

Nacional

- ASOEX y SimFRUIT invitan a nuevo webinar: "Oportunidades para la fruticultura chilena en el Sudeste Asiático: Una mirada a Indonesia y Vietnam", que se realizará el 1 de septiembre a las 8:30 horas. [Regístrate aquí](#)

Logística

- Revise Situación de los puertos del litoral, informada por las Autoridades Marítimas Locales. [Acceder aquí](#)
- Aduanas participa en conversatorio sobre comercio ilegal y su impacto en la economía. [Revisar aquí.](#)
- Puerto San Antonio valora subida en el ranking de la Cepal. [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. En agosto, funcionará además los días sábados.
- Sitios de Coquimbo, Lo Herrera y Los Lirios: funcionando con normalidad, ajustando el horario de funcionamiento al agendamiento diario.
- Sitio Teno, cerrado.

Regulaciones

- Ministerio de Desarrollo Social anuncia que 4to pago del Ingreso Familiar de Emergencia será al 100%. [Revisar aquí.](#)
- IICA actualiza su reporte sobre la seguridad alimentaria de las Américas, con el análisis y la prospección del impacto de la crisis sanitaria mundial en la seguridad alimentaria de las Américas. [Descargar aquí.](#)
- Ministerio de Transportes anuncia nueva prórroga para la TNE: Plazo de renovación se extiende hasta el 31 de octubre. [Revisar aquí.](#)

Reporte Corona Virus ASOEX #107 (26 de Agosto de 2020)

Internacional

EE.UU. / Canadá.

- Walmart Inc., quien ha sido líder en la cadena alimenticia por años (evaluado en \$900 billones), ha perdido participación de mercado con Kroger Co. y Albertsons Cos., quienes han tenido un aumento en las ventas trimestrales de dobles dígitos, esto se debe principalmente en el canal físico y no a su batalla con Amazon en el canal online.
- Los inversionistas de Walmart están preocupados, sus acciones han caído 3,1% en una semana. Mientras tanto, las acciones de Kroger han subido 10% vs el 1er trimestre.
- Las pérdidas en las acciones de Walmart se debe a varios factores: Los clientes de Walmart, en general, no salen a comer afuera tan seguido como lo hacen los clientes de las otras cadenas, por lo que esas cadenas están disfrutando de un mayor crecimiento, debido a que su clientela está gastando más en preparar comidas en casa.
- Los supermercados han abandonado su estrategia de descuentos, debido al aumento de demanda por alimentos, están vendiendo a precio real, aumentando sus ganancias.
- La tienda de descuentos alemana Lidl está acelerando su estrategia de crecimiento en EE.UU, con planes para abrir 50 nuevas tiendas para fines del 2021. Lidl US informó el martes que invertirá más de \$500 millones en abrir nuevas tiendas, logrando estar en 9 estados: Delaware, Georgia, Maryland, New Jersey, New York, North Carolina, Pennsylvania, South Carolina y Virginia. La compañía dijo que el plan de expansión creará alrededor de 2.00 nuevos trabajos.
- Los principales resultados de la 4ta versión del estudio mundial Dunnhumby Consumer Pulse Survey, fueron:
 - Walmart, CVS, Walgreens, Target y Kroger fueron los mejores retailers evaluados por los encuestados en EE.UU, otros retailers regionales como Publix Super Markets, H-E-B y Aldi también se desempeñaron bien.
 - Las compras online y el despacho de alimentos llegó a un nuevo máximo, representando casi al 35% en EE.UU, 19% en Canadá, 39% en México y 28% mundial.
 - Impulsado por el aumento del canal de e-commerce y el cierre de restaurantes en EE.UU, ahora las compras físicas son el 65% de todas las compras de alimentos.
 - La satisfacción de las compras online también ha crecido desde la primera ola, con 45% satisfechos en la última ola, por sobre 27% de la primera.
 - 67% de los americanos encuestados piensan que la economía es pobre – un 7% menos que en la 3ra versión.
 - 75% piensa que el gobierno esta haciendo un mal trabajo con el virus; 41% dijo que sus finanzas personales son pobres, con 48% gastando más dinero en alimentos.
 - 42% notó el aumento en los precios de los alimentos desde el comienzo de la pandemia.
 - La satisfacción con la experiencia de compra fue la más alta vs versiones anteriores. Fue 22% a nivel mundial, versus 35% en EE.UU, 32% en Canadá y 31% en México.

UK

- Tesco creará 16.000 puestos de trabajo: El minorista dice que la ola de contrataciones, que serán puestos permanentes, es una respuesta al crecimiento del negocio online.
- Los 16.000 puestos de trabajo se suman a los 4.000 puestos de trabajo permanentes ya creados desde el inicio de la pandemia Covid-19, e incluyen 10.000 recolectores para ensamblar los pedidos de los clientes y 3.000 conductores para entregarlos, así como una variedad de otras funciones en las tiendas y centros de distribución.
- El supermercado espera que la mayoría de los puestos los cubra el personal que se incorporó temporalmente al inicio de la pandemia.
- La medida se produce después de que las ventas online aumentaran desde el 9% antes de la pandemia al 16% ahora, el minorista espera que las ventas online aumenten de £ 3.3 mil millones el año pasado a £ 5.5 mil millones en 2020.
- En abril, Tesco se convirtió en el primer minorista en cumplir con un millón de pedidos de comestibles online en una semana, y la cadena ahora atiende a casi 1,5 millones de clientes a la semana, frente a los alrededor de 600,000 al comienzo de la pandemia. Tesco espera que estos números aumenten aún más en los próximos meses.
- La contratación en otras áreas comerciales de Tesco continúa con normalidad, agregó la compañía. Si bien aún se están finalizando los detalles, Tesco dijo que apoyará el esquema Kickstart del gobierno y espera ofrecer lugares a 1,000 jóvenes una vez que se lance el esquema.
- También continuará ejecutando sus programas de aprendizaje y programas destinados a atraer a los graduados y a los graduados, con más de 80 jóvenes listos para unirse a esquemas en las tiendas, centros de distribución y oficinas el próximo mes. Casi 50 estudiantes también se unieron al programa de pasantías de verano de Tesco este año, que se desarrolló según lo planeado y se entregó virtualmente.
- Fuente: Fruitnet