayor nivel de libertad económica y, además, se coloca como el segundo en su región (Oriente Medio). Por otro lado, según *Doing Business 2019* del Banco Mundial, Israel se posiciona como el país número 49 de entre las 190 economías analizadas con mayor facilidad para hacer negocios. Y, finalmente, el Estado judío ocupa, acorde a los datos del OEC, el 47º puesto en las economías mundiales. Actualmente, el país mediterráneo también ha sido uno de los países de la OCDE con mejores resultados.

<i>Doing Business*</i>	Israel	España
<b>Facilidad para hacer negocios</b>	<b>49</b>	<b>30</b>
Apertura de un negocio	45	86
Tramitación de permisos de construcción	41	78
Obtención de electricidad	78	48
Registro de propiedad	89	58
Obtención de financiación	60	73
Protección de inversores	23	30
Pago de impuestos	90	34
Comercio transfronterizo	64	1
Cumplimiento de contratos	90	23
Resolución de insolvencia	29	19

\*Ranking, considerando 190 economías.

GRÁFICO 9. Fuente: Doing Business 2019. Banco Mundial.

<sup>57</sup> Embajada de Israel en España. (18 de febrero de 2016). *Jornada España-Israel: 30 años de Hª compartida. Embajada de Israel en España*. Recuperado el 13 de abril de 2021 en:

<https://embassies.gov.il/madrid/NewsAndEvents/Pages/Jornada-Espana-Israel-30-años-de-historia-compartida.aspx>

En los últimos 14 años, Israel ha tenido una media de crecimiento de entre el 3 y el 4% del PIB, llegando al 5,8% solo en el año 2019. Las previsiones, anteriores al estallido de la crisis sanitaria, para el año 2020 y 2021 se delimitaron entre el 3,0-3,5% como consecuencia de la desaceleración económica mundial y favorecida, en parte, por el dinamismo de las empresas israelíes y el buen ejercicio político en materia económica. Claramente, estos objetivos no se pudieron cumplir por la pandemia por coronavirus, la cual provocó que la economía se contrajese un 3,3%<sup>58</sup>.

De todos modos, Israel ha demostrado ser un país económicamente estable, a pesar de los continuos estallidos de violencia con Palestina. Su contexto explica el elevado gasto en defensa del Estado judío: cerca del 7% del PIB nacional. La estabilidad económica del país ha sido posible, en parte, gracias a la política monetaria laxa implementada por los sucesivos gobiernos, lo que también ha permitido tener la inflación controlada – el 0,8% en 2019 –, especialmente tras la introducción de la nueva moneda en 1985: el shekel; la diversificación y la alta competitividad de su economía. El comercio exterior representa un 56,8% del PIB de Israel<sup>59</sup>. Además, el Estado judío “invierte en I+D más del 4% de su PIB y es el país extranjero con el mayor número de empresas que cotizan en el Nasdaq estadounidense”<sup>60</sup>.

Según cifras estimadas por la Oficina Económica y Comercial de España en Tel Aviv, en 2019, el 2,2% del PIB de Israel correspondía al sector primario. Aunque el rendimiento de la producción de frutas, verduras, carne y productos lácteos es elevado e incluso uno de los mayores del mundo gracias a la tecnificación de la agricultura en el Estado judío; la escasa superficie agrícola cultivable – gran parte del país es desierto – hace que la producción sea reducida. Por ello, es en este sector, junto a otros relacionados con servicios y aparatos electrónicos, donde las autoridades israelíes centran sus

---

<sup>58</sup> Arce, M.J. (Febrero de 2021). *Israel, tecnología y eficacia contra la pandemia*. El Exportador, ICEX. Recuperado el 1 de julio de 2021 en: [https://www.icex.es/icex/wcm/idc/groups/public/documents/documento\\_anexo/mdix/odc1/~edisp/dax2021875842.pdf](https://www.icex.es/icex/wcm/idc/groups/public/documents/documento_anexo/mdix/odc1/~edisp/dax2021875842.pdf)

<sup>59</sup> Banco Santander. (Junio 2021). *Cifras del comercio exterior en Israel*. Banco Santander S.A. Recuperado el 27 de junio de 2021 en: <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/israel/cifras-comercio-exterior>

<sup>60</sup> Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior. *Israel: Información del mercado*. ICEX Israel. Recuperado el 27 de junio de 2021 en: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/informacion-economica-y-comercial/informacion-del-mercado/index.html?idPais=IL#>



importaciones. La falta de competencia interna, en productos como la carne, el pescado, los huevos u otros artículos de primera necesidad; ha provocado el alza de los precios de algunos de estos productos, incentivando a su vez que el Gobierno de Israel promoviese importar más.

Luego, el sector secundario representa el 23,9%, y disminuyendo. Esto se debe a que aunque la industria israelí sea importante, el hecho de que el país carezca tanto de materias primas hace que fabriquen productos de mayor valor añadido, prescindiendo de producir artículos más básicos o intermedios. Entre los productos industriales israelíes destacan el “material de defensa, productos aeronáuticos, equipos de telecomunicaciones, productos de informática, productos químicos, medicamentos y otros productos químicos”<sup>61</sup>, además de la producción de fertilizantes.

Finalmente, el sector terciario representa el 73,91%, cifra que con el paso del tiempo está teniendo una tendencia al alza. El 45,3% de las exportaciones del Estado judío en 2019 corresponden a este sector, por lo que los ingresos que esto supone ascenderían hasta casi los 50.000 millones de dólares anuales, (un 35% del PIB nacional). Entre los servicios más destacados se encuentran el transporte, los servicios sanitarios y de programación – u otros relacionados con la industria informática –. Y es que Israel es un referente internacional en el sector tecnológico, gracias a que cuenta con una mano de obra altamente cualificada y su “fuerte base científica y tecnológica con todas sus aplicaciones, que cada vez alcanza a un mayor número de actividades económicas, ciberseguridad, fintech, software, internet, etc.”<sup>62</sup>. Un porcentaje importante del sector terciario corresponde al turismo, también en ascenso pero con pequeñas caídas por, por ejemplo, la crisis económica en Rusia (más de 400.000 turistas anuales en Israel son rusos) y la apreciación del Shekel – moneda israelí –.

---

<sup>61</sup> Oficina Económica y Comercial de España en Tel Aviv. (Mayo 2020). *Informe económico y comercial: Israel*. Oficina Económica y Comercial de España en Tel Aviv. Recuperado el 21 de junio de 2021 en: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/inf-economico-comercial-israel-2020-doc2021871540.html?idPais=IL>

<sup>62</sup> Oficina Económica y Comercial de España en Tel Aviv. (Mayo 2020). *Informe económico y comercial: Israel*. Oficina Económica y Comercial de España en Tel Aviv. Recuperado el 21 de junio de 2021 en: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/inf-economico-comercial-israel-2020-doc2021871540.html?idPais=IL>

La estrategia actual de Israel en materia económica ha cambiado: a las autoridades israelíes ya no les interesa tanto promover el concepto de *Startup Nation* como impulsar un crecimiento real basado en la innovación de las *startups*. Así, el Estado mediterráneo busca más aplicaciones industriales reales en el país que movimientos financieros. Actualmente, el país judío está impulsando programas de infraestructuras, un sector que se prevé que se desarrolle ampliamente en el futuro, junto con otros mercados tradicionalmente relacionados con proveedores locales. Esto se debe a que “Israel tiene grandes necesidades en ámbitos como las obras públicas, la construcción de infraestructuras, la gestión de residuos o el aprovechamiento de energías renovables”<sup>63</sup>.

En definitiva, Israel es un país en general abierto al comercio exterior y “pionero en avances científicos en campos como las telecomunicaciones, la aviación, la biomedicina, la química, el sector financiero, la defensa o la seguridad”<sup>64</sup>. Actualmente los productos más solicitados para exportar están relacionados con la alta tecnología, dada su alta competitividad en el mercado internacional. Respecto a las importaciones, el Estado israelí demanda productos principalmente industriales, aunque dado que en algunos sectores la competencia está limitada por la regulación gubernamental, se establecen cuotas, como por ejemplo en el sector agrícola.

### 2.3.3 Relaciones social-culturales de España e Israel: los judíos sefardíes y Tierra Santa

Los lazos entre España y el pueblo judío no tienen una fecha específica de inicio, pues no existen pruebas documentales ni arqueológicas de ello. Sin embargo, “existe la creencia de que en el siglo X a. C. las naves del rey Salomón comerciaban, junto con las fenicias, con Tarsis, es decir, con los tartesos del Guadalquivir. Se supone, por ello, la presencia de comerciantes y aventureros judíos por estos lares”<sup>65</sup>.

---

<sup>63</sup> Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior. *Israel: Información del mercado*. ICEX Israel. Recuperado el 27 de junio de 2021 en: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/informacion-economica-y-comercial/informacion-del-mercado/index.html?idPais=IL#>

<sup>64</sup> Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior. *Israel: Información del mercado*. ICEX Israel. Recuperado el 27 de junio de 2021 en: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/informacion-economica-y-comercial/informacion-del-mercado/index.html?idPais=IL#>

<sup>65</sup> Hervás, I. (31 de agosto de 2019). Los primeros judíos en España. *La Vanguardia*. Recuperado el 1 de junio de 2021 en: <https://www.lavanguardia.com/historiayvida/historia-antigua/20190828/47310058997/los-primeros-judios-en-espana.html>

Las evidencias más verosímiles de la presencia de comunidades judías en España datan de la época romana y los restos arqueológicos más fiables encontrados hasta el momento son del período tarderromano. El primer descubrimiento fue un epígrafe funerario del siglo II d.C en Mérida. Luego se encontraron otras dos lápidas más, del siglo siguiente, en Adra (Almería) y Villamaesías (Cáceres), aunque actualmente ambas están en paradero desconocido. En este periodo, la convivencia aparentemente era estrecha y cercana, a pesar de que autoridades eclesiásticas ya pedían en su Concilio I de Elvira (s. IV), que no se permitiese a los judíos que bendijesen “los frutos que Dios les da, para que no hagan frustráneo”<sup>66</sup> su bendición. Esta realidad es muy distinta a la que narra el obispo de Menorca, Severo, en una carta. En ella, el clérigo habla de enfrentamientos entre cristianos y judíos en la isla que acabaron con la muerte y conversión forzosa de más de 500 de ellos.

El mayor punto de inflexión fue en el siglo VI d.C, tras la conversión al catolicismo del rey Recaredo. Es entonces cuando los judíos comenzaron a sufrir, más frecuentemente, persecuciones, siendo muchos de ellos obligados a convertirse al cristianismo. Esta situación llegó a su punto álgido con la expulsión de los judíos durante el reinado de los Reyes Católicos (1492)<sup>67</sup>.

Este hecho marcó la historia de España en diversos aspectos hasta el punto de que, algo más de 500 años después, el Congreso de los Diputados aprobó, en 2015, la Ley de nacionalidad española para sefardíes<sup>68</sup>. Esta norma suprimió la obligación de ser residente en España y también la necesidad de renunciar a la nacionalidad anterior.

Finalmente, también hay que tener en cuenta el papel de Tierra Santa en las relaciones socioculturales entre España e Israel. Al fin y al cabo, el país sudeuropeo está fuertemente ligado, por su tradición católica, con parte de este territorio al este del mar Mediterráneo.

---

<sup>66</sup> Hervás, I. (31 de agosto de 2019). *Los primeros judíos en España*. La Vanguardia. Recuperado el 1 de junio de 2021 en: <https://www.lavanguardia.com/historiayvida/historia-antigua/20190828/47310058997/los-primeros-judios-en-espana.html>

<sup>67</sup> Calvo, J. (31 de julio de 2017). La expulsión de los judíos. La Vanguardia. Recuperado el 28 de junio de 2021 en: <https://www.lavanguardia.com/historiayvida/edad-moderna/20170713/47314433520/la-expulsion-de-los-judios.html>

<sup>68</sup> Ministerio de Asuntos Exteriores. (3 de agosto de 2015). Ley de nacionalidad española para sefardíes. Gobierno de España. Recuperado el 30 de junio de 2021 en: [http://www.exteriores.gob.es/Consulados/SANFRANCISCO/es/Consulado/Paginas/Articulos/Ley\\_nacionalidad\\_espanola\\_sefard%C3%ADes.aspx](http://www.exteriores.gob.es/Consulados/SANFRANCISCO/es/Consulado/Paginas/Articulos/Ley_nacionalidad_espanola_sefard%C3%ADes.aspx)

## 2.4 La comunicación de la Cámara de Comercio Hispano-israelí

La Sociedad de Relaciones Públicas de América (PRSA, por sus siglas en inglés), la asociación de relaciones públicas más grande del mundo<sup>69</sup> con más de 21.000 asociados<sup>70</sup>, define las relaciones públicas como “un proceso de comunicación estratégica que construye relaciones mutuamente beneficiosas entre las organizaciones y sus públicos”<sup>71</sup>. De este modo, el departamento de relaciones públicas del área de comunicación institucional de las organizaciones tiene como objetivo influir en la percepción pública sobre la institución, a través de diferentes herramientas como la web, redes sociales, newsletter, e-mailing, notas de prensa o eventos; entre otros.

En este caso, la Cámara de Comercio Hispano-israelí cuenta con diferentes herramientas y plataformas, para difundir su función como entidad privada que conecta y facilita a las empresas la información necesaria para desarrollar sus negocios en España o Israel, respectivamente. A continuación, la autora analizará los principales canales de comunicación con los que cuenta la institución para difundir su mensaje: la web, las redes sociales (Twitter, Facebook, ...), la newsletter, el e-mailing, la relación con la prensa y sus eventos.

### 2.4.1 La web

La página web<sup>72</sup> cuenta con ocho apartados fundamentales: inicio, la Cámara, servicios socios, agenda, noticias, oportunidades de negocio y contacto. Ya en la página principal podemos observar una primera visión general de la institución, al mostrar los principales servicios, próximos eventos, artículos de actualidad y sus socios.

---

<sup>69</sup> Wikcionario Economía. (21 de octubre de 2016). *¿Qué es la PRSA?... ¿Qué es una empresa de servicio público? ... Economía > Multiposts*. Wikcionario Economía. Recuperado el 2 de mayo de 2021 en: <https://diccionarioeconomia.blogspot.com/2016/10/que-es-la-prsa-que-es-una-empresa-de.html>

<sup>70</sup> Wigmore, I. (Julio 2013). *Public Relations Society of America (PRSA)*. WhatIs.com. Recuperado el 2 de mayo de 2021 en: <https://whatis.techtarget.com/definition/Public-Relations-Society-of-America-PRSA>

<sup>71</sup> PRSA. *About Public Relations*. PRSA. Recuperado el 3 de mayo de 2021 en: <https://www.prsa.org/about/all-about-pr>

<sup>72</sup> España-Israel Cámara de comercio e Industria. *La innovación es el futuro: Bienvenidos a la Cámara de Comercio Hispano-israelí*. España-Israel Cámara de comercio e Industria. Recuperado el 2 de mayo de 2021 en: <https://hispanoisraeli.com>



GRÁFICO 10. Fuente: Cámara de Comercio Hispano-israelí.

