

Nacional

Logística

- Revise el estado de operación de los Puertos de Chile. [Acceder aquí](#)
- Unión Portuaria anuncia paralización a contar de las 13 horas de hoy. [Revisar aquí.](#)
- Aduanas Alerta por intento de fraude telefónico, solicitando poner máxima atención a estos intentos de estafa telefónica detectados en los últimos días. [Revisar aquí.](#)
- Puertos de Talcahuano integra colaboración público-privada para capacitación online de dirigentes vecinales. Programa de Líderes Sociales les otorgará herramientas para enfrentar la emergencia sanitaria. [Revisar aquí](#)
- Puertos de Chile: movimiento de carga durante periodo de cierre de fronteras cayó 0,6%, respecto a igual periodo anterior. [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

- Revise el reporte actualizado del seguimiento realizado por ODEPA a la cadena de abastecimiento de alimentos perecibles y el impacto epidemiológico del virus en zonas rurales a nivel nacional. [Descargar aquí](#)
- Ministros de agricultura de América acuerdan posición en conjunto para la activación agrícola post pandemia. [Revisar aquí.](#)
- Ministra Hutt y Alcalde Lavín lanzan intervención de urbanismo táctico Covid-19 y protocolo para uso de buses comunales [Revisar aquí](#)

Internacional

EE.UU / Canadá

- Durante la semana del 5 de julio, la demanda por el feriado hizo que las ganancias de retailers aumentaran en 9,1% para frutas y vegetales vs semana anterior.
- La última semana de junio las frutas y vegetales generaron \$1,36 billones, y \$1,54 billones en la primera semana de julio, \$129 millones adicionales.
- Cuando los consumidores se abastecieron al comienzo de la pandemia, la participación de frutas y verduras del total de compras cayó a 70%, cuando lo normal era 84%. Lentamente se fue recuperando la posición, esta semana se volvió a 84% por primera vez desde marzo.
- Las frutas vendieron 5,2% más que la misma semana del 2019. Las naranjas continuaron mostrando las ganancias más grandes vs la misma semana del año anterior, con un incremento de 47,6%. Las naranjas tuvieron una ganancia en dólares de \$6,9 millones vs la misma semana del 2019.
- Hallazgos recientes de Placer.ai identificaron que en promedio, las 10 publicidades de supermercados que están monitoreando, cayeron sus visitas en junio de 7,1% vs junio 2019 – una mejora comparado con mayo, en donde la caída fue de 11,6% y que en abril donde fue 22,2% menores que el año anterior.
- Albertsons y Lidl lograron aumentar la cantidad de visitas en junio vs el año pasado en 5,4% y 7,5% respectivamente – pero Lidl vio una disminución de sus visitas en comparación a mayo, en donde lograron un aumento de 13,9%. Las otras marcas, Kroger, Publix, Safeway, H-E-B y Aldi, sufrieron una caída de 5% en promedio, lo que es una gran recuperación en comparación a los números obtenidos durante los meses anteriores.
- Trader Joe's y Whole Foods han sido las marcas más afectadas, pero también han mejorado. En el mes de junio, Trader Joe's decreció 12,3%, comparado con un 25,2% durante mayo. Mientras tanto, Whole Foods estuvo 34,1% por debajo en junio, en comparación a los 41,7% de mayo.
- Los principales resultados de Acosta, sobre compradores durante el 12 y 17 junio, fueron:
 - Los consumidores están siendo más cuidadosos que optimistas sobre el futuro, el 64% de los compradores miran hacia el futuro con precaución, mientras que el 24% se siente optimista de las semanas y meses por delante.
 - Más de la mitad de los compradores reportó estar más relajado: 40% reportó estar durmiendo más, 32% reportó estar más tiempo afuera, mientras que 37% reportó estar haciendo menos deporte y 33% dijo que están comiendo menos saludablemente.
 - Un tercio de los reportó consumir más vitaminas y suplementos, y 21% dijo que están consumiendo comida más natural, orgánica y vegetariana.

Malasia:

- AEON ha proporcionado nuevas formas para que los compradores compren sus alimentos durante el período de cierre debido a COVID-19 en Malasia.
- Su última iniciativa es lanzar un nuevo servicio de supermercado en línea el 14 de julio de 2020. <https://fresh.myaeon.com.my>.
- El servicio proporciona la entrega dentro de los 30 minutos de sus centros de distribución. Las frutas frescas, verduras, carne y todos los demás elementos esenciales diarios estarán disponibles en línea. Fuente: retailanalysis.igd.com

España:

- En la última semana de la fase de desescalada, que finalizó el pasado 21 de junio, el consumo fuera del hogar (u OOH, por sus siglas en inglés) ha alcanzado casi el 70% del tráfico previo al estallido de la crisis sanitaria, tal y como señalan los datos publicados hoy por Kantar, consultora líder en paneles de consumo.
- De esta forma, los actos de compra semanales fuera del hogar, que llegaron a caer hasta un 83% durante las semanas de confinamiento más estricto, han ido recuperando posiciones paulatinamente y a medida que el desconfinamiento se ha ido abriendo paso en España.
- Este crecimiento se mantiene en el tiempo e incluso sigue registrando un buen desempeño en aquellas zonas del país que entraron en primer lugar en las fases de desescalada. "Los datos nos indican que esta recuperación es muy sólida y no tendrá un efecto champán, es decir, la gente no perderá esas ganas de consumir fuera de sus casas. De hecho, si aislamos el efecto mix de regiones que entran antes y después y nos quedamos con aquellas que empezaron primero la desescalada vemos como el ritmo de recuperación del consumo OOH se mantiene en altas tasas, llegando ya en algunas provincias a situarse en niveles de casi el 90% de la dimensión previa", ha manifestado Edurne Uranga, Directora en Kantar, División Worldpanel. Fuente: Revista Mercados.