

Nacional

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

Noticias de Logística

- Autoridad Marítima de Panamá expresa preocupación por proyecto de ley que modifica régimen salarial de portuarios. [Revise Aquí](#)
- Revise la situación de los puertos de Chile. [Revise Aquí](#)
- Incremento de tarifas de flete de portacontenedores presiona a pequeños expedidores. [Revise Aquí](#)
- US\$ 3.772 millones recaudó Aduanas el primer trimestre con un aumento del 22,9%. [Revise Aquí](#)
- Cancillería presenta candidatura de Chile a la Organización Marítima Internacional. [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, 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 110° informe epidemiológico de COVID-19. [Revise Aquí](#).

Internacional

EE.UU. / Canadá

- Los precios de los comestibles están bajando a medida que los restaurantes vuelven a abrir, mostró una nueva información de la *Oficina de Estadísticas Laborales*. La inflación de precios de los alimentos consumidos en el hogar se redujo a 3,3% en marzo sobre una base interanual, según indicó la *Oficina de Índice de Precios al Consumidor*. Esa cifra fue de 3,7% en febrero.
- El índice para comidas fuera del hogar en marzo – un indicador de la inflación de los restaurantes – aumentó un 3,7% año tras año, lo cual marca el primer mes desde que se establecieron las restricciones pandémicas en marzo pasado, que los precios de los alimentos en los restaurantes aumentaron más rápido que los de los comestibles en tiendas.
- Dos de los principales índices de grupos de alimentos de las tiendas de comestibles aumentaron: El índice de las frutas y verduras subió 1% en marzo, seguido de 0,7% en febrero.
- Un año dentro de la pandemia del COVID-19 los consumidores son cada vez más conscientes del impacto en la salud, bienestar y del entorno en que los productos en su tienda de comestibles tienen, por lo cual los retailers tienen una oportunidad significativa para ayudar a los compradores a llenar sus carros de compra con productos que cumplan con sus necesidades y preferencias.
- “La pandemia destacó la filosofía de la comida y la medicina, y los consumidores han estado prestando más atención a la alimentación saludable”, dijo Shelley Balanki, vicepresidente senior de la compañía de investigación y análisis *The Hartman Group*. “es una tendencia que aceleró realmente porque los consumidores estaban interesados previo a la pandemia en bienestar saludable, alimentándose por metas específicas y necesidades, pero con el inicio de la pandemia que se enfocó en bienestar saludable personalizado ha cambiado el enfoque hacia la inmunidad personalizada y la alimentación por la inmunidad”.
- *Sifter SP*, lanzó recientemente “*sifter.shop*”, un servicio online gratuito que permite a los clientes crear un perfil de dietas personalizadas y buscar productos que cumplan sus preferencias. Una vez que el cliente ha seleccionado los productos y están listos para comprar, *Sifter* coloca los productos en el carro de compra online de una lista creciente de socios del retail incluyendo *Walmart, Amazon, Stop & Shop y Giant*.
- Por otro lado, los clientes pueden utilizar la lista compilada por *Sifter* para comprar directamente en la tienda de su proveedor local. *Sifter* tiene más de 100 filtros de dieta, llamados “*SiftTags*”, que están agrupados en 5 categorías incluyendo alergénicos & preocupaciones, dietas saludables, dietas de estilo de vida, medicamentos y prácticas responsables.

Reino Unido

- Una nueva investigación de *YouGov* ha confirmado una serie de tendencias de consumo relacionadas con Covid, y la mayoría de los compradores del Reino Unido encuestados dicen que sus hábitos han cambiado durante la pandemia.
- Más de la mitad de los consumidores en 11 mercados dijeron que habían cambiado su comportamiento de compra, y en el Reino Unido, seis de cada diez dijeron que habían adaptado su rutina de compra de alimentos. Los británicos han preferido comprar cerca de sus hogares o en tiendas más grandes, con el 31% comprando alimentos en una tienda de conveniencia y el 82% en un supermercado. Mientras tanto, los viajes a granjas y mercados locales disminuyeron, lo que sugiere una disminución en la preferencia por los alimentos comprados de fuentes locales.
- La proporción de quienes utilizaron granjas y mercados locales se redujo en un 4% entre 2019 y 2020, según las cifras de *YouGov*. Sin embargo, esto puede deberse a la accesibilidad limitada, ya que muchos lugares se vieron obligados a cerrar..
- Casi dos quintas partes (38%) dijeron que planean hacer un mayor uso de estas opciones en el futuro, una tendencia que se puede observar en todo el mundo y particularmente en India (67%), China (64%) e Indonesia (63%).
- En el Reino Unido, la proporción de quienes hicieron sus compras de comestibles dos o tres veces por semana disminuyó del 34% en 2019 al 27% en 2020, mientras que la proporción que hizo sus compras una vez a la semana aumentó del 26% al 33%.
- Los cambios en el comportamiento de compra de los consumidores a lo largo de la pandemia varían según las diferentes categorías de bienes de consumo. Una cuarta parte de los británicos aumentó su consumo de productos de despensa como pasta, arroz y verduras enlatadas (23% neto) y el 20% compró más alimentos congelados, y una minoría significativa dijo que almacenaba productos (30%).
- Después de la crisis, casi la mitad de los consumidores británicos (49%) dijeron que quieren comprar productos más sostenibles, mientras que seis de cada diez harán más esfuerzos para apoyar a las empresas locales (61%).