El apartado de “la Cámara” cuenta la historia y las bases que sustentan la misión, visión y valores de la organización. Además, esta sección sirve como presentación de los servicios y de los miembros de la junta directiva, de arriba abajo y de izquierda a derecha: Gil Gidron (presidente), Wlaler Wasercier (vicepresidente), Mercedes Castiel (vocal), Evalevy (vocal), Daniel Kominsky (vocal), Ignacio Aparicio (vocal y secretario – Valencia), Ramón Albert (Vocal) y Fernando Vigón (vicepresidente). De este modo, aquella empresa que quiera adherirse a la institución podrá poner cara a quienes administran y gestionan Cámara de Comercio Hispano-israelí. Esta es una herramienta muy útil para poder conocer más a fondo a los miembros y hacer la web y la institución mucho más cercana. Los nombres del equipo ejecutivo no solo están acompañados de cargo e imagen, sino también del enlace a su LinkedIn personal. Esto hace al internauta tener una idea de la experiencia profesional del personal que forma parte de la Cámara de entidad. Sin duda es una herramienta clave para hacer sentir al emprendedor la sensación de confianza necesaria para buscar ayuda en la institución cuando quiera expandir su empresa en el mercado de Israel o de España.

Dentro de Servicios, la organización distingue entre: servicios disponibles, acuerdos bilaterales – sección donde desarrolla la evolución legislativa en cuanto a comercio entre ambos países – e información útil. En esta última sección de la web, la organización pone

a disposición del interesado las principales organizaciones que pueden facilitar, o que están también involucradas, a la hora de desarrollar lazos comerciales entre España e Israel. Asimismo, no solo las menciona, sino que tiene enlazado a la imagen y el nombre, el enlace directo a la web (lo abre en otra pestaña, lo cual es positivo). Este método es muy favorable no solo informativamente hablado, sino también para el posicionamiento SEO, pues al ser fiel a lo que presenta, esta página aparecerá más arriba en el buscador y será más veces mostrada por Google.

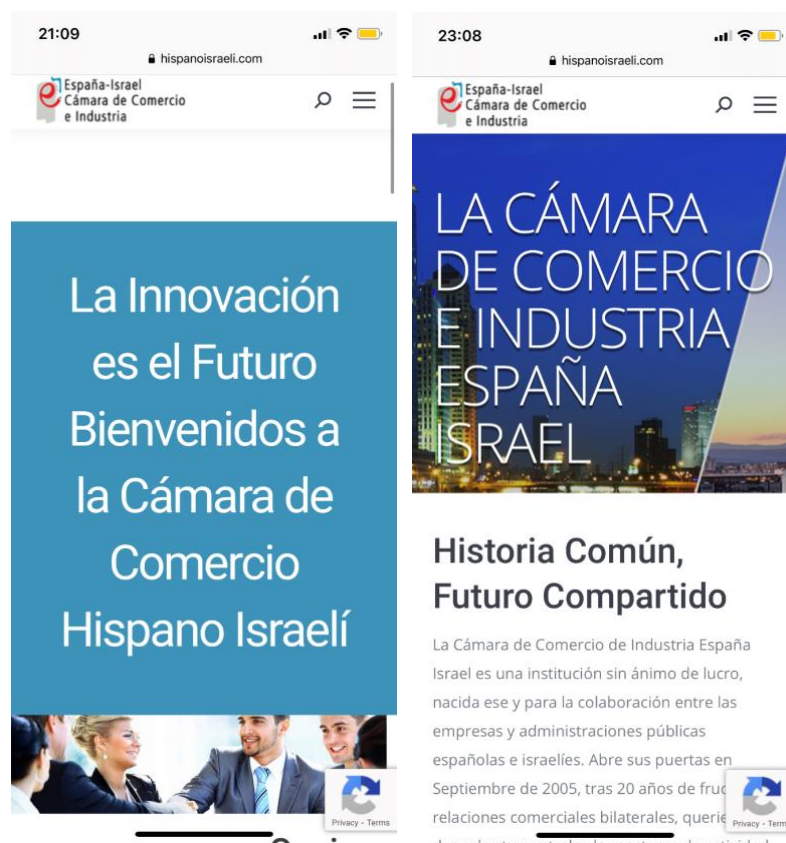
En el apartado de Socios, la Cámara de Comercio no solo presenta a sus empresas miembro, sino que también deja un apartado a todo aquel que se plantee asociarse a la institución. Esto de nuevo es favorable tanto para el posicionamiento web (al enlazar la página actual a otras webs), sino también para el “cliente”, ya que es una manera de que promocionen su imagen corporativa en un ámbito más amplio e internacional. El hecho de que estén ambos apartados estén en una misma página hace ver al interesado, de una manera un tanto simbólica, a los socios actuales y al posible candidato, es decir, el “futuro” de la Cámara; en una misma pestaña.

La sección de Agenda está diseñada de manera que sea práctica y eficaz a la hora de buscar eventos. De este modo, la página te permite, en su parte superior, seleccionar la categoría de interés o buscar por palabras clave. De todas maneras, los próximos eventos están organizados por orden cronológico y dividido en meses. Además, en cada acto ves especificado el día de la semana y la ubicación de este. Una vez presentada esta primera imagen general, el internauta podrá saber más sobre el evento si pulsa en la opción “detalles del evento”. Sin duda: práctico, sencillo y rápido. Sin embargo, cuando quieres acceder a foros o webinars pasados, a menos que encuentres un enlace en alguna de las redes sociales para que te redirija, es muy difícil acceder a ellos. Esto también se debe, en parte, a que no realizan ningún tipo de artículo o nota de prensa posterior al evento, para destacar los puntos más importantes o interesantes de las charlas y debates.

Las noticias son muchas, de temas variados y están actualizadas. Esto hace que el usuario vea que es una página dinámica, que está en continua revisión y con la que puede contar cuando tenga alguna duda en su desarrollo comercial internacional como empresa. Este apartado se presenta muy estético y bien estructurado: varias noticias con su titular, fecha y breve resumen. Si quieres saber más, la página de Internet te da la opción de “detalles”.

La web mantiene su pragmatismo, permitiendo al usuario hacer una búsqueda avanzada y rápida, según si quiere “ver todo”, solo “noticias”, apariciones en “prensa” o incluso por orden alfabético. Sin embargo, muchos de los datos aquí aportados están totalmente desactualizados, pues datan de 2017. Este es el caso, por ejemplo, del apartado de prensa: la última noticia es del 9 de julio 2018. Dicho esto, sorprendentemente destacar un detalle bastante relevante: si pones el puntero sobre “noticias”, te aparece un deslizable sobre “recursos Covid-19”; dado el contexto actual.

Por último, dos apartados añadidos muy interesantes: Oportunidades de negocio y Contacto. Breves, directos y sencillos. La sección de “Oportunidades de negocio” está actualizada, pues la fecha de publicación de su último artículo es del 12 de marzo de 2021. Sin embargo, el apartado de “Contacto” está incompleto y no sirve de mucho. La autora de este TFG, tras tratar de contactar durante meses con la Cámara de Comercio Hispano-israelí, no ha encontrado ninguna facilidad para comunicarse con la institución: del formulario de contacto no se obtiene respuesta, por lo que es poca su utilidad. La web no aporta ni un número de teléfono, ni un correo electrónico, ni un fax para poder hablar con ellos.



## GRÁFICO 11 y 12. Fuente: Cámara de Comercio Hispano-israelí

Algo muy relevante en el diseño web es que este sea y esté adaptado a las diferentes plataformas: ordenador, móvil o tablet. En este caso, la Cámara de Comercio Hispano-israelí sí tiene su sitio web en versión móvil. Sin embargo, teniendo en cuenta que, tal y como asegura el portal web RYTE, “el tiempo de permanencia medio por usuario en un sitio web es de 40 segundos”<sup>73</sup>, el diseño debería readaptarse para que quien utilice su teléfono móvil para acceder a la web pueda tener una visión general de la institución en un rápido vistazo.

Tras analizar esto, se puede concluir que la Cámara de Comercio Hispano-israelí destaca por mantener una comunicación unidireccional con los usuarios: la organización publica y aporta información, pero no existe un canal común en el que mantener una comunicación bidireccional entre la institución y el interesado. Además, la web tampoco tiene ningún enlace que te redirija a sus redes sociales. Por lo que solo existe una interconexión entre la web y la newsletter, pero no entre ninguna de las otras herramientas digitales utilizadas por la organización para difundir su mensaje y cumplir con sus objetivos.

### 2.4.2 Redes sociales

La Cámara de Comercio Hispano-israelí tiene cuenta en redes sociales como Twitter, LinkedIn y Facebook. No ha podido verificarse de ninguna manera que la institución utilice ninguna otra red social, ya que como se ha anunciado previamente: ni enlazan la web a ningún medio de difusión social, ni tampoco se ha podido mantener comunicación concluyente con nadie de su personal.

---

<sup>73</sup> RYTE Wiki. *Tiempo de Permanencia*. RYTE Wiki. Recuperado el 27 de junio de 2021 en: [https://es.ryte.com/wiki/Tiempo\\_de\\_Permanencia](https://es.ryte.com/wiki/Tiempo_de_Permanencia)





GRÁFICO 13. Fuente: Twitter Cámara de Comercio Hispano-israelí

La cuenta de Twitter<sup>74</sup> fue creada en diciembre de 2017. En un primer vistazo, esta tiene una apariencia estética moderna y corporativa: la foto de perfil es el logo de la Cámara de Comercio Hispano-israelí y en la portada se ha utilizado la misma imagen que en la pantalla de inicio de la web. Además, se observa un buen uso de las herramientas de posicionamiento ofrecidas por la red social, ya que se han utilizado hashtags en la descripción – #CCHI – y se ha adjuntado el enlace directo a la web.

Por otro lado, hay que señalar que la organización tiene el apoyo de instituciones y personalidades israelíes relevantes como la embajadora de Israel, la Embajada de Israel en España y el Centro Sefarad-Israel; quienes son algunos de sus 54 seguidores. Por lo demás, la cuenta se ve pobre: solo sigue a 11 “personas”, lo que demuestra que tiene poco interés en las publicaciones de cuentas oficiales como ICEX Israel o ACOM, que pueden aportarle información importante para cumplir con su cometido. Ni siquiera sigue a sus propios socios, por lo que no solo no parece demostrar interés en los asuntos de última hora a nivel español o israelí, sino tampoco en las novedades de sus propias empresas miembro. Esto no solo daña la imagen de la organización, sino que reduce el *engagement*,

<sup>74</sup> Cámara de Comercio Hispano Israelí. Twitter. Recuperado el 1 de junio de 2021 en: <https://twitter.com/hispanoisraeli>

dificultando la posibilidad de ampliar y difundir a un mayor público su misión, visión y valores.

Desde la creación de su cuenta de Twitter en diciembre de 2017, la Cámara de Comercio Hispano-israelí tan solo ha publicado 79 tuits. Su último retuit fue una publicación del 26 de abril de 2019 y su último tuit propio fue para felicitar la victoria de Netta en Eurovisión, es decir, el 13 de mayo de 2018. Así, la autora de este TFG concluye que el uso actual que hace la Cámara de Comercio de su cuenta de Twitter es nulo, como también es la interacción de la institución con sus seguidores. Esto conlleva la pérdida de una vía de comunicación muy relevante y comúnmente utilizada por las empresas internacionales para difundir su mensaje corporativo; y, por lo tanto, un error grave en la comunicación de la Cámara de Comercio Hispano-israelí.



## Cámara de Comercio España Israel

La Innovación es el Futuro Bienvenidos a la Cámara de Comercio España Israel  
Desarrollo y comercio internacional · Madrid, Madrid · 189 seguidores



Daniela trabaja aquí · 2 empleados

✓ Siguiendo

Visitar sitio web ↗

Más

GRÁFICO 14. Fuente: LinkedIn Cámara de Comercio Hispano-israelí

La Cámara de Comercio Hispano-israelí también tiene cuenta de LinkedIn<sup>75</sup>, red social más enfocada al ámbito profesional. En esta plataforma, la institución tiene un botón que enlaza su perfil con su sitio web. Además, la organización tiene 189 seguidores y dos de sus empleados han añadido a su perfil que trabajan ahí: mejora su posicionamiento, pero podría ser mejor, ya que en el apartado de tamaño de la empresa aseguran que cuentan con entre 201 y 500 trabajadores. El resto de parámetros web están bien completados: resumen, sector, tipo e incluso añaden la ubicación de su sede. Sin embargo, teniendo en

<sup>75</sup> Cámara de Comercio Hispano Israelí. LinkedIn. Recuperado el 1 de junio de 2021 en: <https://www.linkedin.com/company/cámaradecomerciohispanoisrael%C3%AD/>

cuenta que se trata de una Cámara de Comercio internacional se echa en falta que la página de LinkedIn esté traducida a otros idiomas como el inglés (lengua de negocios en Israel) y hebreo (lengua oficial de Israel), ya que solo está la opción de castellano.

El LinkedIn de la institución es verdaderamente interesante. En sus publicaciones no solo destacan noticias relevantes relacionadas con su sector, sino que también promocionan sus eventos y hacen públicas diversas oportunidades de negocio en Israel, que de verdad pueden interesar a los usuarios de esta red social. Sin duda, el contenido de esta cuenta de LinkedIn es muy bueno, por lo que por esa parte la organización está haciendo un buen trabajo para juntar y conseguir empresas que se adhieran a sus programas y proyectos.

Otro punto positivo del LinkedIn de la Cámara de Comercio Hispano-israelí es que está actualizada: su última publicación es del miércoles 23 de junio de 2021; y se mantiene más activa que en el resto de redes sociales. Sin embargo, la actividad de la organización en esta plataforma web sigue siendo insuficiente, ya que comunicaron por primera vez sobre el evento sobre “¿Por qué nos debe importar la ciberseguridad? Una visión desde España e Israel”, apenas una semana antes. Además, la publicación anterior al webinar de la organización había sido hacía 3 meses. Sin duda, la Cámara de Comercio Hispano-israelí debería subir a su LinkedIn publicaciones de manera mucho más regular si quiere tener un verdadero impacto, además de una mayor difusión de su mensaje.

