

Nacional

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

Noticias de Logística

- Pandemia hace resurgir la idea de una ley que deje más recursos en las ciudades portuarias. [Revisar aquí](#)
- Revise la situación de los puertos de Chile. [Revisar Aquí](#)
- Puertos región de Valparaíso, Chile: Carga total movilizada y manipulada aumentó un 23,0% en febrero. [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.](#)
- El Ministerio de Salud pone a disposición de la comunidad el 110º informe epidemiológico de COVID-19. [Revisar aquí.](#)
- Ministerio de Relaciones Exteriores publica Informe Mensual de Comercio Exterior - Marzo 2021. [Descargar aquí](#)

Internacional

EE.UU. / Canada

- La pandemia del COVID-19 ha provocado un aumento importante en las compras online de alimentos, de acuerdo a una nueva encuesta realizada a casi 8.000 consumidores de *PowerReviews*.
- Más de 6 entre 10 consumidores dijeron que compraban alimentos online más ahora que antes de la pandemia. 73% de los consumidores han comprado sus alimentos online durante los últimos 3 meses comparado con sólo el 17% durante el 2017.
- La adopción acelerada de compras de alimentos online está siendo liderada por "Millennials", con 8 de cada 10 realizando compras en los últimos 3 meses, seguidos por un 74% de la "Generación Z" y 72% de la "Generación X". Esto se compara al 60% de la generación de los "Baby Boomers"
- La posibilidad de ahorrar tiempo está impulsando a un 59% de los consumidores a comprar online, seguido por la seguridad, o deseos de evitar la exposición al COVID-19 (49%) y evitar los impulsos de compras (31%). Otras razones incluyen la habilidad de fácilmente comparar productos y precios (24%), obtener información de productos y reseñas (22%) y la dificultad de llegar a la tienda física (20%).
- Supermercados convencionales y grandes almacenes vieron el más grande incremento de compradores de alimentos online, saltando desde un 38% en 2017 a un 65% en el 2021. Sólo un 22% está utilizando recursos nativos digitales como *Amazon Fresh* y *Drizly*, por debajo del 39% de lo visto hace 4 años atrás. Servicios de terceros como *Instacart* (20%) y *Meal Kits* (15%) completan las opciones inferiores.
- Los consumidores tampoco parecen estar atados a una tienda de alimentos en línea. Alrededor de un tercio utiliza más de un servicio para comprar alimentos. Esto puede ser debido a la variedad de factores como disponibilidad de productos, ubicación y precios.
- Los productos más comúnmente comprados son los envasados no perecibles como sopas en lata, snacks, y cereales (70%), lo cual aumentó de un 58% en 2017. Líquidos como jugo, bebidas y agua embotellada están siendo comprados por 58% de los compradores de alimentos online, con un aumento de un 33% de hace 4 años atrás.
- Casi la mitad (56%) de los compradores online están comprando alimentos perecibles como carne, frutas, verduras y lácteos, un aumento de 47% desde el 2017, lo cual es notable considerando que una de las principales quejas acerca de las compras de alimentos online es acerca del deterioro o que personas extrañas seleccionen sus productos y un 54% de los compradores de alimentos online han comprado alimentos congelados, un aumento de 32% desde el 2017.
- Compras de alimentos online tampoco están previniendo que los consumidores exploren nuevos productos. Mientras a algunos consumidores les agrada la compra de alimentos online porque previene el impulso de compras, 83% están abiertos a comprar cosas que no han probado anteriormente de algún proveedor online. Los grupos que están más dispuestos a probar nuevos ítems son los "Millennials" con 89% y la "Generación Z" (87%)

España

- El supermercado online creció un 90% de enero a septiembre de 2020. Las cifras reflejan cómo la pandemia incrementó de forma repentina la demanda para hacer pedidos en los supermercados a través de sus páginas web en un intento por reducir el número de visitas a las tiendas físicas.
- Las ventas a través de internet de los supermercados, hipermercados y tiendas de alimentación se dispararon el 90% durante los nueve primeros meses del 2020 por efecto del COVID-19, hasta superar los 1.173 millones de euros.
- Según lo informado por los datos trimestrales publicados este viernes por la *Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia* (CNMC), que recoge *Efe* y que apuntan a que el gasto general a través del comercio online entre enero y septiembre del pasado ejercicio rondó los 37.000.000 millones, el 4% más.
- Las cifras reflejan cómo la pandemia incrementó de forma repentina la demanda para hacer pedidos en los supermercados a través de sus web, en un intento por reducir el número de visitas a las tiendas físicas, lo que incluso provocó inicialmente retrasos en su gestión.
- Sólo en el tercer trimestre del 2020, el gasto realizado en compras del supermercado por esta vía prácticamente se duplicó, al pasar de los 192 millones de 2019 a los 378 millones de un año después.
- No obstante, las estadísticas de la CNMC evidencian un uso menos acentuado de la compra en el súper online entre julio y septiembre, respecto al trimestre anterior (entre abril y junio rozó los 494 millones de euros, un valor récord desde que hay registros, a finales de 2013).
- El número de transacciones (actos de compra) registradas en esta rama de actividad fue de 15,9 millones en los nueve primeros meses de 2020, un 70 % más respecto al mismo período del ejercicio anterior.

Reporte Corona Virus ASOEX #261 (12 de abril 2021)