

## Nacional

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

## Logística

- En ruta: El camino de las cerezas de Rengo al Puerto de San Antonio. [Revisar aquí.](#)
- Líneas navieras: Omisión de puertos, la estrategia de emergencia para enfrentar escasez de contenedores. [Revisar aquí.](#)
- INE: Coronel y Lirquén son los principales puertos exportadores de Los Ríos en octubre. [Revisar noticia](#)
- 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

- Revise el Plan Nacional de Vacunación Covid-19 "Yo me vacuno". [Revisar aquí.](#)
- Gobierno actualiza instructivo para permisos de desplazamiento. [Descargar aquí.](#)
- Despachan a segundo trámite proyecto de #FogapeReactiva. [Revisar aquí.](#)

## Internacional

### EE.UU. / Canada

- ¿Como impactará el COVID-19 la cadena de suministro de alimentos durante el 2021? Aquí van 6 predicciones sobre las tendencias para el próximo año:
  - **Cocineros caseros aumentarán la demanda de productos de conveniencia para la preparación de comidas.**
  - **Los retailers y las marcas de comida seguirán simplificando sus líneas de productos.**
  - **Las ventas del comercio electrónico y los productos de venta directa continuarán disparándose.**
  - **Costos–y precios– aumentarán.** El USDA espera que los “precios de comidas en casa” aumenten entre un 1% y 2% y los “precios de las comidas lejos de casa” aumenten entre un 2% y un 3% el 2021. Muchos factores han convergido y podrían causar que las predicciones del USDA se conviertan en realidad, por ejemplo:
  - **Consumidores continuarán comiendo de manera saludable... la mayoría.** La pandemia está alentando a los consumidores a prestar más atención a sus dietas, y se espera que el mercado global de ingredientes alimentarios funcionales aumente de USD \$67.8 en 2018 a un aproximado de USD \$105.17 billones para el 2025.
  - **Ofertas tecnológicas crecerán y avanzarán.** La situación del COVID-19 ha inspirado nuevas tecnologías – y mejoras en las herramientas tecnológicas existentes – que harán más fácil para los retailers y las marcas de comida colocar sus productos en manos de los consumidores. El uso de servicios de entrega a domicilio como *DoorDash* e *Instacart* han acelerado y en septiembre pasado, *Walmart* comenzó un plan piloto de entregas a domicilio por drones con paquetes de autoatención, lo que podría estimular el crecimiento de las entregas a domicilio a través de drones.
- ¿Qué buscarán los compradores de alimentos en el 2021? Alimentos para apoyar su sistema inmune y la administración del estrés serán los primeros en la lista, de acuerdo a los supermercados *Kroger* y *Whole Foods*.
- Las listas de *Kroger* y *Whole Foods* también dan un guiño a proveedores en crecimiento y preocupaciones de consumidores acerca de la sustentabilidad. “Estamos viendo un aumento en productos empaquetados que utilizan piezas descuidadas y subutilizadas de ingredientes como el camino a reducir el desperdicio de comidas según *Whole Foods*.”
- “Según *Kroger* un 35% de sus compradores estuvieron totalmente de acuerdo con que están más conscientes de los desperdicios de comida desde el COVID-19, y más de la mitad planea limitar los desperdicios de comida una vez que se termine la pandemia.

### Reino Unido

- Las restricciones más estrictas han dejado a los proveedores sentados sobre "una pila de productos sin vender", lo que ha provocado desperdicio de alimentos y pérdidas económicas. Los proveedores de catering se han visto sacudidos por la introducción de restricciones de cierre más estrictas en Londres y el sureste, ya que la demanda de sus productos se desplomó en medio del cierre del sector hotelero.
- El anuncio apresurado el 14 de diciembre de que Londres, la mayor parte de Essex y partes de Hertfordshire se actualizarían al Nivel 3 dos días después dejó a los proveedores enfrentando pérdidas. Desde entonces, estas áreas se han movido al Nivel 4.
- Un proveedor de catering de NCGM, que deseaba permanecer en el anonimato, informó que perdería importantes ingresos por los productos no vendidos, y dijo: "Los productores, con razón, quieren que se les pague, pero no vamos a recibir nada por los productos".
- "Estamos sentados sobre una pila de productos sin usar y sin vender en el lado mayorista", dijo. "Si Boris nos hubiera avisado adecuadamente, podríamos haber detenido los envíos, pero una vez que se haya cosechado el producto, no hay nada que podamos hacer, tenemos que pagar por ello".
- El comerciante agregó que las restricciones causarán "una enorme cantidad" de desperdicio de alimentos entre los proveedores de catering y lamentó que será difícil desviar todos los productos no utilizados a organizaciones benéficas tan cerca de Navidad.
- Afortunadamente, el proveedor ha podido desviar parte del producto a puntos de venta independientes, que, según él, han estado haciendo grandes pedidos en medio de compras de pánico antes de Navidad. "Como lo hemos hecho antes durante esta pandemia, capearemos la tormenta con éxito", dijo.
- En un intento por limitar el desperdicio de alimentos, la plataforma comercial y de comunicaciones de productos frescos FruPro se ha ofrecido a ayudar a los proveedores con un enfoque en la hospitalidad a vender productos que de otro modo podrían tener dificultades para cambiar.
- "Si tiene productos sin vender, podemos ayudarlo a redirigirlos a los mercados mayoristas con una base de clientes más centrada en el comercio minorista", dijo el cofundador de FruPro, William Hill. Señaló que los minoristas independientes disfrutaban de una gran demanda en este momento en medio de Covid-19 y las compras de pánico relacionadas con el Brexit. Fuente: Fresh Produce Journal