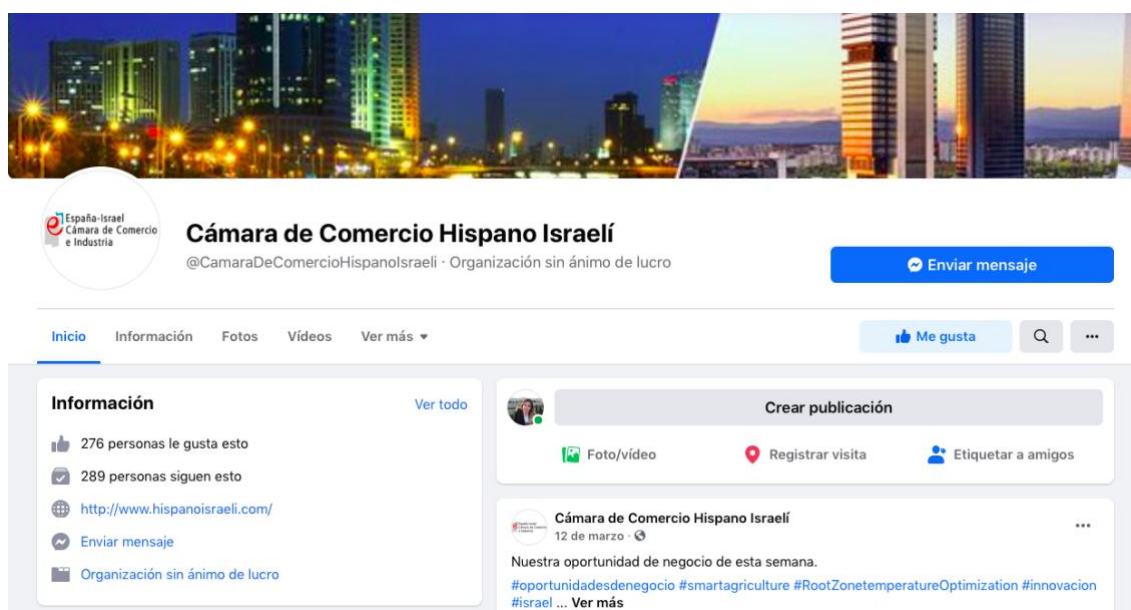


GRÁFICO 15. Fuente: Facebook Cámara de Comercio Hispano-israelí

Por último, la organización tiene cuenta en Facebook<sup>76</sup>. A 27 de junio, hay 276 personas a las que “le gusta” la página y 289 la siguen. Una vez más, la organización mantiene su diseño corporativo: el logo como foto de perfil y la misma fotografía de portada que en Twitter. Este es un aspecto muy positivo, ya que mantiene una imagen uniforme, que hace que el usuario identifique rápidamente la vinculación y la relación entre todas las redes sociales y la web.

En este medio de comunicación social, la Cámara de Comercio Hispano-israelí publicó por última vez el 12 de marzo de 2021. Sin duda, la cuenta está más activa que Twitter, pero menos que LinkedIn. Algo positivo sobre las noticias subidas por la organización es que contienen hashtag y normalmente también imágenes o enlaces a otras webs para ampliar información, mejorando el *engagement*.

### 2.4.3 Newsletter y e-mailing

El pasado 9 de marzo de 2021 a las 23:27, la autora de este TFG se suscribió a la newsletter de la Cámara de Comercio Hispano-israelí. El método es muy sencillo, rápido y se recibe un email de confirmación de suscripción, lo cual es muy positivo.

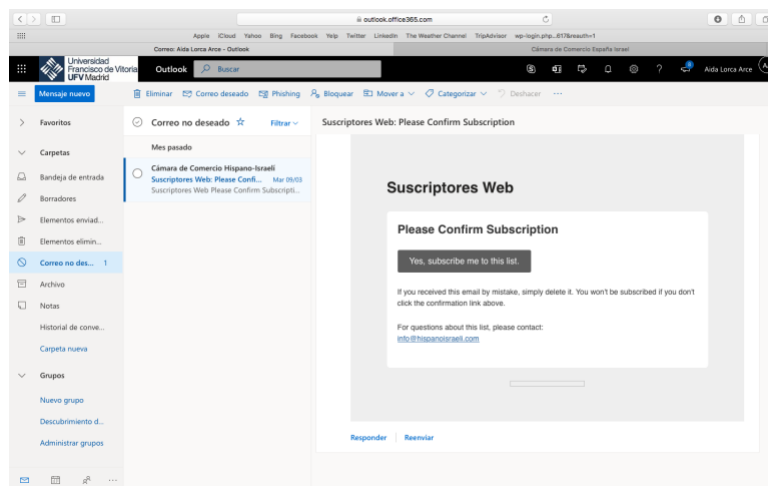


GRÁFICO 16. Fuente: E-mail newsletter Cámara de Comercio Hispano-israelí

<sup>76</sup> Cámara de Comercio Hispano Israelí. Facebook. Recuperado el 1 de junio de 2021 en: <https://www.facebook.com/CamaraDeComercioHispanoIsraelí>

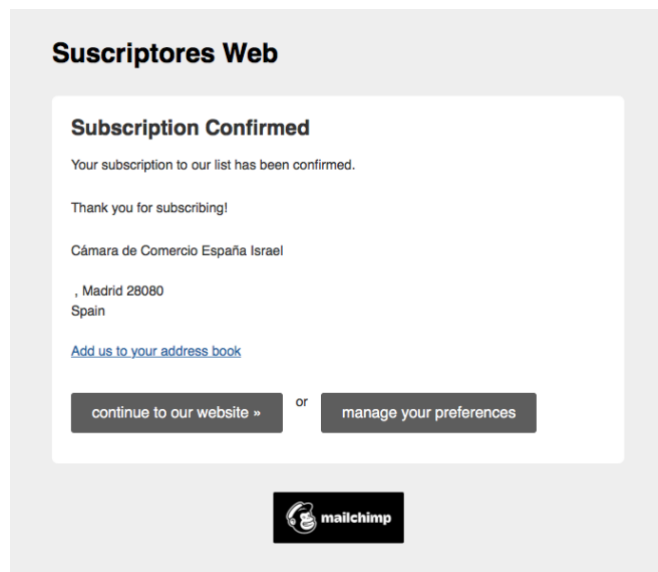


GRÁFICO 17. Fuente: E-mail newsletter Cámara de Comercio Hispano-israelí

Por si acaso y después de un mes, se volvió a realizar la inscripción a la newsletter el sábado 3 de abril de 2021 a las 22:46. Después de tres meses, la autora de este estudio recibió una invitación a su webinar: “¿Por qué nos debe importar la ciberseguridad? Una visión desde España e Israel”. Aunque esto sea denominado por ellos como “newsletter”, realmente se trata de e-mailing. También conocido como *mass-mailing*, es una herramienta, frecuentemente utilizada en el ámbito del márketing y comunicación de empresa, para promocionar e informar de manera directa – a través del correo electrónico – a un público determinado y de interés objetivo (potenciales clientes) sobre un tema concreto de la institución. La función del email márketing es mantener el contacto con los clientes, actualizarles sobre las últimas novedades, mantener la marca en su *top of mind*, recibir *feedback*, aumentar el *engagement* y desarrollar nuevas estrategias y contenidos; entre otros<sup>77</sup>. Sin embargo, la newsletter es un tipo de envío digital de carácter informativo que se envía al correo electrónico de los suscriptores con cierta periodicidad. Por todo ello, se concluye:

- a.) que lo que la organización denomina newsletter, es emailing.
- b.) que, ante lo observado durante estos meses y dado que no se ha podido corroborar con fuentes oficiales de la Cámara de Comercio, se entiende que la organización no tiene una newsletter como tal.

<sup>77</sup> Foxize. *¿Qué es el email marketing y para qué sirve?* Foxize. Recuperado el 20 de junio de 2021 en: <https://www.foxize.com/blog/que-es-el-email-marketing-y-para-que-sirve/>

#### 2.4.4 Relación con la prensa

Con la información disponible en el apartado de ‘Noticias’ de la página web, a continuación, se procederá a analizar los artículos de actualidad de la web, fechados entre el 1 de enero de 2021 y el 28 de junio de 2021, y las publicaciones en los medios de comunicación, en el mismo periodo, sobre la Cámara de Comercio Hispano-israelí.

En la sección de ‘Noticias’, en lo que se lleva de año, tan solo se han publicado dos artículos:

- 1.) Gil Gidron: Israel ha tenido un éxito rotundo en la vacunación gracias a un sistema sanitario avanzado<sup>78</sup>.
- 2.) Todo el mundo utiliza tecnología israelí pero no lo sabe<sup>79</sup>.

La primera noticia fue publicada el 15 de febrero de 2021. El artículo está relacionado con uno de los dos eventos organizados por la Cámara de Comercio Hispano-israelí este 2021. Las herramientas de posicionamiento SEO están bien aplicadas: hipervínculos a otras páginas webs y uso de negritas para destacar las declaraciones e información relevante sobre el resto. Además, la publicación cuenta con dos elementos audiovisuales muy reconocibles y útiles: imagen y vídeo. La fotografía corresponde al cartel publicitario del evento y el vídeo es la grabación de la conferencia, por si alguien no ha podido asistir al evento en directo y quiere verlo más tarde.

El segundo artículo es sobre una entrevista que concedió el presidente de la Cámara de Comercio Hispano-israelí, Gil Gidron, al periódico El Mundo. En esta ocasión las herramientas de posicionamiento SEO no han sido correctamente utilizadas:

- a.) La información esta desordenada y desestructurada.
- b.) Las negritas no están bien utilizadas, ya que no resalta información relevante. Solo usadas para destacar el nombre del presidente y su puesto.

---

<sup>78</sup> Cámara de Comercio España Israel. (16 de febrero de 2021). *Gil Gidron: Israel ha tenido un éxito rotundo en la vacunación gracias a un sistema sanitario muy avanzado*. España-Israel Cámara de Comercio e Industria. Recuperado el 20 de junio de 2021 en: <https://hispanoisraeli.com/gil-gidron-israel-ha-tenido-un-exito-rotundo-en-la-vacunacion-gracias-a-un-sistema-sanitario-muy-avanzado/>

<sup>79</sup> Administrador. (8 de marzo de 2021). *Todo el mundo utiliza tecnología israelí pero no lo sabe*. España Israel Cámara de Comercio e Industria. Recuperado el 20 de junio de 2021 en: <https://hispanoisraeli.com/todo-el-mundo-utiliza-tecnologia-israeli-pero-no-lo-sabe/>

- c.) Los hipervínculos no se abren en una ventana diferente, sino en la misma. Además, al final se utiliza mal, pues enlaza una página web a la frase: “artículo completo aquí”; lo que perjudica el SEO.

Lo que sí es positivo es que hayan añadido un enlace que lleve al usuario directamente al artículo completo, solo que, de nuevo, no han redactado correctamente el texto sobre el que han vinculado el enlace directo y tampoco lo han programado para que se abra el sitio web en otra ventana.

Por otro lado, en el apartado de “Prensa” no hay ninguna noticia de este año 2021 a analizar. La última publicación es del 9 de julio de 2018 y trata sobre la primera sesión del Ciclo de Encuentro Ageingnomics, organizado por MAPFRE y Deusto Business School<sup>80</sup>. Ya que no hay artículos de este periodo, la autora quiere destacar que, en 2017, las publicaciones eran bastante frecuentes: más de dos noticias por mes.

#### 2.4.5 Eventos

En esta sección se analizarán tanto los actos en los que ha participado como los que ha organizado la Cámara de Comercio, en el periodo que va desde el 1 de enero del 2021 hasta el 28 de junio de 2021. Durante este tiempo, la entidad ha estado presente como institución y, en algunos casos, miembros de su personal han ejercido como ponentes. En total, la Cámara de Comercio ha participado en cuatro eventos, por orden cronológico:

- a.) Vacunación frente a la COVID-19: Un desafío asistencial y logístico. Israel: Un caso de éxito<sup>81</sup>.
- b.) Emprendimiento en la cuarta revolución industrial<sup>82</sup>.
- c.) Mujeres en ciberseguridad, acortando la brecha de género.

---

<sup>80</sup> Administrador. (9 de julio de 2018). *Concluye la primera sesión del Ciclo de Encuentros Ageingnomics, organizado por MAPFRE y Deusto Business School*. España-Israel Cámara de Comercio e Industria. Recuperado el 3 de mayo de 2021 en: <https://hispanoisraeli.com/la-primera-sesion-del-ciclo-de-encuentros-ageingnomics-organizado-por-mapfre-y-deusto-business-school-concluye-que-la-economia-del-envejecimiento-requerira-nuevas-soluciones-de-movilidad/>

<sup>81</sup> España-Israel Cámara de Comercio e Industria. *Encuentro digital “vacunación frente a la COVID-19: Un desafío asistencial y logístico. Israel: Un caso de éxito*. España-Israel Cámara de Comercio e Industria. Recuperado el 3 de mayo de 2021 en: <https://hispanoisraeli.com/events/encuentro-digital-vacunacion-frente-a-la-covid-19-un-desafio-asistencial-y-logistico-israel-un-caso-de-exito/>

<sup>82</sup> CIC Comillas ICAI. (enero de 2021). *Publicaciones*. LinkedIn. Recuperado el 3 de mayo de 2021 en: <https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:6763021254598393856/>

d.) ¿Por qué nos debe importar la ciberseguridad? Una visión desde España e Israel.

**Vacunación frente a la COVID-19:  
Un desafío asistencial y logístico.  
Israel: Un caso de éxito**

**Lunes, 15 de Febrero  
16:00h**



#DesafíoVacunación

GRÁFICO 18. Fuente: Cámara de Comercio Hispano-israelí

El primer webinar: “Vacunación frente a la COVID-19: Un desafío asistencial y logístico. Israel: Un caso de éxito”; fue organizado por la Cámara de Comercio Hispano-israelí en colaboración con la Embajada de Israel en España, Hiris y Teva. El evento se llevó a cabo el lunes 15 de febrero del 2021 a las 16:00 horas. Tras el evento, no se realizó ninguna nota de prensa ni publicación en la web de la institución.



**CÁTEDRA DE INDUSTRIA CONECTADA** | **COMILLAS ICAI** | **ABB** | **ACERINOX** | **ANTOLIN** | **enagas** | **enadesa** | **Gestamp** | **IBM** | **indra** | **PLADUR** | **PROSEGUR** | **REPSOL** | **SaarGummi Automotive**

**“Emprendimiento en la Cuarta Revolución Industrial”**  
**JUEVES 4 DE MARZO - 17.30 h. ONLINE**

GRÁFICO 18. Fuente: Universidad Pontificia de Comillas ICAI-ICADE.

El segundo evento online: “Emprendimiento en la Cuarta Revolución Industrial” fue organizado por Gil Gidron, presidente de Cardumen Capital y también de la Cámara de Comercio Hispano-Israelí; Antonio Iglesias, director general de Endeavor Spain; y Fernando Impuesto Nogueras, director general de Emprende; junto con la Universidad



Pontificia de Comillas ICAI-ICADE. El evento se llevó a cabo el pasado 4 de marzo a las 17:30 horas. En esta ocasión, tampoco se realizó ningún artículo tras el evento, lo cual la autora de este TFG considera un error, ya que las notas de prensa son claves para la promoción de las actividades organizadas o en las que participa la institución.



GRÁFICO 19. Fuente: Cámara de Comercio Hispano-israelí

En tercer lugar, la Cámara de Comercio Hispano-israelí organizó junto con Women4Cyber Spain y el Centro Sefarad-Israel una mesa redonda para abordar el papel de las mujeres en el sector de la ciberseguridad, bajo el nombre: “Mujeres en ciberseguridad, acortando la brecha de género”<sup>83</sup>. El evento tuvo lugar el martes 16 de marzo de 2021 a las 18:00 horas y fue online. En esta ocasión la organización sí realizó una convocatoria de prensa, que también está publicada en su página web. Sin embargo, no realizó ningún artículo después del evento.

