

Nacional

Logística

- Puertos de Valparaíso y San Antonio, y sus terminales, continúan funcionando normalmente, vías de acceso a los puertos, sin problemas.
- En Puerto de Valparaíso, Aduanas funcionando con dotación reducida. Entre las 08:00 y 20:00 horas, atendiendo con normalidad en ZEAL, Terminales y Extraportuarios.
- En Puerto de Valparaíso, SAG funcionando de lunes a sábado entre las 8:00 y 20:00 horas. Cuando es necesario, extiende horario de atención hasta las 23 horas. Día domingo sin habilitación.

Proceso de Inspección y Certificación Fitosanitaria

- Inspección de fruta para exportación a nivel regional del SAG, sigue funcionando normalmente.
- Sitio Aeropuerto operativo.
- Sitios regionales Coquimbo, Los Lirios, Teno y Cabrero: funcionando con normalidad, ajustando el horario de funcionamiento al agendamiento diario.

Regulaciones

- Ministerio de Salud anuncia decreto presidencial que entrega facultades de fiscalización sanitaria a funcionarios municipales. [Revisar aquí.](#)
- El Ministerio de Desarrollo Social y Familia informa sobre la Ley que crea el Ingreso Familiar de Emergencia que beneficiará a casi 2 millones de hogares que representan a cerca de 4,9 millones de personas, la cual estará activa a partir del 20 de mayo. [Acceder aquí.](#)
- Ministerio del Trabajo informa sobre los efectos laborales de la cuarentena total decretada en 42 comunas del país. [Leer más](#)

Reporte Corona Virus ASOEX #37 (15 de mayo de 2020)

Internacional

EE.UU / Canadá

- Los principales resultados del reporte de Organic Produce Network y Category Partners, de abril 2020, sobre las ventas de productos orgánicos fueron:
 - Las ventas de productos orgánicos en abril fueron de US\$542,4 millones, un crecimiento de 18,4% en dólares y 20,5% en volumen vs abril 2019.
 - A su vez los productos convencionales crecieron 16,3% en dólares y 15,4% en volumen.
 - Cuatro productos representaron el 52% del volumen vendido de orgánicos: ensaladas empaquetadas, zanahorias, manzanas y plátanos.
- 92% de los consumidores planea continuar comprando online después de que termine la pandemia. Esta es una oportunidad para que retailers incrementen sus esfuerzos de marketing para generar mayor cantidad de compras impulsivas a través recetas e información de nutricional para atraer consumo.
- Alrededor de 3 millones de nuevos avisos de desempleo hace que el total de 2 meses alcance los 36 millones.
- En 11 estados, más de un cuarto de la fuerza de trabajo de febrero está ahora desempleada. Según Federal Reserve el desempleo es mayor en los hogares con menores ingresos, el desempleo llega a 40% en los hogares en donde tienen ingresos menores a \$40.000 al año.

Italia:

- Los principales resultados del estudio realizado por la CSO, realizado con la data de marzo 2020 comparada con marzo 2019, fueron:
 - Los precios de la fruta en promedio aumentaron un 9% (de 1.72 a 1.87 € por kg de marzo de 2019 vs 2020), esto es impulsado por las alzas en los productos más demandados en el mercado: kiwi 22%, naranjas 16%, limones 14% y manzanas 12%.
 - Las compras en hiper, supermercados y tiendas de descuento aumentaron de 67% al 72%. Los supermercados un +22%, los espacios pequeños + 29% y las tiendas de descuento (+ 14%). Mientras los hipermercados crecieron con menos fuerza sólo un +4%.
 - Así mismo se han registrado importantes pérdidas en el comercio en feria libres un decrecimiento del 34%.

Bélgica:

- Los principales resultados preliminares de un proyecto de investigación de la Universidad de Amberes, que encuestó a 11.000 personas de 11 países, fueron:
 - Los compradores redujeron el gasto en comidas preparadas y compraron más frutas y verduras, recurriendo a una alimentación más saludable.
 - Las personas obligadas a quedarse en casa también probaron nuevas recetas y desecharon menos comida.
 - En medio de los bloqueos, las personas comen de manera más saludable, cocinan sus propios alimentos y consumen más frutas y verduras.
 - Los compradores redujeron las compras de alimentos aptos para microondas en todos los países encuestados: Australia, Bélgica, Chile, Uganda, Países Bajos, Francia, Austria, Grecia, Canadá, Brasil e Irlanda.

Malasia:

- Lazada Group SA, la subsidiaria del sudeste asiático de Alibaba Group Holding Ltd., abrió una tienda virtual para vincular a los agricultores y los malayos confinados en sus hogares. La aceptación sorprendió incluso al gigante del comercio electrónico: los consumidores compraron un promedio de 1.5 toneladas de coles, zanahorias y espinacas cada día. Al cuarto día, se vendieron 3,5 toneladas de verduras en menos de media hora. Para la tercera semana, se habían entregado alrededor de 70 toneladas de las granjas a las puertas de todo el país.
- Los alimentos frescos, ahora una de las tres categorías principales en Lazada Malasia, ni siquiera eran una opción allí hace tres meses. Antes del Covid 19, Lazada había generado distribución de alimentos solo en Singapur, Tailandia y Filipinas; después del brote, se expandió a Malasia, Vietnam e Indonesia.