

Nacional

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

Noticias de Logística

- Puerto de Coquimbo cierra temporada de la fruta con un aumento del 15% respecto a 2020. [Revisar Aquí](#)
- Revise la situación de los puertos de Chile. [Revisar Aquí](#)
- Puerto Valparaíso y ZEAL firman acuerdo que permitirá mejorar competitividad de terminales. [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, Coquimbo, Los Lirios, Teno y Cabrero operativos.

Regulaciones

- COVID-19: Reporte diario. [Revisar Aquí.](#)
- Cifras Oficiales COVID-19. [Revisar Aquí.](#)
- Balance logístico aéreo por vacunas: Más de un millón de dosis contra el coronavirus ha sido distribuido en 173 vuelos. [Revisar aquí](#)

Internacional

EE.UU. / Canadá

- David Coletto, CEO de *Abacus Data*, compañía de investigación y estrategias de mercados, realizó el discurso de apertura durante la sesión final de la primera convención y feria virtual "Fresh Week" de la *Canadian Produce Marketing Association* realizada entre el 12 y 16 de abril.
- Coletto entregó estadísticas acerca del comportamiento del consumidor canadiense a un año desde que comenzó la pandemia:
 - 48% dijo que la vida es más simple ahora, y que les gusta eso.
 - 65% dijo que sus comportamientos y preferencias para comprar y utilizar servicios de comestibles ha cambiado, y es 10% mayor en los *Millennials* y la *Generación Z*.
 - 73% está conectado más tiempo online a través del teléfono o computador, y es 5% más para los más jóvenes.
 - 79% está cocinando más en el hogar y trabajando desde casa.
 - 68% piensa más acerca de la comida y de donde proviene.
 - 89% de los compradores principales visitaron un supermercado al menos una vez durante la semana pasada, y 16% visitó una tienda 3 o más veces por semana.
 - 43% dijo que están visitando las tiendas de alimentos menos seguido de lo que regularmente lo hacían.
 - 23% dijo que la experiencia de compra es peor que antes de la pandemia, hace unos meses atrás eso estaba en el rango del 40%.
 - 36% piensa que no comen suficientes frutas y verduras, 29% está de acuerdo que las dietas a base de vegetales son más saludables que las que incluyen alimentos con base animal, y otro 30% tiende a estar de acuerdo.
 - Es probable que el 72% continúe cocinando más comidas en casa después de que la mayoría de los lugares vuelvan a abrir.
 - 56% dijo que es más probable que, o están considerando, tomarse unas vacaciones de verano.
 - 38% dijo que quieren trabajar en la oficina a tiempo completo o la mayoría del tiempo y 39% quiere trabajar desde la casa la mayoría del tiempo.
 - La salud sea lo más importante, como lo demuestra el 74% de los canadienses que dijeron que la pandemia hizo que se centraran más en su salud y bienestar.

Reino Unido

- Las ventas de comestibles en el Reino Unido aumentaron un 7,4% en las primeras 12 semanas de 2021, un 3% menos en comparación con el mismo período en 2020, según datos de *Kantar*.
- La reducción en la tasa de crecimiento coincide con el aniversario del primer bloqueo de Covid-19, que impulsó un aumento en las ventas de comestibles. También hay indicios de que los compradores están regresando a las tiendas físicas, ya que el crecimiento de las ventas en línea también se redujo.
- Las ventas en línea fueron un 89% más altas que en esta época del año pasado, pero la participación de mercado del canal retrocedió hasta el 14,5% desde el récord del 15,4% registrado en febrero de 2021.
- Fraser McKeivitt, director de comercio minorista y conocimiento del consumidor de *Kantar*, dijo: "La llegada de la primavera marca el comienzo de un período realmente interesante para el mercado de comestibles. El aniversario del primer cierre nacional significa que comenzamos a comparar las ventas de comestibles con los niveles récord vistos en los primeros días de la pandemia y, como resultado, el crecimiento tal vez no haya caído sorprendentemente en las últimas cuatro semanas. En esta época del año pasado, los británicos se estaban adaptando al cierre de escuelas y oficinas y hacían viajes adicionales al supermercado para llenar sus armarios y cerrarlos. Para poner eso en contexto, los compradores hicieron 117 millones menos de viajes al supermercado este mes en comparación con las tensas semanas de marzo de 2020".
- Sin embargo, el gasto en comestibles sigue siendo considerablemente más alto que los niveles previos a la pandemia, y el período de Pascua puede provocar una reactivación.
- "Las temperaturas más cálidas y las noches más ligeras significan que muchos de nosotros estamos planeando reuniones al aire libre durante el fin de semana largo: el 61% de las personas esperan volver a socializar con amigos y el 23% de los hogares planean desempolvar la barbacoa si el clima es bueno para nosotros. Hay indicios de que las personas están haciendo un esfuerzo especial, incluso simbólico, este año y los abuelos podrían aparecer con golosinas adicionales después de 12 meses de restricciones", dijo McKeivitt.
- *Tesco* aumentó sus ingresos en un 8,5% y capturó el 27,1% del mercado, un aumento de 0,3% en comparación con el mismo período del año pasado.