---

<sup>83</sup> España-Israel Cámara de Comercio e Industria. *Mujeres en ciberseguridad, acortando la brecha de género*. España-Israel Cámara de Comercio e Industria. Recuperado el 3 de mayo de 2021 en: <https://hispanoisraeli.com/events/mujeres-en-el-campo-de-la-ciberseguridad-acortando-la-brecha-de-genero/>



GRÁFICO 20. Fuente: Cámara de Comercio Hispano-israelí



GRÁFICO 21. Fuente: Centro Sefarad-Israel.

Por último, la institución organizó, el pasado miércoles 23 de junio, un webinar sobre “¿Por qué nos debe importar la ciberseguridad? Una visión desde España e Israel. En el evento participaron diferentes ponentes, mayoritariamente mujeres, y abordaron los futuros retos en ciberseguridad desde la cuenta de Youtube del Centro Sefarad Israel, una de las instituciones organizadoras – además de Women4Cyber y la Cámara de Comercio Hispano-israelí –. Por su parte, la Embajada de Israel en España ha justificado la realización de esta sesión en línea alegando que “la ciberseguridad es muy importante porque nos protege a todos. Todos estamos expuestos a este tipo de ataques. De hecho,

se habla que las próximas guerras serán cibernéticas”<sup>84</sup>. A la videoconferencia asistieron cerca de 39 personas. En la web de la organización no existe ningún artículo de difusión previo ni posterior al evento.

## **2.5 Comparación de la comunicación de otras Cámaras de Comercio**

España mantiene relaciones comerciales con numerosos países de todo el mundo. Sin embargo, no todos ellos tienen la misma relevancia estratégica para el Estado español. El ICEX ha identificado 12 Países con Actuación Sectorial Estratégica (PASE)<sup>85</sup>, es decir, 12 mercados estratégicamente claves para el país sudeuropeo. Estos son, en orden según criterios de la Secretaría de Estado de Comercio: EE.UU., China, México, Canadá, Marruecos, Japón, Corea del Sur, India, Turquía, Brasil, Sudáfrica y Rusia.

Al mismo tiempo, Francia, Alemania e Italia se sitúan como tres de los principales socios comerciales de España dentro de la Unión Europea, pues en orden según el ICEX, son los tres países a los que más ha exportado el Estado español durante el primer trimestre de 2021.

---

<sup>84</sup> Lorca, A. (25 de junio de 2021). *Entrevista Embajada de Israel*.

<sup>85</sup> El exportador. (2021). *Revista para la internacionalización*. ICEX. Recuperado el 2 de junio de 2021 en: <https://www.icex.es/icex/es/Navegacion-zona-contacto/revista-el-exportador/en-cifras/index.html#seccion5>

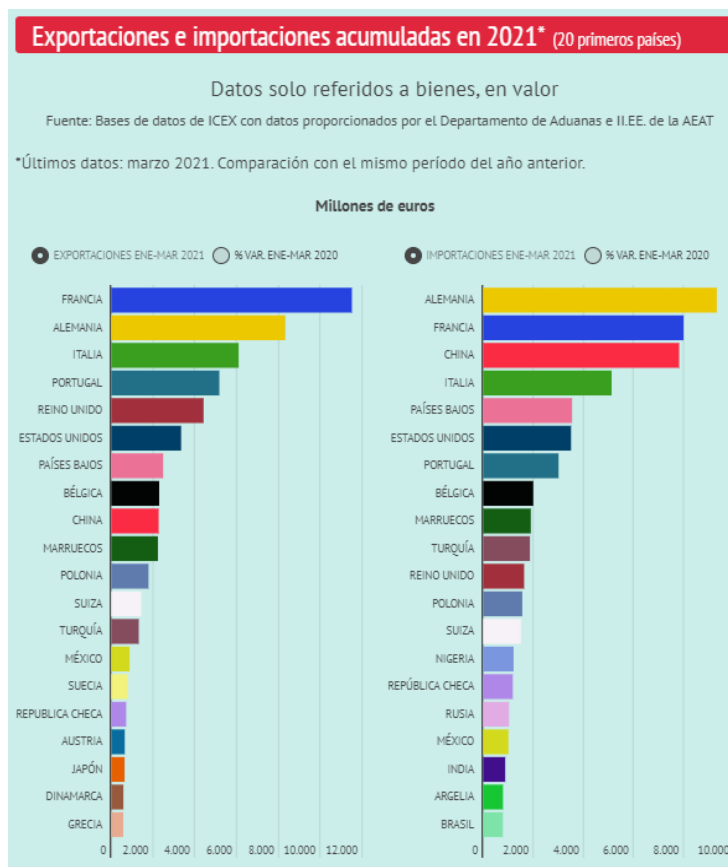


GRÁFICO 22. Fuente: ICEX.

Atendiendo a criterios objetivos, se han seleccionado dos Cámaras de Comercio para poder realizar una comparación y estudio correcto sobre los posibles puntos de mejora de la Cámara de Comercio Hispano-israelí.

En primer lugar, la Cámara de Comercio Hispano-francesa ha sido seleccionada para análisis, ya que, como ya se señalaba en las líneas previas, Francia se presenta como el país al que más bienes exporta España: un 14,6% del total en 2019, según Comtrade<sup>86</sup>. De este modo, aunque el Estado galo no aparezca en la lista de PASE, la autora de este TFG considera que Francia es un actor a tener muy en cuenta en el mercado exterior español. Además, se considera importante analizar la estrategia de comunicación ejecutada entre dos países miembro de la Unión Europea, para ver también si existen diferencias en la promoción de las relaciones comerciales entre países de la misma región frente a los que no lo son.

<sup>86</sup> Banco Santander. (Junio 2021). *Cifras del comercio exterior en España*. Banco Santander S.A. Recuperado el 26 de junio de 2021 en: <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/espana/cifras-comercio-exterior>

En segundo lugar, se ha seleccionado la Cámara de Comercio Hispano-china. El mercado chino ha sido donde más crecieron las exportaciones españolas, de entre los 20 primeros países exportadores, en el primer trimestre de 2021, teniendo como referencia el mismo período en 2020 (enero-marzo). A su vez, China también es el país al que más exporta y del que más importa España de todo el continente asiático. No solo eso, sino que el Estado chino está dentro de la lista PASE española.

Ante todo, la autora de este TFG quiere presentar una gran variedad de escenarios, de modo que no se vea afectado el análisis por la distancia geográfica entre los países u otros factores adversos. De esta manera, se han seleccionado los dos países a los que más exporta España, en relación con el continente al que pertenecen. Además, uno de estos Estados (China) está en la lista PASE, por lo que por esta razón hay que prestarle también una especial atención.

El análisis de las diferentes estrategias comunicativas abordará:

- a.) si la institución cuenta o no con newsletter,
- b.) un breve análisis de la web,
- c.) y un estudio general de redes sociales.

En un principio, estaba pensado también analizar una Cámara de Comercio “Hispano-americana” o “Hispano-estadounidense”, ya que Estados Unidos es el país al que más exportan e importan las empresas españolas en todo el continente americano. Además, Estados Unidos pertenece a la lista de países estratégicos (PASE) de España. Sin embargo, no existe esta institución, sino la Cámara de Comercio de Estados Unidos en España y viceversa.

### 2.5.1 La Cámara Franco-Española de Comercio e Industria

La Cámara Franco-Española de Comercio e Industria es un punto de encuentro y apoyo para las empresas de cualquiera de las dos nacionalidades, que tiene como objetivo el desarrollo nacional e internacional de las compañías asociadas, además de promover las

relaciones económicas entre España y Francia<sup>87</sup>. A continuación, se procederá a analizar diferentes elementos clave en la estrategia de comunicación de la institución:

- a.) En primer lugar, la institución sí tiene una newsletter y la llaman: “Boletín Sinergias”.
- b.) La organización tiene una página web bastante elaborada, que tiene como colores principales: el blanco, el rojo y el azul; es decir, los colores que conforman la bandera de Francia. El sitio web cuenta con versión en francés y en castellano. Además, la página tiene varios apartados: Servicios, Comisiones, Eventos, Ser socio, Quienes somos, Actualidad e Info france; que están subdivididos en más. Sus publicaciones son recientes y frecuentes.

La web destaca por la facilidad que tiene el usuario para contactar con la entidad. Esto se debe a que existe un apartado específico para ello, donde no solo pone la ubicación de su sede central, sino que además se añaden: un teléfono y un e-mail. Asimismo, si descienes hasta el final de la página, se muestran las principales redes sociales de la Cámara Franco-Española de Comercio: Instagram, Youtube, LinkedIn y Twitter (de izquierda a derecha).

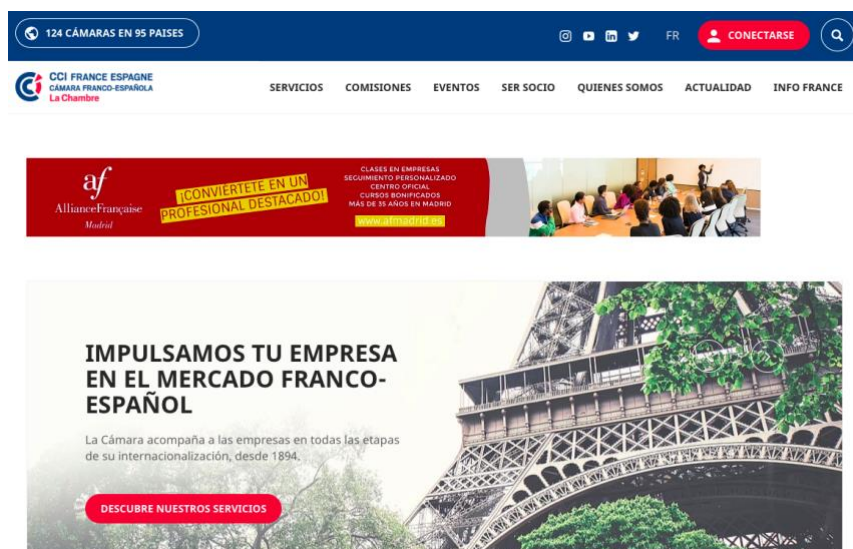


GRÁFICO 23. Fuente: Cámara de Comercio Franco-española

- c.) A continuación, se procederá a realizar un análisis de las redes sociales de este ‘círculo empresarial franco-español’. En Instagram<sup>88</sup>, la organización cuenta, a

<sup>87</sup> La Chambre. ¿Quiénes somos? CCI France Espagne: Cámara Franco-española. Recuperado el 1 de junio de 2021 en: <https://www.lachambre.es/quienes-somos/quienes-somos.html>

<sup>88</sup> Cci\_franco\_espanola. Instagram. Recuperado el 1 de junio de 2021 en:

día 22 de junio de 2021, con 940 seguidores y 971 publicaciones. El *feed* sobresale por su estilo corporativo, uniforme y elegante. Además, en casi todas las imágenes, se añade el logo de la organización, lo cual es un punto importante a considerar: si alguien comparte la imagen por su contenido, quien lo reciba siempre va a saber la fuente oficial.



GRÁFICO 24. Fuente: Cámara de Comercio Franco-española.

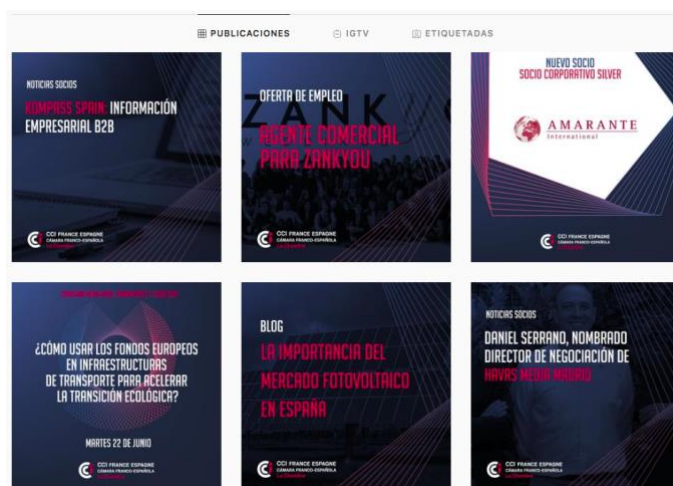


GRÁFICO 25. Fuente: Cámara de Comercio Franco-española.

En Youtube<sup>89</sup>, la Cámara de Comercio cuenta con 89 suscriptores. El último vídeo publicado es de hace 4 semanas y consiste en una vídeo presentación del espacio de socios de la web. La foto de perfil es el logo de la institución y la foto de portada mantiene el estilo de las publicaciones de Instagram mostradas previamente. Los vídeos no son populares, pues tienden a tener solo entre 2 y 66 visualizaciones.

[https://www.instagram.com/cci\\_franco\\_espanola/?hl=es](https://www.instagram.com/cci_franco_espanola/?hl=es)

<sup>89</sup> Cámara Franco-Española de Comercio e Industria. YouTube. Recogido el 20 de junio de 2021 en: [https://www.youtube.com/channel/UCecRuiEYohKg7VMpLAW8hSQ?view\\_as=subscriber](https://www.youtube.com/channel/UCecRuiEYohKg7VMpLAW8hSQ?view_as=subscriber)



GRÁFICO 26. Fuente: Cámara de Comercio Franco-española.

En LinkedIn<sup>90</sup>, la organización tiene 7.580 seguidores. Sin duda una cifra elevada teniendo en cuenta la función de la organización y teniendo como referencia a la Cámara de Comercio Hispano-israelí. De los entre 11 y 50 empleados que tiene la institución, según LinkedIn, 38 de ellos han puesto en su perfil que trabajan para la entidad. En general, la cuenta está muy completa: resumen, sitio web tipo, fundación... Positivamente, la institución añade numerosos de sus eventos al apartado de “Eventos”, los cuales son bastante frecuentes, y también suben más de una publicación al día.



GRÁFICO 27. Fuente: Cámara de Comercio Franco-española

<sup>90</sup> *Cámara Franco-Española*. LinkedIn. Recuperado el 20 de junio de 2021 en: <https://www.linkedin.com/company/lachambre/>



Finalmente, en Twitter<sup>91</sup>, la organización tiene 2.851 seguidores y sigue a 2.150. La descripción está muy bien elaborada, ya que usa hashtags (#empresas, #Francia y #España), añaden sus diferentes localizaciones en España y el enlace a su sitio web. La cuenta fue creada en noviembre de 2012, por lo que probablemente su largo recorrido y experiencia, además de las buenas relaciones entre España y Francia, favorecen estos resultados tan buenos. En esta red social también publican más de una vez al día. Sus tuits están bien ejecutados, ya que mencionan a otros usuarios y también utilizan hashtags. Sin embargo, no tienen muchas interacciones, lo que es probablemente consecuencia del tipo de organización que es.



