

## Nacional

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

## Logística

- Lanzas feria Trans-Port 2021 en Puerto San Antonio. [Revisar aquí](#)
- Presidente de EPSA asegura que responderán de manera técnica las 571 observaciones al Puerto Exterior. [Revisar artículo](#)
- 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 dio inicio al pago del Bono Covid 19 y del Ingreso Familiar de Emergencia. [Revisar aquí.](#)
- Revise las cifras oficiales de Covid en Chile. [Revisar aquí.](#)
- Ministros del MOP, Minvu y Minagri visitan importantes obras del Plan “Paso a Paso Chile se Recupera” en las regiones de Ñuble y Biobío. [Revisar aquí](#)

## Internacional

### EE.UU. / Canada

- Un anuncio de prensa sobre la certificación "Heart-Check" para los arándanos chilenos derivó en 18 artículos (1.164.866 impresiones) y 7 publicaciones en las redes sociales (68.200 impresiones).
- Los duraznos y nectarines blancos chilenos están siendo promocionados en Weee!, el retailer online asiático más grande en EE.UU. Weee! despacha a 12 ciudades en el país y tiene publicidad tanto en chino como en inglés. En febrero realizarán una promoción para los arándanos chilenos convencionales y orgánicos.
- Una encuesta a 10.000 canadienses revela que cuando deciden qué frutas y vegetales comprar, 79% de los canadienses dice que están dispuestos a pagar más por productos locales. Sin embargo, sólo 1 de cada 4 (25%) considera que el origen de los alimentos es importante. Además, casi la mitad de los encuestados (47,8%) dice que el precio – los precios bajos – son el factor más importante cuando deciden qué fruta o verdura comprar.
- Se espera que continúe el apocalipsis de retailers durante el 2021, lo cual ocurre debido a cierres relacionados con la pandemia. Hasta 10.000 retailers podrían cerrar este año en EE.UU, un crecimiento de 14% por sobre los cierres del 2020, de acuerdo a un reporte publicado el jueves por Coresight Research Group.

### EUROPA / ASIA

- ¿Covid-19 cambió nuestras actitudes como consumidores? ¿Y qué pasará después como resultado? Dos preguntas de enorme importancia para cualquier empresa, pero especialmente para quienes participan en el negocio de frutas y hortalizas, que ha experimentado picos masivos en la demanda, así como graves conmociones en algunas de sus cadenas de suministro como resultado de la pandemia.
- Ben Page, director ejecutivo de la firma líder en investigación de consumidores Ipsos Mori, dice que cree que la pandemia ha cambiado enormemente el comportamiento en todo el mundo, aunque queda por ver cómo se alterarán los valores del consumidor a largo plazo. "Creo que tienes ese mayor interés en la salud, lo que no es sorprendente en una pandemia mundial", le dice a Chris White de Fruitnet durante el último episodio de la serie de conversaciones Fruitbox de Fruitnet. "Y creo que lo más importante para muchas de las marcas con las que trabajamos en el sector de bienes de consumo masivo es la necesidad del consumidor de tranquilidad, familiaridad y seguridad". Además, explica Page, ha habido un aumento masivo en la cantidad de personas que desean comprar productos locales. "Con lo que me refiero al mercado de bienes de su país, y sin duda el orgullo nacional en muchos mercados", comenta. "Queriendo saber un poco más sobre la procedencia, era una tendencia que existía antes; parece que se ha acelerado". Y finalmente, en gran parte por necesidad, la gente come en casa mucho más. "Para ser honesto, comer fuera de casa estará bajo presión durante algún tiempo", agrega. "E incluso después de que seamos liberados de los cierres gubernamentales, muchas personas aún verán reducidos sus ingresos".