

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](#)
- Puertos región de Valparaíso: Contenedores movilizados tuvieron un ascenso de 21,6% en enero. [Revisar Aquí](#)
- La consolidación de referentes femeninos en la industria marítimo-portuaria. [Revisar 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.](#)
- Minsal reporta más de 63 mil exámenes de PCR y se acerca a los 10 millones. [Revise Aquí](#)
- Se extienden aportes del Ingreso Familiar Solidario de Emergencia y Bono Covid a marzo y abril. [Revisar aquí](#)

Internacional

EE.UU. / Canada

- La compañía *IRI* realizó un webinar el pasado 3 de marzo llamado “Top Trends in Fresh: Perishables Roles in a Pandemic Retail Landscape”, en el que destacaron:
 - 84% de las comidas de los compradores son consumidas en los hogares, en comparación al 48% en el 2019.
 - 38% de los compradores dicen que planean comer de manera más sana o comenzar una dieta en el 2021 – otro 29% dice que gastará menos.
 - Las ventas de frutas y verduras crecieron en 11,4% en dólares durante el 2020.
 - Mirando específicamente a los alimentos perecibles (carne, panes, quesos, frutas, verduras, etc.), las berries frescas fueron la única fruta que entró a la lista de “Top 15 dollar sales change versus a year ago” quedando en la posición N°5, con un incremento de \$903 millones.
 - El e-commerce ha tenido un impacto masivo:
 - 16% de los hogares usa servicios online como método primario para comprar alimentos.
 - 81% de los compradores de alimentos online espera continuar con la tendencia después de que todos estén vacunados.
 - En el 2020, las ventas de productos frescos online alcanzaron los \$9 billones.
 - Las ventas online de productos frescos en el 2020 crecieron en 87%, 10 puntos más que los productos congelados y otros.
 - 6 de cada 10 compras online de productos frescos se realizaron en los sitios web de los retailers.
- La fecha de la *Organic Produce Summit* ha cambiado. Se realizará en persona durante los días 15 y 16 de septiembre en Monterey, CA.
- Alrededor de 3 de cada 10 operadores de restaurantes (29%) dice que no espera que sus negocios vuelvan a niveles normales en al menos un año, y otro 32% dice que cree que se demorará 7 a 12 meses antes de que el negocio vuelva a sus niveles pre pandemia, de acuerdo a una encuesta publicada por el *National Restaurant Group*. La encuesta a 3.000 compañías de restaurantes busca medir el impacto de la pandemia del COVID-19.
- La encuesta encontró que, desde febrero, sólo 40% de los operadores están ofreciendo servicios al aire libre en un espacio como el patio, terraza o en la vereda – este número era 49% en noviembre y 67% en septiembre.
- En general, las ventas entre los restaurantes encuestados por la *NRA* cayeron en 26% durante enero 2021, comparado con enero 2020. Los restaurantes de servicio completo sufrieron las mayores pérdidas, con ventas 35% menores. Incrementos en ventas fuera de los locales ha dado un pequeño indulto a los restaurantes. Entre los operadores que dice que sus negocios fuera del local ha incrementado en comparación a los niveles pre COVID, cerca de dos tercios (65%) dice que el aumento en sus ventas fuera del local ha suplido menos de 30% de lo que se perdió en ventas dentro del local.

España

- El mercado global de alternativas vegetales ha cerrado 2019 con una facturación de 42.000 millones de dólares, lo que supone un incremento del 10% desde 2010. Sin embargo, se prevé que el sector alcance los 74.000 millones de dólares en 2027, con una tasa de crecimiento anual compuesto del 12%.
- “La pandemia ha impulsado la compra de esta clase de alimentos, por lo que se prevé que en 2020 las alternativas vegetales experimenten un importante crecimiento, el cual se ha duplicado desde 2012”, asegura Cristina Rodrigo, directora de *ProVeg*, durante la presentación de “Violife”, una alternativa al queso que llega a España de la mano de *Upfield*.
- En España, el valor de las ventas de las alternativas vegetales supone un total de 448 millones de euros en 2020, un 18% más con respecto al año anterior, pero un 48% con respecto a los dos últimos años. En volumen, España registra unas ventas de 265 millones de litros/kilogramos, un 14% más con respecto a 2019 y un 20% más frente a 2018, “debido principalmente al buen comportamiento de las leches vegetales, yogures y carne”, explica Rodrigo.
- *ProVeg*, prevé que el sector mundial de la carne vegetal alcance un valor de ventas de 28.000 millones de dólares en 2025, mientras que en la categoría de lácteos se espera que alcance los 37.000 millones de dólares en ese mismo periodo, con una tasa de crecimiento anual compuesto del 11%. En concreto, las alternativas al queso se espera que crezcan un 7,6% hasta los casi 4.000 millones de dólares.
- De acuerdo a un estudio presentado por *ProVeg*, el 10% de la población en España es vegana, flexitarina o vegetariana, siendo Madrid la ciudad con mayor cantidad de “veggies” (14%). Además, hay un 68% de españoles que asegura realizar un esfuerzo por consumir proteínas de fuentes vegetales.
- Además, las alternativas vegetales que más se consumen en España son la leche (92%), la carne (84%) y los yogures (67%). Los consumidores señalan en el estudio su deseo de encontrar más alternativas vegetales en las categorías de queso o pescados y mariscos. De hecho, el 73% de los consumidores “veggie” asegura que no hay alternativas suficientes al queso.