GRÁFICO 28. Fuente: Cámara de Comercio Franco-española

### 2.5.2 La Cámara de Comercio Hispano-China

La Cámara de Comercio Hispano-China es una entidad privada y sin ánimo de lucro que se fundó en 2011, en Madrid, con el objetivo de promover las relaciones comerciales entre empresas españolas y chinas. A continuación, se procederá a analizar diferentes elementos clave en la estrategia de comunicación de la institución:

---

<sup>91</sup> *Cámara Franco-Española*. Twitter. Recuperado el 20 de junio de 2021 en: [https://twitter.com/LachambreEsp?ref\\_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor](https://twitter.com/LachambreEsp?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor)

- a.) En primer lugar, aparentemente, la organización sí tiene newsletter, lo que no se deja claro es cómo poder suscribirse a ella.
- b.) La organización tiene una página web<sup>92</sup> poco elaborada, estéticamente desactualizada e irregular: utilizan diferentes tipos de letra y los mezclan sin ningún sentido. Además, aun estando la página en su versión en castellano, hay también palabras en chino e inglés intercaladas. El sitio web cuenta con versión en chino y en castellano, pero también señala que la versión en inglés está en desarrollo. Además, la página tiene demasiados apartados: Quiénes somos, Socios, Nuestros socios...; que no se subdividen en más. Sus publicaciones no son recientes y, teniendo en cuenta también la apariencia de la web, tampoco son frecuentes. En definitiva, el sitio web parece abandonado, aunque hay una publicación de “última hora” sobre información COVID.



GRÁFICO 29. Fuente: Cámara de Comercio Hispano-china

Algo positivo es que la web te facilita un e-mail y un formulario de contacto, lo cual es bastante útil. Sin embargo, no se muestran las principales redes sociales, que luego realmente sí tiene, de la Cámara de Comercio Hispano-china: Youtube, LinkedIn, Twitter (sí lo muestra en la web, pero el formato da error) y Facebook.

<sup>92</sup> Cámara de Comercio Hispano-China. *Inicio (Español)*. Cámara de Comercio Hispano-China. Recuperado el 1 de julio de 2021 en: <https://www.camarahispanochina.es>

c.) Ahora, se procederá a realizar un análisis de las redes sociales de este ‘entidad independiente’.

En Youtube<sup>93</sup>, la Cámara de Comercio cuenta con 39 suscriptores. El último vídeo publicado es de hace 7 años y consiste en una vídeo presentación de la Cámara de Comercio Hispano China. La foto de perfil es el logo de la institución y la imagen de portada también. Un detalle importante es que el nombre de la entidad está escrito tanto en chino como en castellano y que, además, han adjuntado el resto de sus redes sociales al perfil.



GRÁFICO 30. Fuente: Cámara de Comercio Hispano-china

En LinkedIn<sup>94</sup>, la organización tiene 3.048 seguidores, sin duda una cifra media teniendo en cuenta la función de la organización y teniendo como referencia a la Cámara de Comercio Hispano-israelí y la Cámara Franco-española. De los entre 201 y 500 empleados que tiene la institución, según LinkedIn, 14 de ellos han puesto en su perfil que trabajan para la organización. Eso sí, tienen foto de perfil (el logo), pero no tienen imagen de portada.

En general, la cuenta está muy completa: resumen, sitio web, tipo, fundación... Un punto negativo es que la institución no ha añadido ninguno de los eventos que ha organizado a la sección correspondiente. Tampoco han subido ni una publicación, lo cual sin duda es muy negativo.

<sup>93</sup> Cámara de Comercio Hispano China. YouTube. Recuperado el 20 de junio de 2021 en: <https://www.youtube.com/channel/UCNXW6xPa0eHzFYv4c2sVV0A>

<sup>94</sup> Cámara de Comercio Hispano China. LinkedIn. Recuperado el 20 de junio de 2021 en: <https://www.linkedin.com/company/c-mara-de-comercio-hispano-china-/about/>



GRÁFICO 31. Fuente: Cámara de Comercio Hispano-china

En Twitter<sup>95</sup> la organización tiene 1.021 seguidores y sigue solo a 77 usuarios. La descripción es pobre, ya que no usa hashtags. Sí añaden ubicación en Madrid y el enlace a su sitio web. La cuenta fue creada en marzo de 2012. Esta red social también parece bastante abandonada, ya que su última publicación es del 6 de junio de 2017. Sus tuits no están muy bien ejecutados: no mencionan a otros usuarios, no utilizan hashtags y tampoco adjuntan ninguna imagen o vídeo para dar dinamismo o interés al tuit. No tienen muchas interacciones.

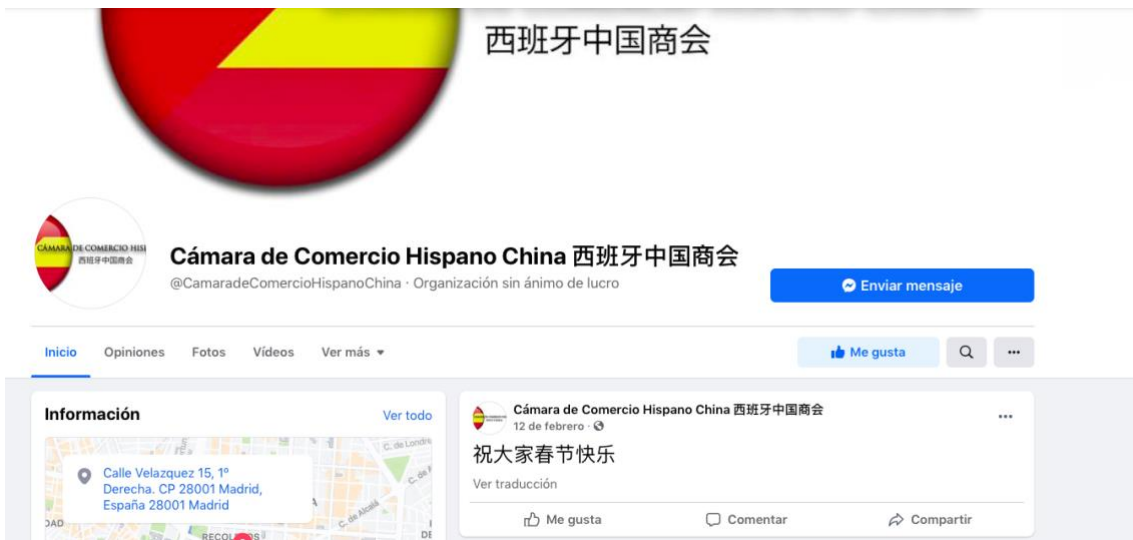


GRÁFICO 32. Fuente: Cámara de Comercio Hispano-china

<sup>95</sup> *Cámara Hispano China*. Twitter. Recuperado el 20 de junio de 2021 en: <https://twitter.com/camhispanochina>

Finalmente, en Facebook<sup>96</sup>, a 1762 personas les gusta el perfil y 1873 lo siguen. Además, la cuenta ha añadido tanto el enlace a la web como el número de teléfono, e-mail de contacto y horario (lunes y viernes de 9:00 a 18:00 horas). A diferencia del resto de redes sociales de la Cámara de Comercio Hispano-china, este perfil es algo más activo. La última publicación es del 12 de febrero de 2021, aunque la anterior es del 30 de abril de 2020. Por lo tanto, esta cuenta también está bastante abandonada.

## 2.6 La comunicación de crisis en relación marca-país

Los Estados y las empresas tienen muchas cosas en común, y en especial: ambas tienen que salvaguardar su imagen y reputación dentro y fuera de sus fronteras o instalaciones, respectivamente. Por esta razón, a lo largo del análisis de la comunicación de la crisis de 2008 y 2020 – próximo apartado –, se tendrán en cuenta metodologías aplicadas a la comunicación de crisis en empresas, para analizar lo ocurrido y ejecutado por los países involucrados en este TFG: España e Israel.

Antes de continuar, cabe diferenciar entre imagen y reputación. La doctora Ana M<sup>a</sup> Enrique Jiménez en su tesis doctoral: “La comunicación empresarial en situaciones de crisis” destaca tres diferencias fundamentales: el origen, el “carácter estructural y permanente en el tiempo de la reputación frente al carácter más coyuntural y episódico de la imagen”<sup>97</sup> y la mayor dificultad en la evaluación de la imagen corporativa frente a la reputación.

De este modo, la comunicación de crisis económica, política y/o social es fundamental, también para los países, los cuales viven de su imagen y la diplomacia para conseguir llegar a acuerdos fructíferos con otras Administraciones. Obviamente los datos objetivos también son relevantes a la hora de hacer negocios entre países, pero no tan determinantes. Y es que “sea cuál sea el nivel de vulnerabilidad, lo que está claro para

---

<sup>96</sup> Cámara de Comercio Hispano China. Facebook. Recuperado el 20 de junio de 2021 en: <https://www.facebook.com/CamaradeComercioHispanoChina/>

<sup>97</sup> Enrique, A. M. (Septiembre 2007). *Tesis Doctoral: La comunicación empresarial en situaciones de crisis. Estudio de caso: La crisis de Fontaneda*. Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat.

cualquier organización es que sufrir una crisis puede suponer la pérdida de crédito, de imagen y reputación, poniendo en peligro su propia supervivencia o comprometiendo su futuro.”<sup>98</sup>

Una crisis de imagen se produce cuando hay un cambio repentino e inesperado, que pone en peligro el equilibrio natural interno y externo de la organización y, por lo tanto, compromete la percepción que tiene su público sobre la empresa. Ante esta situación, el departamento de comunicación de crisis deberá gestionar – con la información que tiene – la situación, teniendo con mayor aliado y/o enemigo a los medios de comunicación, creadores de opinión pública. El buen manejo de los canales de comunicación, teniendo en cuenta todos los factores implicados en la crisis, es clave para salir del problema de la manera que menos perjudique a la reputación de la compañía, que ha costado años consolidar. Una excelente reputación ha necesitado de años de buena conducta, honestidad, transparencia y credibilidad; aunque también es de mucha coherencia y consistencia a lo largo del tiempo. “Se la construye con el ejemplo y ese ejemplo constituye la base de la experiencia directa o indirecta de esos valores que los individuos terminan procesando en una alquimia social manifestada en una actitud colectiva de admiración, respeto y confianza de la cual deviene la autoridad tácita de quien goza de una muy buena reputación. La reputación, mala o buena, no se fabrica, se gana.”<sup>99</sup>, ha asegurado Ana M<sup>a</sup> Enrique Jiménez en su tesis doctoral.

Tanto antes como después de una crisis de comunicación, la empresa debe realizar un Plan de Comunicación de Crisis donde desarrollar una estrategia tanto a corto como largo plazo para responder de manera rápida y eficaz a los retos que supone esta situación inesperada contra la imagen de la marca. “El plan de comunicación de crisis debe establecer los procedimientos de acción y las líneas de responsabilidad para manejar toda la información disponible, controlando que la que suministre sea cierta y contrastada y sabiendo responder con precisión y seguridad a los periodistas de los diferentes medios.”<sup>100</sup>.

---

<sup>98</sup> Enrique, A. M. (Septiembre 2007). *Tesis Doctoral: La comunicación empresarial en situaciones de crisis. Estudio de caso: La crisis de Fontaneda*. Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat.

<sup>99</sup> Enrique, A. M. (Septiembre 2007). *Tesis Doctoral: La comunicación empresarial en situaciones de crisis. Estudio de caso: La crisis de Fontaneda*. Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat.

<sup>100</sup> Pérez de Tudela, C. (1994). *La información en las catástrofes*. Editorial Mapfre: Madrid.

La comunicación de crisis también es capaz de contrarrestar la repercusión negativa posterior a una situación de crisis en la imagen corporativa de cualquier empresa, e incluso se puede intentar prevenir algunos de los perjuicios, a partir de una sólida y transparente comunicación a lo largo del tiempo. De todos modos, aunque la imagen de una empresa pueda salir dañada tras una crisis, existen casos, donde la amenaza se convierte en una oportunidad.

Una vez explicado y teniendo en cuenta que lo que se va a analizar a continuación son las consecuencias de dos crisis económicas fundamentalmente, aunque también de otras índoles. Así, será de gran utilidad lo presentado previamente para entender en mayor profundidad la relevancia que tiene la imagen y reputación de los países en sus intercambios comerciales y, en consecuencia, como esto tiene un impacto en la mejora o agravamiento de las crisis económicas.

## **2.7 Comunicación en tiempos de crisis: el impacto de la crisis de 2008 en las relaciones entre España e Israel**

Sin duda, las crisis son puntos de inflexión tanto para los países en sí como en sus relaciones con otros Estados. En un principio, estas situaciones son una amenaza para la estabilidad, sobre todo, de las relaciones económicas y sociales. Sin embargo, este cambio de horizonte puede convertirse en una oportunidad en la que, a partir de una mayor interrelación con algunos países, se convierta en un impulso hacia la recuperación económica para ambos.

Así, apoyando la tesis de este TFG, se procederá a analizar el impacto de las crisis económicas de 2008 y 2020 en las relaciones entre España e Israel, para proceder a analizar la influencia de la Cámara de Comercio Hispano-israelí en el desarrollo de políticas de diversa naturaleza (diplomática, económica...) más fructíferas entre ambos Estados.

### 2.7.1 El impacto de la crisis de 2008 en las relaciones entre España e Israel

Desde la década de los noventa y hasta algo antes de la crisis de 2008, los países en desarrollo junto con sus mercados emergentes experimentaron un equilibrio económico con tendencia al crecimiento del 44 al 53% del PIB. Por el contrario, las economías ya industrializadas comenzaron a experimentar un cierto declive, situándose en cifras inferiores a la marca crítica del 50%. Así, mientras el norte ‘sufría serios azotes’, muchas economías del sur experimentaron un respetable boom<sup>101</sup>. A principios de 2010, los primeros datos de las Naciones Unidas, Eurostat, etc. mostraban cómo caía el PIB de países como EE.UU. (-2,5%), Alemania (-5.0%), Francia (-2.2), Italia (-4.9), España (-3,6), Portugal (-2.7) y Japón (-5.4); mientras que países como China (+8,4%), India (+6%) o Indonesia (+4,5) veían cómo sus economías crecían.

Sin duda, el comercio internacional fue el gran perjudicado, llegando a sufrir un retroceso del -14.4%. Así, las economías con mayor orientación y ‘dependencia’ del comercio exterior: Alemania, Japón, Holanda y otras; fueron las más castigadas. Sin embargo, durante esta crisis, el sector exterior fue clave en la recuperación y crecimiento del PIB: entre 2008 y 2013, mientras que la demanda nacional era negativa, la demanda externa tuvo varias contribuciones positivas al desarrollo económico. “En 2009, 2011 y 2012 la demanda exterior tuvo una aportación muy significativa, de más de dos puntos, al crecimiento económico”<sup>102</sup>.

En el caso de España e Israel, aunque sus relaciones diplomáticas fueron aparentemente convulsas (operación Plomo Fundido y los 50 días de guerra en Gaza, entre otros), las relaciones económicas comenzaron a desarrollarse a un ritmo remarcable. En cinco años (de 2010 a 2015), las exportaciones de España crecieron desde escasos 750.000 euros hasta más de 1.250.000 euros. Dado que el Estado español exporta más que importa, la balanza comercial hispano-israelí se presenta superavitaria para España.

