

Nacional

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

Noticias de Logística

- Cámara Marítima Internacional manifiesta preocupación ante vacunación como requisito obligatorio para tripulantes. [Revisar aquí](#)
- Revise la situación de los puertos de Chile. [Revisar Aquí](#)
- Cuatro depósitos de Maersk en Chile se incorporan a plataforma TradeLens. [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, Los Lirios, Teno y Cabrero operativos.

Regulaciones

- Revise las cifras oficiales de Covid en Chile. [Revise Aquí.](#)
- Reporte COVID-19: Más de 13 millones de personas estarán en cuarentena a partir del jueves 25 de marzo. [Revise Aquí](#)
- Revise publicación en el Diario Oficial del Decreto del Ministerio de Energía sobre fijación de Horas punta para el 2021. [Decargar aquí](#)

Internacional

EE.UU. / Canada

- La agencia de marketing *Acosta* describió los cambios en el comportamiento de compra entre cuatro grupos distintivos de consumidores que emergieron como resultado de la crisis de salud pública.
 - Los grupos de consumidores identificados por *Acosta* en "COVID Consumer Journey: Passive to Panic" fueron "Staying the Course", hombres jóvenes empleados; "Social Distancers", Millennials empleados y/o Millennials con hijos; "Hunkering Down", gente de mayor edad y retirada o desempleados; y "Panic Button", gente de la Gen X con hijos o gente mayor sin hijos.
 - El análisis del reporte para estos grupos de consumidores incluye:
 - **Cambios en comportamientos de compra por segmento:**
 - *Panic Button*, con 21% de los compradores y altas preocupaciones sobre el COVID-19, hizo cambios considerables y rápidos como abastecerse y comprar online.
 - *Hunkering Down*, con 28% de los compradores, hizo cambios moderados como comprar menos y gastar menos.
 - *Social Distancers*, con 28% de los compradores, hizo pequeños cambios, como comprar más alimentos que de costumbre.
 - *Staying the Course*, con 23% de los compradores, no hizo cambios en sus hábitos de compra y tuvo menores preocupaciones sobre el COVID-19 en general.
 - **Cambios que perdurarán post COVID-19:**
 - Los compradores *Panic Button* son propensos a mantener sus nuevos hábitos: 82% planea continuar con al menos algunos de los hábitos inspirados por la pandemia, mientras que 27% planea mantener la mayoría o todos los nuevos hábitos.
 - Es probable que los *Social Distancers* vuelvan a sus comportamientos de compra pre pandemia, con 29% planeando esto, comparado con 19% de los compradores *Hunkering Down* y 17% de los compradores *Panic Button*.
 - **Prioridades de compra post COVID-19:**
 - Entre los compradores como un todo, la disponibilidad de productos será la mayor prioridad (60%), seguida por menores precios (52%) y seguridad de los clientes (42%).
 - Los compradores *Staying the Course* priorizarán: conveniencia, menores precios y buen servicio al cliente.
 - Los compradores *Social Distancers* priorizarán: seguridad de los clientes y pagos rápidos.
 - Los compradores *Hunkering Down* priorizarán: promociones, menores precios y la opción de despacho.
 - Los compradores *Panic Button* priorizarán: disponibilidad de producto, seguridad de ellos clientes y la opción de despacho o retiro en tienda.

Europa

- El evento anual de la industria de la manzana **Interpoma** no se llevará a cabo este año como estaba planeado, luego de que el organizador Fiera Bolzano anunció que había optado por reprogramarlo para el 17-19 de noviembre de 2022.
- "Después de una evaluación exhaustiva y una serie de discusiones con las empresas expositoras, hemos decidido volver al calendario habitual de ferias comerciales, que ve a **Interpoma** como un evento bienal programado en años pares", dijo la empresa.
- La edición de 2020 se llevó a cabo exclusivamente en línea, lo que llevó a Fiera Bolzano a apuntar a un espectáculo físico en 2021. Sin embargo, considerando el alcance internacional del evento (atrajo a visitantes de 70 países diferentes en 2018) y su enfoque en recorridos personalizados a la región de cultivo de manzanas circundante de *Bolzano*, el consejo de administración de la empresa decidió centrarse en reiniciar en el otoño de 2022.
- "La incertidumbre con respecto a los viajes internacionales para el próximo otoño nos ha llevado a la decisión, después de una evaluación exhaustiva, de posponer la feria comercial **Interpoma** hasta 2022", declaró el director gerente Thomas Mur.
- "Interpoma prospera en un ambiente internacional con visitantes profesionales de todo el mundo. Estamos seguros de que en 2022 podremos ofrecer nuevamente un formato que cumpla con las expectativas de nuestros expositores, visitantes y socios".