

Nacional

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

Noticias de Logística

- Revise la situación de los puertos de Chile. [Revisar Aquí](#)
- IATA: América Latina registra descenso del 16,1% en los volúmenes de carga aérea internacional en enero. [Revisar Aquí](#)
- Revise la información disponible en el Observatorio de Logística de Chile. [Revisar noticia](#)

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

- Revise las cifras oficiales de Covid en Chile. [Revise Aquí.](#)
- Revise el Plan “Paso a Paso nos cuidamos” en marzo. [Revise Aquí](#)
- Gobierno actualiza instructivo para permisos de desplazamiento. [Descargar aquí](#)

Internacional

EE.UU. / Canadá

- La PMA (Produce Marketing Association) da la bienvenida a la industria a su Fresh Summit 2021, la cual se realizará entre el 28 y 30 de octubre con un evento en persona en el Ernest N. Morial Convention Center de New Orleans. Los protocolos de seguridad y modificaciones serán desarrollados en conjunto con las autoridades de salud pública para asegurar la seguridad y distanciamiento social en las interacciones. La PMA está consultando con autoridades globales y locales, y desarrollará guías y protocolos base según lo que digan las autoridades. Algunas de las modificaciones que ya se han realizado incluyen estrategias de control de densidad de masas para permitir interacciones seguras y distanciadas socialmente como salones más amplios, agregar e incrementar el ancho de las islas principales, y más.
- Frutas y vegetales continuarán proveyendo un toque colorido y nutritivo en los menús, de acuerdo a los Fresh Insights for Foodservice de United Fresh. Auspiciado por Produce Alliance, este reporte trimestral destaca aplicaciones del canal HORECA para frutas y verduras frescas en restaurantes, en retail, en kits de comidas y más. Con un enfoque en salud e inmunidad, la noticia destaca los múltiples beneficios de las frutas y verduras frescas que los consumidores buscan para mitigar los efectos del COVID-19 y las enfermedades de temporada como resfríos y la gripe. "El reporte de este trimestre destaca una variedad de frutas y vegetales ricos en antioxidante, como también maneras creativas en que los consumidores pueden disfrutar de frutas y verduras altas en vitaminas", dijo Andrew Marshall, director del canal HORECA en United Fresh. "Mientras más consumidores buscan fortalecer sus sistemas inmunes, es bueno ver un aumento en el interés en incorporar más frutas y vegetales para una salud óptima." Cuando se trata de tendencias de menús de invierno, United Fresh dijo que los limones y cebollas, ambos ofrecen vitamina C para estimular el sistema inmune, están jugando roles importantes. El reporte encontró que los limones están actualmente en menús en QSR, rápido casual, mediana escala, casuales y de lujo. Mientras todos los canales están recién adoptando los limones en sus menús, 83% de los menús casuales y 96% de los menús de lujo ya están usando todo el potencial de esta fruta.
- Una nueva ronda de financiamiento por \$265 millones de dólares fue anunciada el 2 de marzo por Instacart para apoyar un gran incremento en su personal corporativo y su liderazgo en el mercado de rápido crecimiento que es la venta de alimentos online, mientras su plataforma es valorada en \$39 billones – una figura más grande que la capitalización de mercado de Kroger y Albertsons combinada. Los inversionistas posicionaron su apoyo como reconocimiento de que la compañía de tecnología – la cual actualmente trabaja con casi 600 retailers nacionales, regionales y locales ofreciendo servicios de despacho y retiro en más de 45.000 tiendas – ha "desbloqueado" los desafíos operacionales de la venta de alimentos online, cumplió con todos los desafíos de la pandemia, y todavía tiene mucho espacio para crecer.

Reino Unido

- El bloqueo impulsa aún más las ventas minoristas
- Los supermercados experimentaron un fuerte crecimiento de las ventas de dos dígitos a principios de 2021, pero se espera que se desacelere cuando se levante el bloqueo.
- Las ventas minoristas de comestibles han seguido acelerándose ya que los compradores cerrados no tenían más remedio que comer en casa.
- Las nuevas cifras de Kantar muestran que las ventas de comestibles para llevar a casa aumentaron un 12,5% durante las 12 semanas hasta el 21 de febrero. Las ventas fueron aún más fuertes durante el último mes, aumentando en un 15,1%, la tasa de crecimiento más rápida desde junio de 2020.
- "La pandemia ha dejado su huella en nuestras vidas y ha cambiado por completo la forma en que compramos durante todo un año", señaló Fraser McKeivitt, director de información minorista y del consumidor en Kantar. "Varias restricciones de hospitalidad significan que hemos comido unos siete mil millones de comidas adicionales en casa desde la primavera de 2020. En general, los compradores han gastado £ 15,2 mil millones más en comestibles durante la pandemia, eso es alrededor de £ 4,800 por hogar en promedio, un aumento de £ 500 en comparación con los tiempos normales".
- En el último mes, las ventas de comestibles en línea alcanzaron un nuevo récord de participación en las cuatro semanas hasta el 21 de febrero, representando el 15,4% de las ventas, frente al 8,7% del año pasado. Casi una cuarta parte de los hogares compraron comestibles en línea durante el último mes.
- Esa tendencia ha impulsado nuevamente a Ocado, cuyas ventas aumentaron un 35,3% en los últimos tres meses, y su participación de mercado aumentó 0,3 puntos porcentuales hasta el 1,7%. Curiosamente, está ganando popularidad fuera de Londres y está experimentando mayor crecimiento de ventas en el sur y el centro de Inglaterra.
- La atención se centra ahora en cómo cambia el comportamiento de compra a medida que se eliminan las restricciones. "En términos del mercado de abarrotes en sí, comenzaremos a ver un declive año tras año luego del aniversario del primer cierre nacional el próximo mes", dijo McKeivitt. "Las ventas se medirán contra el gasto récord del año pasado y las comparaciones serán duros frente a las alturas de 2020. También es probable que la demanda de comestibles disminuya a medida que se reabre el sector de la hostelería. Los patrones de ventas más típicos de 2019 pasarán a primer plano como la métrica más importante para medir el desempeño de los minoristas a medida que salgamos del bloqueo en los próximos meses".