---

<sup>101</sup> Lafuente, F. (2012). *Aspectos del comercio exterior*. B - EUMED. Recuperado el 28 de junio de 2021 en: [http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/elibros\\_internet/55760.pdf](http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/elibros_internet/55760.pdf)

<sup>102</sup> Fanjul, E. (17 de diciembre de 2020). *Impulsar el sector exterior español en tiempos de pandemia*. Real Instituto Elcano. Recogido el 4 de abril de 2021 en: [http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano\\_es/contenido?WCM\\_GLOBAL\\_CONTEXT=/elcano/elcano\\_es/observatoriomarcaspana/ome3-2013\\_abad\\_ome\\_gestion\\_crisis\\_imagen\\_reputacion](http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_es/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/observatoriomarcaspana/ome3-2013_abad_ome_gestion_crisis_imagen_reputacion)



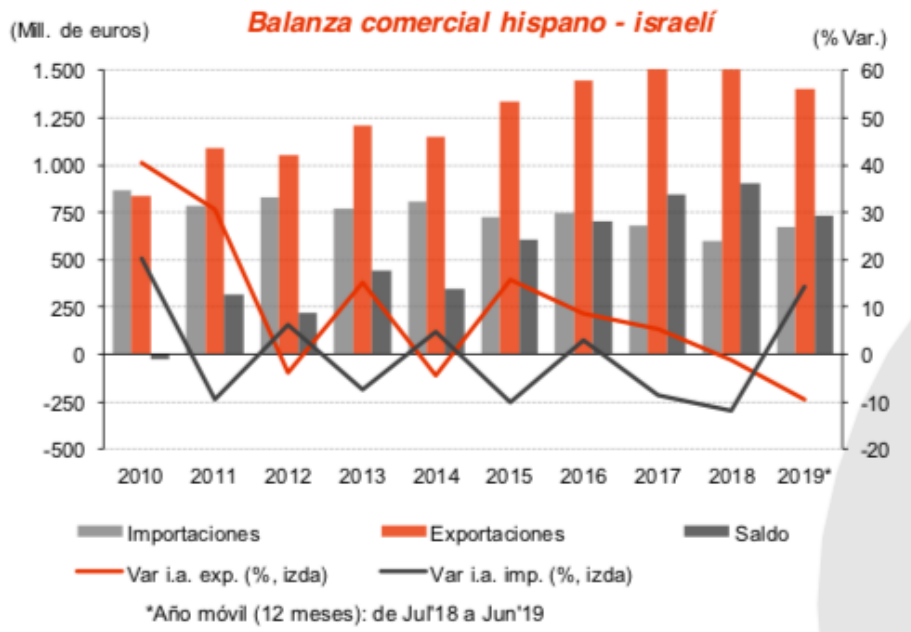


GRÁFICO 33. Fuente: Unicomex (Datos: Datacomex)

Por todo ello se concluye que la crisis económica no ha tenido un impacto en las relaciones comerciales entre España e Israel como quizás sí ha ocurrido durante otras crisis diplomáticas ya mencionadas en el apartado de relaciones diplomáticas entre España e Israel.

### 2.7.2 Crisis 2020: las consecuencias de la pandemia por COVID en las relaciones entre España e Israel

Antes de proceder a analizar el caso del colapso económico derivado de la crisis del coronavirus, hay que tener en cuenta que el desastre económico fue impredecible – en cierto modo, las crisis económicas pueden ser anticipadas por los economistas que estudian los flujos del mercado –, desestabilizador para la población por las cuarentenas y puso al límite a los gobiernos en su tomar decisiones (menor tiempo de reacción). Otro aspecto a tener en cuenta es la singularidad de esta crisis por su “carácter global y cuyo público es el conjunto de la población”<sup>103</sup>.

El Fondo Monetario Internacional ha cifrado el desplome de las exportaciones españolas en un 25,5% en 2020 y una caída de las importaciones similar (-22,3%). Así, el organismo

<sup>103</sup> Crespo, I. & Garrido, A. (Abril 2020). *La pandemia del coronavirus: Estrategias de comunicación de crisis*. Más Poder local. ISSN: 2172-0223. Número 41.

señala a España como la economía más golpeada por la crisis sanitaria<sup>104</sup>. Sin embargo, el organismo económico prevé que, dada la mejora de la situación sanitaria global en 2021, esta situación se va a revertir: crecimiento de las exportaciones en un 10,1% e importaciones en un 10,6%<sup>105</sup>.

Por el contrario, Israel ha destacado durante toda la pandemia por su gran gestión de la crisis y rápida puesta en marcha de la vacunación masiva. Por ello, Manuel Javier Arce, en su artículo en la revista “El Exportador”: Israel, tecnología y eficacia contra la pandemia; augura al Estado judío “una sobresaliente recuperación hacia el final de este mismo año 2021”<sup>106</sup>.

Durante este periodo de crisis, las relaciones económicas y comerciales han sido estables. El interés mutuo sobre los productos que ofrecen ambos mercados va en aumento. En los últimos años, la exportación española de artículo de cerámica, vehículos o plásticos ha crecido de manera constante. Se prevé que, tras el colapso provocado por la pandemia del coronavirus, un aumento de las importaciones israelíes de bienes industriales intermedios y del hogar, lo cual es una gran oportunidad para España, dada su experiencia en el sector. El mercado español también podría beneficiarse de las necesidades de Israel de invertir en “obras públicas, la construcción de infraestructuras, la gestión de residuos o el aprovechamiento de energías renovables, sectores en los que las firmas españolas pueden aportar su amplia experiencia internacional”<sup>107</sup>. Por otro lado, los productos de sectores de alta tecnología, donde Israel tiene una gran especialización y protagonismo, puede ser un potencial mercado a explotar, demandar o sobre el establecer acuerdos de cooperación entre Madrid y Tel Aviv.

---

<sup>104</sup> Doncel, L. (13 de octubre de 2020). *El FMI señala a España como la economía más golpeada por el coronavirus*. El País. Recuperado el 1 de julio de 2021 en: <https://elpais.com/economia/2020-10-13/el-fmi-senala-a-espana-como-la-economia-mas-golpeada-por-el-coronavirus.html>

<sup>105</sup> Banco Santander. (Junio 2021). *Cifras del comercio exterior en España*. Banco Santander S.A. Recuperado el 26 de junio de 2021 en: <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/espana/cifras-comercio-exterior>

<sup>106</sup> Arce, M.J. (Febrero de 2021). *Israel, tecnología y eficacia contra la pandemia*. El Exportador, ICEX. Recuperado el 1 de julio de 2021 en: [https://www.icex.es/icex/wcm/idc/groups/public/documents/documento\\_anexo/mdix/odc1/~edi\\_sp/dax2021875842.pdf](https://www.icex.es/icex/wcm/idc/groups/public/documents/documento_anexo/mdix/odc1/~edi_sp/dax2021875842.pdf)

<sup>107</sup> Arce, M.J. (Febrero de 2021). *Israel, tecnología y eficacia contra la pandemia*. El Exportador, ICEX. Recuperado el 1 de julio de 2021 en: [https://www.icex.es/icex/wcm/idc/groups/public/documents/documento\\_anexo/mdix/odc1/~edi\\_sp/dax2021875842.pdf](https://www.icex.es/icex/wcm/idc/groups/public/documents/documento_anexo/mdix/odc1/~edi_sp/dax2021875842.pdf)

En conclusión, la crisis de 2020 puede tomarse como una oportunidad para expandir y promover el comercio entre el Estado español e israelí. En ambos casos, esto sería muy beneficioso, ya que los dos necesitan de bienes y servicios en lo que el otro país tiene una gran experiencia y renombre a nivel mundial.

## **2.8 Desarrollo de la comunicación futura: Aportaciones a la Cámara de Comercio Hispano-israelí**

La Cámara de Comercio Hispano-israelí deberá realizar numerosas modificaciones a su plan de comunicación si quiere convertirse en una entidad clave durante el proceso de recuperación económica de Israel y España tras la crisis del COVID-19. Así, a continuación, se desarrollarán los cambios fundamentales que deberá ejecutar la entidad en el futuro para mejorar su comunicación externa:

- Crear una newsletter trimestral con contenido variado: actualidad comercial, noticias relevantes sobre España e Israel y oportunidades de negocio, por ejemplo.
- Publicar de manera más periódica en la web.
- Redactar tanto convocatorias como notas de prensa y publicarlas en la página web. Este contenido también debería ser difundido a través de todas las redes sociales de la entidad.
- Traducir la web al inglés (lengua de negocios en Israel) y al hebreo (idioma oficial del Estado judío).
- Promover una mayor comunicación bidireccional, aportando más facilidades para que el usuario pueda contactar con la Cámara de Comercio, y añadir tanto en el sitio web como en las redes sociales: un número de teléfono y correo electrónico para ampliar información.
- Coordinar las redes sociales y mostrar una imagen uniforme de la organización, pero no por ello publicar el mismo contenido en todas. Más bien se trataría de subir información adaptada al público objetivo al que se quieran dirigir en cada red social.

- Crear una cuenta de Instagram, que es la quinta red social más utilizada por las medianas y grandes empresas, con un 55% de los encuestados, según datos del EAE Business School<sup>108</sup>.
- Publicar diariamente en todas las redes sociales y seguir a usuarios que pueden ser de interés para los cometidos de la entidad: sus socios, instituciones públicas españolas e israelíes, medios de comunicación... Especialmente retomar esto en Facebook (red social utilizada por el 96% de las medianas y grandes empresas) y Twitter (en segunda posición con un 71% de los encuestados)<sup>109</sup>.

### 3. Conclusión

Tal y como afirma Enrique Fanjul, profesor del Máster en Relaciones Internacionales en la Universidad CEU San Pablo, en su artículo para el Real Instituto Elcano: Impulsar el sector exterior español en tiempo de pandemia: “El sector exterior ha vuelto a demostrar como en crisis anteriores, su importancia capital para nuestra economía, ya que las empresas internacionalizadas no solo han demostrado ser más resilientes, sino también más competitivas. Le corresponde al sector exterior volver a ser una palanca clave de recuperación”<sup>110</sup>. De este modo, la crisis COVID-19 podría ser, como ya se ha dicho en repetidas ocasiones a lo largo de este TFG, un punto de inflexión a aprovechar por España e Israel para profundizar en sus relaciones comerciales, sobre todo porque “tres de cada cuatro empresas (77%) están explorando nuevas oportunidades”<sup>111</sup> de negocio.

Por todo esto, la Cámara de Comercio Hispano-israelí tiene un papel aún más fundamental que el que ya tuvo en la crisis de 2008. Todo este crecimiento, al mismo

---

<sup>108</sup> Retos directivos. (23 de abril de 2021). *Las redes sociales más usadas por las empresas*. EAE Business School. Recuperado el 1 de julio de 2021 en: <https://retos-directivos.eae.es/las-redes-sociales-mas-usadas-por-medianas-y-grandes-empresas/>

<sup>109</sup> Retos directivos. (23 de abril de 2021). *Las redes sociales más usadas por las empresas*. EAE Business School. Recuperado el 1 de julio de 2021 en: <https://retos-directivos.eae.es/las-redes-sociales-mas-usadas-por-medianas-y-grandes-empresas/>

<sup>110</sup> Fanjul, E. (17 de diciembre de 2020). *Impulsar el sector exterior español en tiempos de pandemia*. Real Instituto Elcano. Recogido el 4 de abril de 2021 en: <https://blog.realinstitutoelcano.org/impulsar-el-sector-exterior-espanol-en-tiempos-de-pandemia/>

<sup>111</sup> Fanjul, E. (17 de diciembre de 2020). *Impulsar el sector exterior español en tiempos de pandemia*. Real Instituto Elcano. Recogido el 4 de abril de 2021 en: <https://blog.realinstitutoelcano.org/impulsar-el-sector-exterior-espanol-en-tiempos-de-pandemia/>

tiempo que desconocimiento sobre el funcionamiento de la legislación de España e Israel – respectivamente – y el proceso de internacionalización de una empresa, debe ser canalizado a través de una institución no gubernamental y sin fines de lucro para conseguir la mayor neutralidad posible en el procedimiento. Es entonces cuando esta entidad debe dar un paso adelante y ocupar esta posición. De este modo, la Cámara de Comercio Hispano-israelí también tendría un papel clave, de manera indirecta, en la mejora de las relaciones entre España e Israel y, todo ello, por la oportunidad que le ofrece la crisis de COVID-19.

Esto no implica que el proceso vaya a ser sencillo, pues la opinión pública y relaciones diplomáticas siempre han tendido a apoyar la causa Palestina y al mundo árabe en general. Así, como ya se anunciaba durante la Jornada España-Israel: 30 años de Hª compartida: “Quizás, uno de los principales desafíos de la diplomacia israelí en España (y también en otros lugares) es lograr que la sociedad española se forme una idea más amplia y abierta de la realidad de Israel más allá del conflicto”<sup>112</sup>. La historia común entre judíos y españoles podría ser un buen punto de unión para cambiar esta visión comúnmente extendida.

Además, la Cámara de Comercio Hispano-israelí debe realizar una profunda remodelación de su estrategia y crear un nuevo plan de comunicación: sus actividades prácticamente no las cubre la prensa, sus redes sociales están casi todas abandonadas y contactar con ellos es absolutamente imposible – al menos por la experiencia de la autora de este TFG.

Finalmente, la hipótesis ha quedado parcialmente demostrada pues, aunque en momentos de crisis esta entidad tiene potencial para convertirse en fundamental para una rápida y sólida recuperación económica, además de clave para el fortalecimiento de las relaciones diplomáticas, comerciales y socioculturales ya existentes entre España e Israel; todavía tiene mucho camino por recorrer y muchas nuevas prácticas a implementar.

---

<sup>112</sup> Embajada de Israel en España. (18 de febrero de 2016). *Jornada España-Israel: 30 años de Hª compartida*. Embajada de Israel en España. Recuperado el 13 de abril de 2021 en: <https://embassies.gov.il/madrid/NewsAndEvents/Pages/Jornada-Espana-Israel-30-años-de-historia-compartida.aspx>

#### 4. Bibliografía

##### ARTÍCULOS

CEBOLLOS, L. (2006). *Situación socio-económica de Israel y sus relaciones con España*.

CÓDOBA, A. (2011). *España, Israel y Palestina: pasado y presente de sus relaciones diplomáticas*.

CRESPO, I. & GARRIDO, A. (Abril 2020). *La pandemia del coronavirus: Estrategias de comunicación de crisis*. Más Poder local. ISSN: 2172-0223. Número 41.

HADAS, S., Roca, R., & Horcajo, X. (1986). *España e Israel deben recuperar el tiempo perdido*. Dossier-CIDOB, (14), 18-10. Recuperado el 11 de diciembre de 202 en: <http://www.jstor.org/stable/40592192>

HADAS, S. (2010). *Un legado para la Transición: Israel*.

Herrera, M.V & Arévalo, R. (2016). La gestión de la comunicación y las relaciones públicas en tiempos de transición. *Comhumanitas: Revista Científica de Comunicación*, 7(2), 92-119.

HUESCA, C. (2012). *Comercio Internacional*.

LERNER, I. & Madrona Fernández, A. *El español en Israel*.

MARQUINA, A. (1986). *La normalización de relaciones diplomáticas entre España e Israel*.

PORTERO, F. (2008). *Las relaciones hispano-israelíes*.

SALAS, O. *El papel de las cámaras de comercio en la transparencia del mercado*.

SELA, E. (2001). *Las relaciones España-Israel en el ámbito cultural*.

VELEZ, I. (2019). *Implementación del plan estratégico de promoción a los servicios internos de la cámara de comercio hispanocolombiana*.

