

Nacional

Logística

- TDLC fija audiencia para abordar modificación de informe para licitación transitoria del Terminal 2. [Revisar noticia aquí](#)
- Empresa Puerto Valparaíso organiza webinar "Las cifras del Comercio Exterior, carga y logística en Chile 2020" Miércoles 18 de noviembre, 16.00 horas. [Inscripciones aquí](#)
- Revise la situación de los puertos de Chile, según DIRECTEMAR. [Acceder aquí.](#)
- Fiscalía Nacional Económica de Chile exige asegurar competitividad en futura licitación de Empormontt. [Revisar aquí.](#)

Proceso de Inspección y Certificación Fitosanitaria

- Proceso de Inspección de fruta para exportación a nivel regional del SAG operativo.
- Sitios en Aeropuerto, Valparaíso, Lo Herrera, y Los Lirios, operativos.

Regulaciones

- Subsecretaría de Salud inaugura Cuadrillas Sanitarias en la Región de O'Higgins. [Revisar aquí.](#)
- Ministerio de Desarrollo Social lanza fondo de \$5.400 millones para apoyar a organizaciones sociales que ayudan a mitigar los efectos de la pandemia. [Descargar aquí.](#)
- Crédito Verde de Corfo inicia operaciones sumando sus primeros intermediarios. [Revisar aquí](#)

Internacional

EE.UU. / Canadá

- Walmart ha reportado otro fuerte trimestre, a medida que sus ventas de e-commerce continúan creciendo rápidamente durante la pandemia. “Estamos convencidos que la mayoría del cambio de comportamiento persistirá después de la pandemia y que nuestra combinación de robustas tiendas y capacidades digitales emergentes son una fórmula ganadora”, comentó el CEO de Walmart, Doug McMillon a los inversionistas. Las ventas de e-commerce de Walmart crecieron 79% durante el tercer trimestre, los servicios de despacho y retiro en tienda continuaron experimentando volúmenes record de ventas. Al final del trimestre, el servicio de retiro en tienda de Walmart estaba disponible en 3.600 tiendas y despachos en el mismo día en 2.900 tiendas aproximadamente.
- A pesar de que el Organic Grower Summit no se hará como un evento en persona este año, se ha organizado un evento virtual en donde participarán líderes de 3 de los productores orgánicos más reconocidos y progresivos del país, el evento se realizará el 9 de diciembre. El OGS Growe Roundtable 2020, disponible gratis, explorará las oportunidades, desafíos, y problemas que enfrentan los productores de frutas y verduras frescas orgánicas. Panelistas del evento incluirán a Bruce Taylor, presidente de Taylor Farms/Earthbound Farm; Vic Smith, presidente de JV Smith Cos.; y Soren Bjorn, presidente de Driscoll’s en America.
- Walmart está buscando participar con algunas inspiraciones de comidas con celebridades – incluidos en una nueva serie de videos interactivos. Walmart Cookshop, se anunció el 16 de noviembre como una serie de 17 episodios que se publicarán durante el remanente del 2020. Chefs invitados y celebridades incluirán a personas como Jamie Oliver, Ree Deummond (“La mujer pionera”), Sofia Vergara y Patti LaBelle.
- En los retailers, competidores incluyendo Kroger y Albertsons son activos en YouTube, ofreciendo series de videos en, por ejemplo, niños cocinando (Kroger) y básicos de las preparaciones de comidas (Albertsons). Target tiene una extensa librería en YouTube también, y ha hecho episodios singulares de celebridades cocinando.

Asia

- La tercera sesión del Asiafruit Congress ON analizó cómo Covid-19 ha cambiado la forma en que los consumidores en Asia compran y consumen productos frescos.
- Nicole Corbett, directora de la unidad de inteligencia de Nielsen, cree que el nuevo panorama de consumidores de Asia posterior a Covid-19 será muy diferente al que está acostumbrada la industria de productos frescos. “A medida que ocurren las segundas olas, cuanto más se alarga el tiempo de recuperación, mayores serán los cambios de comportamiento. Se volverán más permanentes en el futuro”, explicó. “Las economías se han visto afectadas en todo el mundo, se ha producido un desempleo masivo y es poco probable que se recupere rápidamente. No anticipamos un repunte rápido al comportamiento pasado, sino que esperamos un restablecimiento consumidores”.
- “Lo que Covid nos ha demostrado es que los consumidores no son iguales. Hay consumidores limitados que se han visto afectados por la pérdida de ingresos o de salud.
- Luego están los consumidores aislados, que no han experimentado dificultades económicas, se quedaron en casa y tenían más dinero para gastar”, explicó.
- Como región, Asia ha sido líder en la adopción de plataformas de comercio electrónico. Mercados como China, Japón, Corea y Singapur han estado a la vanguardia de esta adopción, Corbett señaló a los mercados en desarrollo, como India, como un ejemplo de la rapidez con la que los consumidores se han adaptado a un nuevo estilo de vida a.
- “Preguntando a los consumidores qué están haciendo de manera diferente, el 41 por ciento de los consumidores asiáticos cocinan en casa con más regularidad en comparación con el 37 por ciento a nivel mundial. Esto representa grandes oportunidades para productos frescos”.
- Otra tendencia clave que ha surgido en Asia en los últimos años, y una que Covid-19 ha definido aún más, es la necesidad de comodidad. Como dijo Corbett, “el estilo de vida activo de Asia fue interrumpido por Covid-19, y esto creó una gran necesidad de comodidad.
- “En muchas de las investigaciones que hemos realizado, la seguridad es una preocupación número uno. Cuando pensamos en frutas y verduras, y en la forma táctil en que las personas las compran, ya sea al recoger el artículo, probarlo, olerlo, creo que es un cambio totalmente diferente que los minoristas y proveedores deberán considerar”
- “En todos los minoristas, hay menos puntos de contacto gracias al desinfectante para manos, guantes y máscaras. En China, vimos pruebas de temperatura durante todo el proceso, desde la preparación hasta la entrega, por lo que creo que la transparencia será clave con el tiempo”.
- “La clave es que no existe una cura instantánea. Una vacuna ofrece esperanza y puede aumentar la confianza del consumidor, y esperamos que ayude a alentar a los consumidores a salir y gastar”. “A medida que las cadenas de suministro comienzan a normalizarse lentamente, el nivel de actividad promocional no ha regresado, y esto es positivo para los proveedores porque podemos restablecer lo que significa valor. El valor no se trata solo del precio, es el paquete total de beneficios”, explicó.
- “Pero la relación calidad-precio es muy importante para los consumidores. Las promociones se detuvieron durante Covid-19 para controlar el suministro y, como consecuencia, se produjo una gran demanda de muchos productos. Asia Fruit Logística ON tendrá lugar online del 18 al 20 de noviembre. Fuente: Asiafruit