

Nacional

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

Logística

- Concesión de TCVAL se extiende por cuatro meses más a contar de abril. [Revisar aquí](#)
- Directorio de EPSA acordó otorgar la Aprobación Final al Proyecto de Inversión Mayor "Ampliación Sur Sitio3". [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, Teno y Cabrero operativos.

Regulaciones

- Gobierno anuncia cambios en plan Paso a Paso: 10 comunas del país entran a cuarentena desde este jueves 28 de enero. [Descargar aquí.](#)
- Revise las cifras oficiales de Covid en Chile. [Revisar aquí.](#)
- Revise el reporte actualizado al 25 de enero 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. [Descargar aquí](#)

Internacional

EE.UU. / Canada

- A pesar de que el COVID-19 impida su ritmo de expansión de 20 nuevas tiendas al año globalmente, Costco logró tener 13 inauguraciones durante el 2020 y tuvo su mejor año en ventas hasta el momento: \$163 billones de dólares. Adicional a las ventas e ingresos récord, Costco logró un incremento de 8% en ventas de compensación y un crecimiento de e-commerce de 50%.
- De acuerdo a una encuesta de NielsenIQ que se realizó durante diciembre 2020, casi dos tercios (64%) de los consumidores dice que no se vacunarán con una vacuna aprobada contra el COVID-19 inmediatamente cuando esté disponible, y también mostró dudas acerca de los consumidores sobre el cambio inmediato de hábitos de compra, incluso después de que gran parte de la población haya sido vacunada.

Algunos puntos clave de la encuesta incluyen:

- En la mayor parte, alta disponibilidad de la vacuna le dará a los consumidores más confianza para incrementar sus niveles de gastos – por ejemplo, 16% espera gastar más en alimentos, comparado con 12% que gastará menos y la gran mayoría que gastará lo mismo.
- 72% de los consumidores han estado conscientemente revisando en qué están gastando por el impacto del COVID-19, sugiriendo que hay lugar para que se revertan los hábitos y actitudes mientras que el mundo intenta lograr inmunidad.
- Las preocupaciones de salud se mantienen prominentes inclusive cuando las vacunas están disponibles, mientras que más de la mitad de los consumidores no tiene la confianza para salir a comer afuera (58%), atender eventos de deporte en vivo (65%) o viajar a otro país (70%) incluso después de confirmar un estimado de cuando recibirán la vacuna.
- Una vez que la vacuna esté ampliamente disponible en EE.UU, 64% de los americanos encuestados dice que gastará de la misma manera en la que han estado gastando, 21% dice que gastará más y 15% dice que gastará menos.
- Respecto a como gastarán en comidas fuera del hogar una vez que la vacuna esté ampliamente disponible en EE.UU, más de dos quintos (41%) de los encuestados dice que gastará de la misma manera en la que han estado gastando, 24% dice que gastará más, y 22% dice que gastará menos.

China

- Chile actúa con rapidez para evitar la crisis de las cerezas, intensificando la campaña de marketing para recuperar la confianza en la calidad y seguridad de las cerezas chilenas
 - El sector frutícola chileno se ha movido para sofocar la crisis que amenaza con descarrilar la campaña de exportación de cerezas luego de informes sin fundamento en las redes sociales de que se había detectado Covid-19 en paquetes de cerezas importadas a Shanghai.
 - Las ventas minoristas chinas cayeron un 63 por ciento en la última semana después de que la noticia del descubrimiento se difundiera ampliamente en las redes sociales, mientras que las ventas en los mercados mayoristas fueron un 4 por ciento más bajas de lo esperado para esta etapa de la temporada.
 - Con menos de tres semanas para el festival del Año Nuevo chino, la situación llega en un momento crítico de la campaña de exportación. Los informes sugieren que las ventas están comenzando a recuperarse nuevamente después de que el canal oficial de medios estatales chino CCTV emitiera un comunicado en el que negaba que se hubieran encontrado casos confirmados de Covid-19 en los envases de cereza.
 - Las cerezas importadas continúan siendo un tema de tendencia, con las redes sociales que publican más de 200.000 artículos digitales y alcanzan más de 2.700 millones de impresiones.
 - En una reunión entre el gobierno chileno y el sector privado el día lunes, se acordó que se intensificarían los esfuerzos de comunicación con las autoridades chinas para abordar la crisis y que se intensificaría la campaña de marketing de la cereza para restaurar la confianza en la calidad y seguridad de las cerezas chilenas.
 - “Se llevarán a cabo todas las reuniones de seguimiento de la situación necesarias. La industria confía en que el trabajo conjunto entre los gobiernos de Chile y China nos permitirá recuperar la confianza de consumidores y distribuidores, reafirmando los rigurosos procesos sanitarios que rigen nuestras cerezas, desde la producción hasta la comercialización, ya que no existe ningún riesgo al consumir nuestro producto en los mercados internacionales”, dice el comunicado.
- Las asociaciones indicaron que emitirán declaraciones diarias para mantener informados a los medios de comunicación sobre cualquier actualización adicional.