WEBER, M. (2007). *España en el Mediterráneo: Entre las relaciones hispano-árabes y el reconocimiento del Estado de Israel*. Revista CIDOB D'Afers Internacionals, (79/80), 15-34. Recuperado el 11 de 2020 en: <http://www.jstor.org/stable/40586300>

## ENTREVISTAS

Lorca, A. (25 de junio de 2021). *Entrevista al ICEX Israel*.

Lorca, A. (25 de junio de 2021). *Entrevista a la Embajada de Israel*.

## LIBROS

Bernal Turnes, P. (2006). *Técnicas y prácticas del Comercio Exterior*. Dykinson, S.L. -Libros, Madrid.

Boronat, G. & Leotescu, R. (2017). *Guía práctica para la internacionalización de empresas*. Wolters Kluwer.

Cabezas, M.T. (2002). *Las cámaras de comercio, industria y navegación de España: naturaleza jurídica y funciones*. S.A. Atelier Libros.

Cantos, M. (1998). *Introducción al comercio internacional*. EDIUOC, Edicions de la Universitat Oberta de Catalunya, Edhasa, Barcelona.

Hidalgo, A. (2016). *España-Israel, 30 años de relaciones. Claves de conocimiento*. Aranzadi.

Lucio, J. (2018). *La internacionalización de la Empresa Española: Situación y propuestas*. Editorial Civitas.

Martínez, M. (1877). *Diccionario de la Administración Española*, Compilación de la Novísima Legislación de España Peninsular y Ultramarina. ALCUBILLA. 3.<sup>a</sup> edición, Tomo II, Madrid, 1877, pág. 10.

Martínez, M. (1892). *Diccionario de la Administración Española*. ALCUBILLA, 5.<sup>a</sup> edición, Tomo II, Madrid, págs.191 y sigs.

Nieto, A. (2002). *El último sefardí. Legado oral de los judíos expulsados de España*. Calamar Editorial.

Pérez de Tudela, C. (1994). *La información en las catástrofes*. Editorial Mapfre: Madrid.

Roldán, T., Jimeno, J.F. & de la Fuente, A. (2020). *La economía española en tiempo de pandemia: Una primera aproximación*. DEBATE.

Senor, D. & Singer, S. (2009). *Start up Nation: La historia del milagro económico de Israel*. Hachette Book Group USA.

Vegas, A. (2015). *La internacionalización de las grandes firmas españolas a través de adquisiciones.: Creación de valor y resiliencia a la crisis*. Síntesis.

### PÁGINAS WEB

Administrador. (2 de marzo de 2017). *Comercio Bilateral España Israel. España-Israel*. Cámara de Comercio e Industria. Recuperado el 1 de junio de 2021 en: <https://hispanoisraeli.com/comercio-bilateral/>

Administrador. (9 de julio de 2018). *Concluye la primera sesión del Ciclo de Encuentros Ageingnomics, organizado por MAPFRE y Deusto Business School*. España-Israel Cámara de Comercio e Industria. Recuperado el 3 de mayo de 2021 en: <https://hispanoisraeli.com/la-primera-sesion-del-ciclo-de-encuentros-ageingnomics-organizado-por-mapfre-y-deusto-business-school-concluye-que-la-economia-del-envejecimiento-requerira-nuevas-soluciones-de-movilidad/>

Administrador. (8 de marzo de 2021). *Todo el mundo utiliza tecnología israelí pero no lo sabe*. España Israel Cámara de Comercio e Industria. Recuperado el 20 de junio



de 2021 en: [https://hispanoisraeli.com/todo-el-mundo-utiliza-tecnologia-israeli-  
-pero-no-lo-sabe/](https://hispanoisraeli.com/todo-el-mundo-utiliza-tecnologia-israeli-<br/>-pero-no-lo-sabe/)

Afi. (Octubre 2019). *Ficha País 2019: Israel*. Afi. Recuperado el 27 de junio de 2021 en: [https://empresas.afi.es/ContentWeb/EmpresasUnicaja/israel/contenido\\_sidN\\_1\\_052233\\_sid2N\\_1052384\\_cidIL\\_768254\\_ctylL\\_139\\_scidN\\_768254\\_utN\\_3.aspx?axisU=informe.pdf](https://empresas.afi.es/ContentWeb/EmpresasUnicaja/israel/contenido_sidN_1_052233_sid2N_1052384_cidIL_768254_ctylL_139_scidN_768254_utN_3.aspx?axisU=informe.pdf)

Arce, M.J. (Febrero de 2021). *Israel, tecnología y eficacia contra la pandemia*. El Exportador, ICEX. Recuperado el 1 de julio de 2021 en: [https://www.icex.es/icex/wcm/idc/groups/public/documents/documento\\_anexo/mdix/odc1/~edisp/dax2021875842.pdf](https://www.icex.es/icex/wcm/idc/groups/public/documents/documento_anexo/mdix/odc1/~edisp/dax2021875842.pdf)

Ayllón, L. (4 de enero de 2017). *España-Israel: una relación beneficiosa, no exenta de tensiones*. ABC Internacional. Recogido el 27 de abril de 2021 en: [https://www.abc.es/internacional/abci-espana-israel-relacion-beneficiosa-no-exenta-tensiones-201701040211\\_noticia.html](https://www.abc.es/internacional/abci-espana-israel-relacion-beneficiosa-no-exenta-tensiones-201701040211_noticia.html)

Banco Santander. (Junio 2021). *Cifras del comercio exterior en España*. Banco Santander S.A. Recuperado el 26 de junio de 2021 en: <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/espana/cifras-comercio-exterior>

Banco Santander. (Junio 2021). *Cifras del comercio exterior en Israel*. Banco Santander S.A. Recuperado el 27 de junio de 2021 en: <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/israel/cifras-comercio-exterior>

Bernal Turnes, P. y Mercado Idoeta, C. (2015). *Técnicas y prácticas de comercio exterior*. Dykinson. <https://elibro.net/es/ereader/ufv/63122?page=46>

Blog Josemari Gorordo. (2010). *Normativa pre-constitucional: Creación y evolución de las Cámaras de Comercio, Industria y Navegación*. Recuperado el 22 de abril de 2021 en: <https://josemarigorordo.files.wordpress.com/2010/12/cap-3-c2ba.doc>

Bonilla, M. (8/10/2013). *Historia del comercio: Comercio electrónico*. Slideshare. Recuperado el 25 de abril de 2021 en:

<https://es.slideshare.net/MarcelaBonilla/historia-del-comercio-26996173>

Cabello, A. (01/04/2016). *Proteccionismo*. Economipedia.com. Recuperado el 22 de abril de 2021 en: <https://economipedia.com/definiciones/proteccionismo.html>

Calvo, J. (31 de julio de 2017). *La expulsión de los judíos*. La Vanguardia. Recuperado el 28 de junio de 2021 en: <https://www.lavanguardia.com/historiayvida/edad-moderna/20170713/47314433520/la-expulsion-de-los-judios.html>

Cámara de Comercio de España. (6 de abril de 2016). *¿Qué es y qué hace la Cámara de Comercio de España?* Recuperado el 17 de abril de 2021 en:

<https://www.camara.es/blog/creacion-de-empresas/que-es-y-que-hace-la-camara-de-comercio-de-espana>

Cámara de Comercio España Israel. (16 de febrero de 2021). *Gil Gidron: Israel ha tenido un éxito rotundo en la vacunación gracias a un sistema sanitario muy avanzado*.

España-Israel Cámara de Comercio e Industria. Recuperado el 20 de junio de 2021 en: <https://hispanoisraeli.com/gil-gidron-israel-ha-tenido-un-exito-rotundo-en-la-vacunacion-gracias-a-un-sistema-sanitario-muy-avanzado/>

Cámara de Comercio Hispano China. Facebook. Recuperado el 20 de junio de 2021 en:

<https://www.facebook.com/CamaradeComercioHispanoChina/>

Cámara de Comercio Hispano-China. *Inicio (Español)*. Cámara de Comercio Hispano China. Recuperado el 1 de julio de 2021 en: <https://www.camarahispanochina.es>

Cámara de Comercio Hispano China. LinkedIn. Recuperado el 20 de junio de 2021 en:

<https://www.linkedin.com/company/c-mara-de-comercio-hispano-china-/about/>

Cámara de Comercio Hispano China. YouTube. Recuperado el 20 de junio de 2021 en:

<https://www.youtube.com/channel/UCNXW6xPa0eHzFYv4c2sVVoA>

*Cámara Hispano China*. Twitter. Recuperado el 20 de junio de 2021 en:

<https://twitter.com/camhispanochina>

*Cámara Franco-Española*. LinkedIn. Recuperado el 20 de junio de 2021 en:

<https://www.linkedin.com/company/lachambre/>

*Cámara Franco-Española*. Twitter. Recuperado el 20 de junio de 2021 en:

[https://twitter.com/LachambreEsp?ref\\_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor](https://twitter.com/LachambreEsp?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor)

*Cámara Franco-Española de Comercio e Industria*. YouTube. Recogido el 20 de junio de 2021 en:

[https://www.youtube.com/channel/UCecRuiEYohKg7VMpLAW8hSQ?view\\_as=subscriber](https://www.youtube.com/channel/UCecRuiEYohKg7VMpLAW8hSQ?view_as=subscriber)

*Cámara de Comercio Hispano Israelí*. Facebook. Recuperado el 1 de junio de 2021 en:

<https://www.facebook.com/CamaraDeComercioHispanoIsraelí>

*Cámara de Comercio Hispano-israelí*. (2020). *Historia Común, Futuro Compartido*.

Recogido en: <https://hispanoisraeli.com/quienes-somos/>

*Cámara de Comercio Hispano Israelí*. LinkedIn. Recuperado el 1 de junio de 2021 en:

<https://www.linkedin.com/company/cámaradecomerciohispanoisrael%C3%AD/>

*Cámara de Comercio Hispano Israelí*. Twitter. Recuperado el 1 de junio de 2021 en:

<https://twitter.com/hispanoisraeli>

*Cci\_franco\_espanola*. Instagram. Recuperado el 1 de junio de 2021 en:

[https://www.instagram.com/cci\\_franco\\_espanola/?hl=es](https://www.instagram.com/cci_franco_espanola/?hl=es)

CCIE. *Cámara de Comercio Israel-España*. CCIE. Recuperado el 8 de mayo de 2021 en:

<https://www.ccie.org.il/>

CIC Comillas ICAI. (enero de 2021). *Publicaciones*. LinkedIn. Recuperado el 3 de mayo de 2021 en:

<https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:6763021254598393856/>

Council of Ministers. (7 – 18 de julio de 1978). *Resolutions of the Council of Ministers adopted at its thirty-first ordinary session and approved by the fifteenth ordinary session of the Assembly of heads of state and government*. Unión Africana. Recuperado el 6 de junio de 2021 en:

[https://au.int/sites/default/files/decisions/9584-council\\_en\\_7\\_18\\_july\\_1978\\_council\\_ministers\\_thirtieth\\_first\\_ordinary\\_session.pdf](https://au.int/sites/default/files/decisions/9584-council_en_7_18_july_1978_council_ministers_thirtieth_first_ordinary_session.pdf)

Comunicación Corporativa. (5/11/2018). *Hablemos del Origen: ¿Cómo surge el comercio mundial?*. Hablemos de Bolsa. Recogido en:

<https://blog.bmv.com.mx/2018/11/hablemos-del-origen-como-surge-el-comercio-mundial/>

Doncel, L. (13 de octubre de 2020). *El FMI señala a España como la economía más golpeada por el coronavirus*. El País. Recuperado el 1 de julio de 2021 en:

<https://elpais.com/economia/2020-10-13/el-fmi-senala-a-espana-como-la-economia-mas-golpeada-por-el-coronavirus.html>

Efficy. *¿Un e-mailing? Esta es su definición*. Efficy. Recuperado el 10 de junio de 2021 en: <https://www.efficy.com/es/definiciones/emailing/>

El exportador. (2021). *Revista para la internacionalización*. ICEX. Recuperado el 2 de junio de 2021 en: <https://www.icex.es/icex/es/Navegacion-zona-contacto/revista-el-exportador/en-cifras/index.html#seccion5>

El País. (31/03/2002). *Israel perpetuará el cerco a Arafat y extenderá a otras ciudades*. El País. Recogido el 27 de abril de 2021 en:

[https://elpais.com/internacional/2002/03/31/actualidad/1017529201\\_850215.htm](https://elpais.com/internacional/2002/03/31/actualidad/1017529201_850215.htm)

1

El Orden Mundial. (2 de julio de 2019). *¿Cuál es la diferencia entre una embajada y un consulado?* El Orden Mundial. Recuperado el 18 de abril de 2021 en: <https://elordenmundial.com/cual-es-la-diferencia-entre-una-embajada-y-un-consulado/>

Embajada de Israel en España. *Acuerdos Bilaterales*. Embajada de Israel en España. Recuperado el 12 de junio de 2021 en: <https://embassies.gov.il/madrid/Relations/Pages/Acuerdos%20Bilaterales.aspx>

Embajada de Israel en España. (18 de febrero de 2016). *Jornada España-Israel: 30 años de Hª compartida*. Embajada de Israel en España. Recuperado el 13 de abril de 2021 en: <https://embassies.gov.il/madrid/NewsAndEvents/Pages/Jornada-Espana-Israel-30-años-de-historia-compartida.aspx>

Embajada de Israel en España. (9 de abril de 2021). *Proyecto educativo “Las Musas y las Estrellas”*. Embajada de Israel en España. Recuperado el 18 de junio de 2021 en: <https://embassies.gov.il/madrid/NewsAndEvents/Pages/Proyecto-educativo-Las-Musas-y-las-Estrellas.aspx#p>

Embajada de Israel en España. (14 de abril de 2021). *Sorteo de Yom Haatzmaut*. Embajada de Israel en España. Recuperado el 18 de junio de 2021 en: <https://embassies.gov.il/madrid/NewsAndEvents/Pages/Sorteo-de-Yom-Haatzmaut.aspx#p>

Emergui, S. (11 de octubre de 2016). *Luna de miel económica entre España e Israel*. El Mundo. Recuperado el 26 de abril de 2021 en: <https://www.elmundo.es/economia/2016/10/11/57f69c1922601d2b448b4626.html>

EmprendeRioja. (28 de marzo de 2016). *Cómo diferenciar una newsletter, de un mailing y de un email marketing*. EmprendeRioja. Recuperado el 20 de junio de 2021 en: <http://emprenderioja.es/blog/2016/03/28/como-diferenciar-una-newsletter-de-un-mailing-y-de-un-email-marketing/>

Enrique, A. M. (Septiembre 2007). *Tesis Doctoral: La comunicación empresarial en situaciones de crisis. Estudio de caso: La crisis de Fontaneda*. Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat.

