

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

- Chile y Colombia abordan desafíos del comercio exterior en seminario virtual. [Revisar aquí](#)
- Puertos en Iberoamérica y el Covid-19. [Revisar aquí](#)
- Navimag operará sólo con transporte de carga hasta 2022. [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.
- Sitio Lo Herrera, dejó de operar el pasado sábado 12 de septiembre.

Regulaciones

- Ministerio de Salud llama a replicar campaña "Cuenta tus Contactos" de la comuna de Renca. [Revisar aquí.](#)
- Microempresarios y conductores del transporte de pasajeros podrán postular al bono de \$350 mil desde este martes. [Revisar aquí](#)
- Ministra Rubilar junto a alcalde Palacios y Elige Vivir Sano hicieron llamado a cuidarnos entre todos y festejar Fiestas Patrias de forma responsable. [Revisar aquí](#)

Reporte Corona Virus ASOEX #121 (15 de Septiembre de 2020)

Internacional

EE.UU. / Canadá

- Un reporte publicado por Nielsen en agosto muestra que los consumidores han dejado de responder a las noticias de la pandemia con sus billeteras. Cuando el COVID-19 comenzó en el primer trimestre del año, las ventas de alimentos e ítems de sanitización se disparó con los reportes de la propagación del virus. Pero durante el tiempo, la correlación de compras con noticias del virus ha disminuido y ha empezado a correlacionarse con factores más allá del virus en sí, incluyendo la vuelta a abrir de los negocios y los cambios en las restricciones de condiciones de vida. Al estudiar este cambio, la Intelligence Unit de Nielsen identificó cuatro tendencias emergentes:
 - **Basket Reset:** Lo que los consumidores comprarán se vera impactado por las nuevas regulaciones, y los consumidores necesitarán considerar los productos esenciales de las nuevas canastas, haciendo que los dólares que tengan satisfagan las necesidades antiguas y nuevas. Los consumidores organizarán el tamaño de sus canastas con más cuidado, acostumbrándose a que hay más productos "esenciales".
 - **Homebody Reset:** En donde se consumirá va a depender de los negocios que abran o cierren y las restricciones de la comunidad. Los consumidores priorizarán el gasto en casa por sobre los gastos fuera de casa. Más consumidores explorarán e intentarán servicios de autoservicio para personalizar sus comidas en casa.
 - **Rationale Reset:** Por qué los consumidores comprarán va a depender en su disponibilidad de gastar en lujos, lo cual está limitado por factores financieros y de seguridad. Las prioridades del consumidor cambiarán al igual que la forma en la que ocupan el dinero de sobra. Los consumidores buscarán lujos para compensar por los viajes y el entretenimiento que ya no pueden disfrutar de una manera segura.
 - **Affordability Reset:** Cuánto gastarán los consumidores depende fuertemente de los niveles de desempleo, la incertidumbre económica y la decreciente confianza de los consumidores. Los consumidores se harán más aversos al riesgo, buscando productos que den valor, calidad y dejen tranquila a la mente. El precio se convertirá en un factor más importante al mejorarse la disponibilidad de los productos.
- De acuerdo a la nueva investigación llevada a cabo por Supermarket Perimeter, casi ocho de cada diez (77%) compradores en EE.UU ha comprado alternativas vegetales a la carne en los últimos 6 meses. Estas van desde hamburguesas vegetales y alternativas vegetales de la carne de vacuno, cerdo o pollo, a comidas preparadas que tienen alternativas vegetales a la carne. Los alimentos vegetales son generalmente consumidos por vegetarianos y veganos. 40% de la población que consume alternativas vegetales a la carne también consume carne u otras proteínas animales, y 30% se califica como "flexitarians". Alrededor de 3 de cada 10 compradores reporta un incremento en el consumo de proteínas vegetales como un resultado del COVID, y 89% dice que esos incrementos serán permanentes.
- Casi la mitad de los compradores online ha expresado interés por participar en el nuevo programa de membresías de Walmart, Walmart+, de acuerdo a una encuesta por la compañía de e-commerce Digital Commerce 360. De los consumidores que compran online al menos una vez a la semana, 47,7% dice que es muy probable (19,2%) o algo probable (28,5%) que se inscriban en Walmart+. En general, 41,1% de los 604 compradores online encuestados – que compran al menos una vez al mes online – reportaron que es muy probable (14,9%) o algo probable (26,2%) que se inscriban a Walmart+. El gran conclusión es que varios consumidores están interesados en otro programa como Amazon Prime, y puede ser que la satisfacción de los consumidores con Prime y su conveniencia los haga más inclinados a intentar un programa como el de Walmart.

Italia:

- **Macfrut Digital ha superado el desafío:** Un total de 32,212 participantes en el evento de tres días, al que asistieron 18,164 profesionales individuales, el 49% de los visitantes eran del exterior, se vieron 208,000 páginas y la mayoría de los 11 Foros Técnicos tuvieron overbooking (el límite fue de 300 participantes). Los números de Macfrut Digital, la primera feria comercial virtual para la industria de productos frescos, organizada por una plataforma global líder en la industria (Natlive), son notables. Como se anunció durante la fase de presentación, se vendieron 530 unidades con 400 expositores en total, el 40% de los cuales fueron del exterior.
- "Hemos logrado un resultado excepcional", dice Renzo Piraccini, presidente de Macfrut. "Me gustaría agradecer a todos los expositores que apoyaron esta maravillosa experiencia y la compartieron con nosotros. Macfrut Digital es un proyecto muy innovador, visionario en algunos aspectos: todos los participantes tuvieron la oportunidad de apreciar plenamente su enorme potencial tanto en el ámbito empresarial como en el comunicacional.
- Sin embargo, se produjeron una serie de problemas, especialmente en la mañana del primer día, principalmente relacionados con la conexión, ya que los usuarios tenían activada la protección de navegación en su sistema operativo o red de conexión, o no estaban utilizando dispositivos adecuados. La mayoría de los problemas se abordaron el martes 8 de septiembre por la tarde al permitir el acceso a las reuniones B2B también desde dispositivos móviles.
- Fuente: Reproducción parcial de artículo de Fresh Plaza