

Nacional

- **ASOEX y SimFRUIT invitan a participar en webinar: “Perspectiva Agrometeorológica, Cambio Climático y Disponibilidad de Agua para la Temporada 2020-2021”, el cual se realizará el martes 22 de septiembre de 2020, a las 10:00 am vía zoom. [Inscribirse aquí](#)**

Logística

- OMI y la reducción de los GEI en la industria marítima: ¿Una estrategia errada?. [Revisar artículo aquí](#)
- Puertos de la Región de Valparaíso lideran importaciones entre enero y agosto. [Revisar aquí.](#)
- La Universidad Católica de la Santísima Concepción y la Empresa Puertos de Talcahuano se unen para potenciar desarrollo costero. [Revisar noticia.](#)

Proceso de Inspección y Certificación Fitosanitaria

- Proceso de Inspección de fruta para exportación a nivel regional del SAG operativo.
- Los Sitios de Inspección de Los Lirios (26 de septiembre) y Coquimbo (14 de noviembre), amplían su plazo de operación.

Regulaciones

- Autoridades actualizan instructivo de desplazamiento para zonas con medidas de restricción. [Revisar aquí](#)
- 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. [Revisar aquí.](#)
- Revise informe del Ministerio de Relaciones Exteriores, en relación a las medidas adoptadas a nivel mundial ante la pandemia de COVID-19. [Acceder aquí.](#)

Reporte Corona Virus ASOEX #124 (21 de Septiembre de 2020)

Internacional

EE.UU. / Canadá

- Los principales resultados del estudio de Mercatus, "eGrocery's New Reality: The Pandemic's Lasting Impact on U.S. Grocery Shopping Behavior", fueron:
 - Las ventas online crecerán pasarán a representar el 21,5% del total de las ventas de alimentos para el 2025, más del doble de su participación actual.
 - Para el 2020, el porcentaje de alimentos vendidos online del mercado de \$1,04 trillones de dólares es de 10,2% o alrededor de \$106 billones, 3,4% por sobre lo conseguido durante el 2019 (\$34,54 billones de \$1,02 trillones),
 - Para el 2025, la participación será de \$250,26 billones de los \$1,16 trillones estimados del mercado total de alimentos.
- Los principales resultados de Placer.ai, sobre las tendencias de los compradores fueron:
 - Las visitas a los puntos de ventas aumentaron, los tiempos de compra se están moviendo, y la duración de los viajes está subiendo.
 - Pero la frecuencia está disminuyendo. Placer.ai encontró también que si bien el número de visitas por comprador durante julio y agosto disminuyó 2,4% año a año, la duración de la visita aumentó en 4,8%,
- Una encuesta reciente indica que las tendencias de gasto de los consumidores se han estado relacionando menos a las condiciones de la pandemia y más a las condiciones de recesión – incluyendo desempleo, incertidumbre económica, y una decreciente confianza del consumidor – que resultaron de la pandemia.
 - Los consumidores se están quedando en casa, priorizando productos necesarios para el uso en el hogar, y opciones de autoservicio por sobre salir.
 - Han expandido el número de productos vistos como "esenciales" y que deben abastecerse.
 - De ser posible, están gastando más en ciertos lujos en bienes empaquetados – como por ejemplo productos del cuidado de la piel, productos para el cuidado del hogar, y alimentos especiales – ya que no están gastando en lujos de viajes, entretenimiento o salidas a comer afuera.
 - Adicionalmente, los consumidores aversos al riesgo están buscando valor, no solo precios bajos, como una forma de limitar los desechos y de usar sus recursos de una mejor manera, particularmente su son reacios a salir frecuentemente para viajes a comprar.

Alemania:

- La crisis de Corona ha tenido un impacto grave en las ventas de la industria alimentaria, especialmente en la industria hotelera. Esto también lo sienten los fabricantes y proveedores del sector de las conveniencias. "Los sectores de ventas que son importantes para nosotros, como los comedores, las estaciones de servicio y las gasolineras, las ubicaciones de alta frecuencia, se han visto particularmente afectados", dice Daniel Frey, director general de la empresa Frey Gemüse, recordando los últimos acontecimientos.
- Covid-19: efectos variables en la industria de alimentos frescos
- Si bien el cultivo de hortalizas ha progresado en gran medida de acuerdo con lo previsto, las ventas en este año comercial excepcional han sido bastante lentas hasta ahora. "La crisis ha creado efectos variables en la industria alimentaria. Las áreas de ventas antes mencionadas se han visto muy afectadas, mientras que los servicios de entrega, por otro lado, están experimentando un auge en la actualidad", dice Frey. En general, el proveedor de productos frescos espera una pérdida del diez por ciento en las ventas durante el año financiero.
- Según Frey, la crisis también ha inhibido considerablemente la voluntad de innovar en la selección de productos. "La innovación es actualmente muy difícil debido a Corona. La crisis nos ha demostrado que los factores externos pueden tener un impacto extremo en nuestro mercado. Por lo tanto, las tendencias de productos a largo plazo son difíciles de evaluar, por lo que nosotros, como proveedores de conveniencia, estamos tratando de mantener una cierta flexibilidad en la receta. Esto nos permite reaccionar inmediatamente a los nuevos desarrollos en el mercado, si es necesario".
- Los productos envasados fueron particularmente demandados durante el cierre por razones de higiene. Frey predice que este tema seguirá ocupando la industria en los próximos años.
- Fuente: Freshplaza.