

Nacional

Importante Seminario

- Este 7 de julio de 2020 participe en segunda parte de Webinar SimFRUIT: “Modernización Tributaria y Legal, y su impacto en la Industria Frutícola”. [Revisar aquí.](#)

Logística

- Revise el estado de operación de los Puertos de Chile. [Acceder aquí](#)
- Puerto de San Antonio, y Puerto de Valparaíso, y sus terminales operando normalmente.
- Folovap y ASIVA trabajarán en conjunto Plan de Reactivación Económica para Región de Valparaíso. [Revisar aquí.](#)
- Puerto San Antonio completa 16 jornadas de sanitización en hospital local. [Revisar aquí.](#)

Proceso de Inspección y Certificación Fitosanitaria

- Inspección de fruta para exportación a nivel regional del SAG, sigue funcionando normalmente.
- Sitio Valparaíso: en funcionamiento de Lunes a Viernes, con 5 mesas operativas.
- Sitios regionales Coquimbo, Los Lirios y Teno: funcionando con normalidad, ajustando el horario de funcionamiento al agendamiento diario.
- Sitio Lo Herrera, funcionando con normalidad, con 8 mesas operativas.

Regulaciones

- Ministerio de Relaciones Exteriores actualiza informe sobre medidas adoptadas a nivel mundial ante la pandemia de COVID-19. [Revisar aquí.](#)
- Ministerio de Economía lanzará iniciativa para promover la digitalización de las cooperativas. [Revisar aquí.](#)
- Ministerio de Hacienda anuncia nuevas medidas tributarias para impulsar la economía e inyectar liquidez a las pymes. [Revisar aquí.](#)

Internacional

EE.UU / Canadá

- Los pagos de sueldos en EE.UU crecieron 4,8 millones en junio, dijo el departamento de trabajo el jueves, en junio hay 15 millones menos de puestos de trabajo que en comparación a febrero,. El reciente incremento en casos del virus está amenazando en frenar la recuperación de la economía, ya que muchos negocios que estaban reabriendo sus puertas están cerrando nuevamente.
- Los principales resultados de Datassential, sobre el canal HORECA fueron:
 - 76% de los consumidores dijo que la limpieza y inocuidad de los alimentos serán 2 atributos que ahora importan más que antes.
 - 29% de los consumidores dice que comerá menos en restaurantes que antes de la pandemia.
 - 75% de los consumidores dice que quiere seguir trabajando desde su hogar, al menos de manera part-time.
- El mayor foco en comida saludable y en mejorar los estilos de vida, es una oportunidad para los cítricos de Chile, a través de sus beneficios en aumentar las defensas a través del sistema inmune
- Las promociones de retailers de cítricos chiles en este mercado comenzarán en una semanas, con resultados preliminares positivos.
- Se envió el primer newsletter de la temporada sobre clementinas a 21.613 suscriptores, tuvo un porcentaje de apertura de 12%.
- También se lanzaron concursos en Instagram. Con una inversión de sólo \$500 dólares se generaron 140.523 impresiones.

España:

- Los principales resultados del estudio "IV Observatorio para la Evolución del Comercio Electrónico en Alimentación 2020: Hacia la Proximidad Digital", realizado por ASEDAS (Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados) y las Universidades de Complutense y Autónoma de Madrid, se realizaron 4.000 entrevistas en 2 fases, pre covid (noviembre 2019-feb 2020) y post covid (marzo y mayo 2020), fueron:
 - Los consumidores que más han crecido en comparación con el año 2019 son los "mixtos" (los que utilizan ambos canales online y offline), un +4,8%
 - Los consumidores "puros online" crecieron un 1,4% (realizan todas sus compras online) y los "puros offline" han disminuido un 8,3%.
 - Los motivos que atraen a los consumidores hacia la compra online de alimentación son los "tres CO": confianza, conveniencia y coste.
 - El "efecto Covid" ha incrementado en un 3% los que han tenido su primera experiencia de compra en el canal electrónico hace menos de un año y en un 9% de los que han realizado su primera compra digital entre los pasados 1 y 3 años.
 - Los compradores mixtos suman un gasto anual de 4.762 € (superando al de los compradores puros ya sea on y offline), repartido entre 3.768€ en la tienda física y 994€ en la tienda digital. Además, los mixtos acuden a la tienda una vez por semana, mientras que hacen sus compras de productos voluminosos y no perecederos a través de la web una vez al mes.
 - Para los compradores mixtos, la confianza es un factor fundamental en sus compras online. Demandan seguridad en el pago. La usabilidad de la web es otro elemento importante para ellos, mientras que la rapidez en la entrega no aparece hasta la quinta posición.
 - Estas preferencias contrastan con las de los "puros online", para quienes lo más importante es la rapidez en la entrega, situando en segundo y tercer lugar la confianza en la tienda y la usabilidad. La seguridad en el pago aparece en la cuarta posición, por su alta experiencia en este canal.
 - Entre los conceptos que cobran importancia para mixtos y puros destaca el precio (posibilidad de obtener descuentos y promociones), el control de la mercancía, la elección de fechas de caducidad y los horarios.
 - Lo que el Covid-19 no ha cambiado son las tendencias de compra online por categorías de productos. Los productos frescos siguen siendo los que la mayoría de los encuestados (58%) dicen no comprar nunca por internet.
- Fuente: Reviste Mercados