

Nacional

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

Logística

- MSC informa incremento en valor del recargo por congestión en carga dry y reefer desde Chile a la Costa Oeste de EEUU y Vancouver. [Revise Aquí](#)
- Análisis de la Campport evidencia reducción de tasa de accidentabilidad en puertos chilenos [Revise Aquí](#)
- FM Logistic y H2B2 impulsarán innovadora estación de servicio de hidrógeno. [Revise Aquí](#)
- Importaciones en EEUU muestran recuperación, pero se mantiene congestión [Revise 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

- Revise las cifras oficiales de Covid en Chile. [Revise Aquí.](#)
- Revise el Plan “Paso a Paso nos cuidamos” en marzo. [Revise Aquí](#)

Internacional

EE.UU. / Canadá

- Los compradores de alimentos canadienses están volviendo a los descuentos después de “un corto hiato”, permitiendo a Loblaw Companies Limited recuperar una porción de la participación de mercado que perdió a comienzos de la pandemia, su presidente dijo durante una conferencia con analistas el jueves. Al comienzo de la pandemia, Loblaw vio una “vuelta a lo convencional” mientras los compradores favorecían compras de una parada, pero la compañía está viendo el cambio en los hábitos de compra de los consumidores que comenzó en el cuarto trimestre y continúa en el 2021, dijo Sarah Davis. “Estamos viendo más compradores haciendo más de una parada a la semana, tal vez comprando en más de una cadena también,” dijo Davis, mencionando que su marca de descuento contabiliza el 60% del negocio de supermercado de Loblaw y 40% es convencional. Dada esa tasa, Davis dice que Loblaw se aseguró de tener precios competitivos en sus marcas de descuento para volver a ganar parte de la participación de mercado que perdió durante la pandemia, y sus resultados en el cuarto trimestre mostraron que van mejorando y acortando la distancia. En el cuarto trimestre, Loblaw dijo que las ventas en su retailer de alimentos crecieron 8,6% en la misma tienda, con la división convencional creciendo 10,6% y su división de descuento creciendo 7,4%. Eso es por sobre el 4,7% de crecimiento que logró la división de descuento el trimestre anterior.
- El mercado global de retail de alimentos está en camino a generar unos \$440 billones de dólares en ventas entre el 2020 y el 2022, consiguiendo un crecimiento anual de 3,1%, de acuerdo a los últimos pronósticos de IGD. Esto a partir de un crecimiento excepcional para los alimentos en el 2020, el cual vio a los 20 mercados top crecer en \$280 billones – un 8,8% de crecimiento anual. El crecimiento acelerado en los mercados globales de retail en el 2020 se vieron impulsados por un cambio en la compra de los consumidores de “fuera de casa” a “en la casa” como un resultado de las restricciones de la pandemia. Los pronósticos globales encontraron también que EE.UU permanecerá como el mercado líder hasta el 2022, en el mediano plazo los mercados de EU Centro y Este se espera que crezcan más rápidamente que el mercado de EU del Oeste; el crecimiento en China permanecerá robusto y el cambio acelerado a las compras online continuará. En Norteamérica, Stewart Samuel, Director de Programa en IGD Canadá dijo: “Hay un alto grado de incertidumbre en relación al panorama económico en EE.UU, lo cual depende del nivel de aporte financiero de la nueva administración y de las vacunaciones. Nosotros esperamos un crecimiento relativamente plano para los siguientes 2 años, pero cualquier crecimiento que veamos probablemente será impulsado por e-commerce y formatos de descuento. La pandemia ha enlentecido la pérdida gradual de participación de supermercados e hipermercados mientras los compradores han consolidado sus viajes en tiendas grandes y esperamos que esta tendencia continúe. Los proveedores han tenido oportunidades sin precedentes para capturar nuevos hogares durante la pandemia. Concentrarse en retención y repetir las compras ayudará a consolidar las ganancias en participación del 2020.”

Reino Unido

- Sainsbury's planea eliminar 500 trabajos de oficina para financiar precios más bajos de alimentos, innovación de productos e invertir en compras en línea.
- El director ejecutivo de Sainsbury's, Simon Roberts, describió ayer (3 de marzo) propuestas para adaptar el negocio como parte de su plan para "poner la comida primero".
- Las propuestas, que están sujetas a consulta, permitirán a Sainsbury's ahorrar dinero que puede invertir en alimentos, dijo.
- Implican eliminar 500 puestos de trabajo en recursos humanos, cadena de suministro y logística, mercancías en general y operaciones comerciales, y cualquier ahorro se invertirá en las principales operaciones alimentarias de Sainsbury.
- Simon Roberts, director ejecutivo de Sainsbury's, dijo que planea crear una empresa más simple, ágil y eficiente, y que el dinero ahorrado permitirá a la empresa invertir en "lo que realmente les importa a los clientes: precios más bajos, nuevos productos emocionantes y las más convenientes formas de comprar".
- Dijo: “Sé que el cambio es difícil, pero para hacer el mejor trabajo posible para nuestros clientes, es vital que nos adaptemos. Entiendo que este será un momento muy difícil para los colegas afectados y haremos todo lo posible para apoyarlos plenamente”.
- Para demostrar su compromiso con la mejora de la oferta de alimentos de Sainsbury's, Roberts actualizó a sus colegas en Londres sobre los planes para hacer crecer aún más Groceries Online. Para marzo de 2022, más de 20 tiendas en la capital y sus alrededores tendrán sus departamentos en línea expandidos, lo que permitirá a Sainsbury's entregar miles de pedidos más cada semana.
- Sainsbury's ha duplicado su capacidad en línea desde marzo del año pasado después de que el bloqueo provocó un auge en los pedidos digitales y una carrera entre los tenderos para conquistar el nuevo mercado. Envía más de 850.000 pedidos cada semana.
- "A medida que cambia la demanda de los clientes, debemos poder adaptarnos rápidamente", dijo Roberts. "Nuestra inversión en las tiendas de Londres permitirá que más clientes de la capital accedan a más entregas a domicilio y espacios de Click & Collect, así como a una variedad de opciones de entrega de gran valor, como espacios de 4 horas por solo £ 1".