España-Israel Cámara de Comercio e Industria. *Encuentro digital “vacunación frente a la COVID-19: Un desafío asistencial y logístico. Israel: Un caso de éxito*. España Israel Cámara de Comercio e Industria. Recuperado el 3 de mayo de 2021 en: <https://hispanoisraeli.com/events/encuentro-digital-vacunacion-frente-a-la-covid-19-un-desafio-asistencial-y-logistico-israel-un-caso-de-exito/>

España-Israel Cámara de Comercio e Industria. *Historia Común, Futuro Compartido*. La Cámara de Comercio e Industria España Israel. Recuperado el 4 de mayo de 2021 en: <https://hispanoisraeli.com/quienes-somos/>

España-Israel Cámara de comercio e Industria. *La innovación es el futuro: Bienvenidos a la Cámara de Comercio Hispano-israelí*. España-Israel Cámara de comercio e Industria. Recuperado el 2 demayo de 2021 en: <https://hispanoisraeli.com>

España-Israel Cámara de Comercio e Industria. *Mujeres en ciberseguridad, acortando la brecha de género*. España-Israel Cámara de Comercio e Industria. Recuperado el 3 de mayo de 2021 en: <https://hispanoisraeli.com/events/mujeres-en-el-campo-de-la-ciberseguridad-acortando-la-brecha-de-genero/>

Europa Press. (21 de mayo de 2020). *Moreno ve “esencial” el papel de las Cámaras de Comercio para reactivar la economía*. Europa Press. Recogido de: <https://www.europapress.es/andalucia/noticia-moreno-ve-esencial-papel-camaras-comercio-reactivar-economia-20200521154247.html>

Fanjul, E. (17 de diciembre de 2020). *Impulsar el sector exterior español en tiempos de pandemia*. Real Instituto Elcano. Recogido el 4 de abril de 2021 en: <https://blog.realinstitutoelcano.org/impulsar-el-sector-exterior-espanol-en-tiempos-de-pandemia/>

FMI. (Noviembre 2001). *La liberalización del comercio mundial y los países en desarrollo*. Fondo Monetario Internacional. Recuperado el 30 de junio de 2021 en: <https://www.imf.org/external/np/exr/ib/2001/esl/110801s.htm>

Foro Hispano-israelí para la Cooperación. *Foro para la Cooperación cultural, económica, tecnológica y de innovación entre España e Israel*. Foro Hispano-israelí para la Cooperación. Recuperado el 8 de mayo de 2021 en: <https://www.forohispanoisraeli.com/>

Foxize. *¿Qué es el email marketing y para qué sirve?* Foxize. Recuperado el 20 de junio de 2021 en: <https://www.foxize.com/blog/que-es-el-email-marketing-y-para-que-sirve/>

Gestion.Org. *La gestión del conocimiento en las organizaciones*. Gestion.Org. Recuperado el 20 de abril de 2021 en: <https://www.gestion.org/la-gestion-del-conocimiento-en-las-organizaciones/>

Hernández San Juan, B. (16 de junio de 2021). *Informe trimestral de comercio exterior: Primer trimestre de 2021*. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Recuperado el 27 de junio de 2021 en: [https://comercio.gob.es/ImportacionExportacion/Informes\\_Estadisticas/Documentos/informe-trimestral/Comex-Trimestral-ultimo-periodo.pdf](https://comercio.gob.es/ImportacionExportacion/Informes_Estadisticas/Documentos/informe-trimestral/Comex-Trimestral-ultimo-periodo.pdf)

Hervás, I. (31 de agosto de 2019). *Los primeros judíos en España*. La Vanguardia. Recuperado el 1 de junio de 2021 en: <https://www.lavanguardia.com/historiayvida/historia-antigua/20190828/47310058997/los-primeros-judios-en-espana.html>

ICEX. (2020). *Israel*. Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior. Recogido de: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/portada/index.html?idPais=IL>

ICEX. (2020). *Relaciones bilaterales*. Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior. Recogido de: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/relaciones-bilaterales/index.html?idPais=IL#1>

Jesuïtes educación. (15 de octubre de 2020). *¿Cuál es la diferencia entre comercio internacional y exterior?* Jesuïtes educación. Recuperado el 23 de abril de 2021 en: <https://fp.uoc.fje.edu/blog/cual-es-la-diferencia-entre-comercio-internacional-y-exterior/>

La Chambre. *¿Quiénes somos?* CCI France Espagne: Cámara Franco-española. Recuperado el 1 de junio de 2021 en: <https://www.lachambre.es/quienes-somos/quienes-somos.html>

Lafuente, F. (2012). *Aspectos del comercio exterior*. B - EUMED. Recuperado el 28 de junio de 2021 en: [http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/elibros\\_internet/55760.pdf](http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/elibros_internet/55760.pdf)

La Moncloa. (19 de noviembre de 2014). *Boletín de Prensa Nacional*. La Moncloa. Recuperado el 23 de junio de 2021 en: <https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/boln/Paginas/2014/boln2014119.aspx>

Lisbona, J.A. (16 de enero de 2016). *España-Israel: Unas relaciones condicionadas por el conflicto*. The Diplomat in Spain. Recogido el 27 de abril de 2021 en: <https://thediplomatinspain.com/2016/01/espana-israel-unas-relaciones-condicionadas-por-el-conflicto/>

Marquina, A. (Octubre-diciembre 1986). *La normalización de relaciones diplomáticas entre España e Israel*. Revista de Estudios Internacionales Vol. 7, Núm. 4. Recuperado el 7 de junio de 2021 en:



<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiq0tr8gobxAhXPzoUKHX2gDP4QFjABegQIAxAD&url=https%3A%2F%2Fdialog.net.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F2494769.pdf&usq=AOvVaw2V9DkAnKPgT6JQnCFoBdw8>

Ministerio de Asuntos Exteriores. (3 de agosto de 2015). *Ley de nacionalidad española para sefardíes*. Gobierno de España. Recuperado el 30 de junio de 2021 en: <http://www.exteriores.gob.es/Consulados/SANFRANCISCO/es/Consulado/Paginas/Articulos/Leynacionalidadespañolasefard%C3%ADes.aspx>

Ministerio de Asuntos Exteriores de España. (12 de mayo de 2014). *Relaciones económicas y empresariales España-Israel*. Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Recuperado el 18 de junio de 2021 en: [http://www.exteriores.gob.es/Embajadas/TELAIVIV/es/Noticias/Paginas/Articulos/20140512\\_NOT1.aspx](http://www.exteriores.gob.es/Embajadas/TELAIVIV/es/Noticias/Paginas/Articulos/20140512_NOT1.aspx)

Ministerio de Asuntos Exteriores de Israel. (30 de mayo de 1989). *Convenio entre el Estado de Israel y el Reino de España para el mutuo reconocimiento y la ejecución de sentencias en materia civil y mercantil*. Ministerio de Asuntos Exteriores de Israel. Recuperado el 12 de junio de 2021 en: <https://mfa.gov.il/Style%20Library/AmanotPdf/4-18202-3799.pdf>

Oficina de Información Diplomática. (Febrero de 2021). *Ficha país: Estado de Israel*. Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Recuperado el 22 de junio de 2021 en: [http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/israel\\_ficha%20pais.pdf](http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/israel_ficha%20pais.pdf)

Oficina Económica y Comercial de España en Tel Aviv. (Mayo 2020). *Informe económico y comercial: Israel*. Oficina Económica y Comercial de España en Tel Aviv. Recuperado el 21 de junio de 2021 en: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/inf-economico-comercial-israel-2020-doc2021871540.html?idPais=IL>

Olivie, I. (Noviembre 2020). *La globalización en tiempos de pandemia*. Real Instituto Elcano. Recuperado el 15 de diciembre de 2020 en:

[http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano\\_es/contenido?WCM\\_GLOBAL\\_CONTEXT=/elcano/elcano\\_es/especiales/indiceelcanopresenciaglobal/olivie-la-globalizacion-en-tiempos-depandemia](http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_es/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/especiales/indiceelcanopresenciaglobal/olivie-la-globalizacion-en-tiempos-depandemia)

Parón, C. (23 de abril de 2018). *El tenso equilibrio entre España e Israel*. El Orden Mundial. Recogido el 26 de abril de 2021 en: <https://elordenmundial.com/el-tenso-equilibrio-entre-espana-e-israel/>

Pinilla Barcelona, J. (2018). *Manual técnico de comercio exterior*. Bubok Publishing S.L. <https://elibro.net/es/ereader/ufv/51211?page=304>

Presidencia del Gobierno. (17 de febrero de 2016). *Conmemoración del XXX aniversario del establecimiento de relaciones con el Estado de Israel*. Gobierno de España. Recuperado el 15 de junio de 2021 en: <https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/maec/Paginas/2016/170216spanaisrael.aspx>

PRSA. *About Public Relations*. PRSA. Recuperado el 3 de mayo de 2021 en: <https://www.prsa.org/about/all-about-pr>

Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior. *Israel*. ICEX. Recuperado el 17 de abril de 2021 en: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/portada/index.html?idPais=IL>

Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior. *Israel: Información del mercado*. ICEX Israel. Recuperado el 27 de junio de 2021 en: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/informacion-economica-y-comercial/informacion-del-mercado/index.html?idPais=IL#>

Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en Exterior. *Israel: Régimen arancelario y reglamentación*. ICEX Israel. Recuperado el 28 de junio de 2021 en: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/exportar-a/acceso-al-mercado/regimen-arancelario-y-reglamentacion/index.html?idPais=IL>

Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior. *Israel: Relaciones económicas internacionales*. ICEX Israel. Recuperado el 27 de junio de 2021 en: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/informacion-economica-y-comercial/relaciones-economicas-internacionales/index.html?idPais=IL>

Ryte Wiki. *Tiempo de Permanencia*. Ryte Wiki. Recuperado el 27 de junio de 2021 en: [https://es.ryte.com/wiki/Tiempo\\_de\\_Permanencia](https://es.ryte.com/wiki/Tiempo_de_Permanencia)

Sanz, J.C. (7 de noviembre de 2017). *Cinco semanas de tibia y ambivalente respuesta de Israel a la crisis en Cataluña*. El País. Recogido el 23 de junio de 2021 en: [https://elpais.com/politica/2017/11/07/actualidad/1510052587\\_176393.html](https://elpais.com/politica/2017/11/07/actualidad/1510052587_176393.html)

Sanz, J.C. (9 de diciembre de 2020). *España tiende puentes con Israel tras un prolongado distanciamiento por Cataluña y las crisis políticas*. El País. Recuperado el 23 de junio de 2021 en: <https://elpais.com/espana/2020-12-08/espana-tiende-puentes-con-israel-tras-un-prolongado-distanciamiento-por-cataluna-y-las-crisis-politicas.html>

U.S. News. (2020). Israel. U.S. News. Recuperado el 1 de julio de 2021 en: <https://www.usnews.com/news/best-countries/israel>

Ventura, I. (1890). *Reglamento de la cámara oficial de comercio e industria de Granada*. Granada. Recuperado el 30 de junio de 2021 en:

[https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/52038/C-001-057%20\(59\).pdf?sequence=1](https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/52038/C-001-057%20(59).pdf?sequence=1)

Wigmore, I. (Julio 2013). *Public Relations Society of America (PRSA)*. WhatIs.com.

Recuperado el 2 de mayo de 2021 en:

<https://whatis.techtarget.com/definition/Public-Relations-Society-of-America-PRSA>

Wikcionario Economía. (21 de octubre de 2016). *¿Qué es la PRSA?... ¿Qué es una empresa de servicio público? ... Economía > Multiposts*. Wikcionario

Economía. Recuperado el 2 de mayo de 2021 en:

<https://dicionarioeconomia.blogspot.com/2016/10/que-es-la-prsa-que-es-una-empresa-de.html>

## 5. Anexos

### Entrevista a la Embajada de Israel en España

1. **¿Qué papel juegan las instituciones sin ánimo de lucro, como la Cámara de Comercio Hispano-israelí, en la mejora de las relaciones (diplomáticas, económicas, socio-culturales...) entre España e Israel?**

Este tipo de instituciones son muy importantes porque colaboran con el acercamiento de Israel, tanto a la población civil como a instituciones, sobre temas específicos.

2. **La Embajada de Israel en España colabora, junto con el Centro Sefarad-Israel, Women 4Cyber y la Cámara de Comercio Hispano-israelí, en el webinar: ¿Por qué nos debe importar la ciberseguridad? Una visión desde España e Israel; que tendrá lugar mañana (23 de junio de 2021). ¿Colaboran frecuentemente con la Cámara de Comercio Hispano-israelí? ¿Qué proyectos destacarían? ¿Consideran positivo este tipo de colaboraciones?**

La ciberseguridad es muy importante porque nos protege a todos. Todos estamos expuestos a este tipo de ataques. De hecho se habla que las próximas guerras serán cibernéticas.

A lo largo de los años hemos tenido una colaboración muy fluida con la Cámara de Comercio Hispano-israelí. De estas colaboraciones han dado fruto proyectos muy bonitos.

3. **Este año se cumplen 35 años desde el establecimiento oficial de relaciones entre España e Israel. Los vínculos entre ambos Estados no han destacado quizás por ser estables, pero sí fructíferos. ¿Van a organizar algún acto conmemorativo como sí lo hicieron por el 30 aniversario?**

Desde Centro Sefarad-Israel están organizando diferentes actividades para esta conmemoración.

El martes, 22 de junio, fue la primera, un concierto, con asistencia de la Ministra de Exteriores de España, donde nuestra Embajadora entregó el premio al equipo ganador que ha diseñado un logo para conmemorar el 35 aniversario.

**4. ¿Cómo definirían ustedes las relaciones entre España e Israel?**

Nuestras relaciones son muy fructíferas. Somos dos países muy similares, con muchos intereses en común, que nos aportamos en temas de innovación, educación, artísticos, etc.

**5. Desde la Embajada de Israel en España, ¿en qué están centrando actualmente sus esfuerzos? ¿Cuáles son sus objetivos a corto y largo plazo?**

Nuestros esfuerzos se enfocan en acercar cada vez más Israel a la población española así como establecer colaboraciones en temas tecnológicos, de innovación, culturales, académicos, artísticos, etc. Creando lazos que nos ayuden a crecer a ambos países.

**6. La historia común entre el pueblo judío y los españoles es innegable. Así, el 3 de agosto de 2015, el Congreso de los Diputados aprobó el Proyecto de Ley que concede la nacionalidad española a los sefardíes descendientes de los judíos expulsados de España en el s. XV. ¿Qué significó este hito para la comunidad judía? ¿Cómo influyó (y en qué grado) la aprobación de este Proyecto de Ley en las relaciones entre España e Israel?**

Para los judíos que viven en Israel y en otros lugares del mundo y que son descendientes sefardíes fue un reconocimiento a sus raíces. Esta ley tal vez nos acercó un poco más aunque nuestras relaciones siempre son cercanas.

**7. ¿Es la crisis económica derivada de la pandemia por COVID-19 un buen momento para estrechar aún más los lazos entre Israel y España?**

Cualquier momento es bueno para estrechar los lazos, los dos países estamos siempre dispuestos porque tenemos mucho en común.

**8. ¿Cómo ha cambiado su manera de comunicarse o difundir su función desde que empezó la pandemia? ¿Han aplicado métodos diferentes que en la crisis de 2008?**

Como todos, con la llegada de la pandemia hemos organizado actividades a través de las redes y videoconferencias, difundiendo más a nivel on line.

**9. ¿Algo que quieran añadir?**

(Sin respuesta)