

Nacional

- ❖ **China News Online : Noticias actuales sobre el mercado chino a un sólo click. [Acceder aquí](#)**

Logística

- Empresa Portuaria Valparaíso publicó su séptimo Reporte de Sostenibilidad. [Revisar aquí.](#)
- CEPAL: WCSA exhibe una caída acumulada de importaciones en TEUS de un -16,6%. [Revisar aquí.](#)
- Revise la situación de los puertos de Chile, según DIRECTEMAR. [Acceder 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, Los Lirios, y Teno operativos.

Regulaciones

- COVID-19: nuevos casos confirmados aumentan 6% en los últimos siete días a nivel nacional. [Revisar aquí.](#)
- Revise publicación elaborada por la Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales (SUBREI), cuyo objetivo es informar el acceso sanitario de productos chilenos de origen vegetal y animal para su comercialización en mercados internacionales. [Descargar aquí.](#)

Internacional

EE.UU. / Canada

- Los retailers líderes de la industria farmacéutica en Estados Unidos *Walmart* y *Albertsons Cos.* han administrado sus primeras vacunas de coronavirus ha medida que aumentan la preparación y entrega de las vacunas de COVID-19 en todo el país. *Walmart* ha comenzado a entregar la reciente aprobada vacuna "Moderna" a los trabajadores de la salud en tiendas de *Walmart* seleccionadas y en tiendas *Sam's Club* en New Mexico, comentó el Director Médico de *Walmart* Dr. Tom Van Gilder el pasado miércoles.
- Según la guía de los centros de Prevención y Control de Enfermedades (CDC), *Walmart* está priorizando al personal de salud, incluyendo al personal de farmacia, para la administración de la inmunización contra el COVID-19. Mientras tanto, *Albertsons* anunció el miércoles pasado que comenzó a administrar sus primeras dosis de vacunas de COVID-19 para los receptores de fase 1 el 18 de diciembre en la clínica de Alaska atendido por sus farmacias *Carrs/Safeway*. El supermercado, establecido en The Boise, Idaho, comentó que recibió dosis en otros 8 estados y más suministros de la vacuna están en camino.
- Una nueva investigación del servicio de comida del retail del Instituto de Marketing de Alimentos (FMI) mostró un bajo compromiso con los servicios de comida del retail:
 - Sólo un 16% de los consumidores considerarían servicios de comida del retail cuando deciden no cocinar su cena. Esto se debe a la disminución de viajes a tiendas, según lo reportado por 43% de los consumidores, seguido por la preocupación de ir a la tienda (39%).
 - Las comodidades que muchos quieren ver son la posibilidad de realizar pedidos con anticipación (70%), entrega de productos en la berma (68%) o tiendas con servicios de compra en vehículo (66%).
- La pandemia provocó un gran aumento para servicios de entrega a domicilio y retiro en tienda en los pedidos de restaurantes, con un 54% en 2019 a un 83% en 2020 y el uso de una aplicación de terceros para entrega a domicilio de comida de restaurantes, de un 38% en 2019 a un 49% en 2020.
- Realizar pedidos de restaurantes es particularmente popular entre las nuevas y jóvenes generaciones. En contraste, sólo un 33% de los compradores han realizado pedidos de servicios de comida de retail para retiros en tienda o entregas a domicilio, mayoritariamente porque no está en su radar.
- A más de la mitad de los encuestados (54%) les agrada la idea de utilizar aplicaciones específicas de servicios de comida:
 - Dentro del 54% de los compradores que han realizado pedidos de compras online en los pasados 3 meses, 52% están interesados en agregar productos de servicios de comidas en caso de que estén retirando en tienda o recibiendo entregas a domicilio de pedidos en horarios de comida. Un 53% de los consumidores reportando que a menudo no están en "humor para cocinar" y un 47% diciendo que están luchando para encontrar nuevas ideas de comida, por lo que definitivamente hay oportunidades para el servicio de retail de comidas.

Reino Unido

- Si bien 2020 ha sido un año de montaña rusa a nivel mundial para los productos frescos, ha sido especialmente desafiante para los líderes en el Reino Unido.
- La pandemia de COVID-19 combinada con la incertidumbre que rodea al Brexit ha provocado una tormenta perfecta que ha trastornado los modelos de negocio, ha trastornado las cadenas de suministro y ha obligado a los propietarios y directores ejecutivos a repensar sus estrategias para construir hacia un nuevo futuro.
- Benjamin Olins, director ejecutivo de Prep World, especialista en productos frescos, ha vivido la disrupción de primera mano. Su negocio experimentó una caída del 50% en las ventas al principio antes de reunirse detrás de un poco de ingenio para un acabado brillante en diciembre.
- Olins, cuya familia ha estado en el mundo de los productos frescos durante cinco generaciones, ha estado en Prep World desde 2012 y también es el Director de Operaciones Comerciales y Estrategia de BerryWorld. Ha visto muchos cambios, pero ninguno más que este año.
- "Nos golpearon muy duro", dijo durante una sesión interesante en la reciente conferencia y exposición virtual de productos de Nueva York. "Vimos una rápida disminución en nuestro volumen. Nos beneficiamos de tener regularidad en las compras. Esas enormes colas en los supermercados fueron un golpe de gracia para nosotros".
- Pero después de unos meses, comenzó a regresar y Prep World ha experimentado una "inclinación constante" desde entonces.
- Aún así, hay más incertidumbre en el horizonte: tanto COVID-19 como las posibles consecuencias del Brexit.
- Fuente: Produce Business UK Report