

## Nacional

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

## Noticias de Logística

- Puerto Valparaíso invita a webinar “China en el Sistema Internacional Contemporáneo”. [Regístrate Aquí](#)
- Revise la situación de los puertos de Chile. [Revisar Aquí](#)
- Ministra de Transportes reafirma urgencia de construir megapuerto en Asamblea Anual de Colsa. [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.](#)
- Ministro de Hacienda y Directora de Presupuestos presentan Informe de Finanzas Públicas. [Revisar Aquí.](#)
- Subsecretaría de Salud Pública refuerza llamado a vacunación de embarazadas con comorbilidades. [Revisar aquí](#)

# Reporte Corona Virus ASOEX #273 (28 de abril 2021)

## Internacional

### EE.UU. / Canadá

- Con gran crecimiento en los resultados de *Berries* pero una baja en los carozos, han habido cambios substanciales en la producción de fruta de verano en California en 10 años.
- La información exportaciones del *Departamento de Agricultura de Estados Unidos* muestra como algunos productos han crecido significativamente, mientras otros se han reducido:

Producto	2020	2010	Diferencia
<b>Manzanas</b>	13.850 toneladas	48.400 toneladas	-71%
<b>Damascos</b>	2.200 toneladas	9.800 toneladas	-76%
<b>Paltas</b>	199.200 toneladas	269.500 toneladas	-27%
<b>Arándanos</b>	28.400 toneladas	13.200 toneladas	115%
<b>Cerezas</b>	45.700 toneladas	61.950 toneladas	-23%
<b>Uva de mesa</b>	745.000 toneladas	760.000 toneladas	-2%
<b>Kiwi</b>	27.450 toneladas	4.050 toneladas	578%
<b>Nectarines</b>	66.600 toneladas	147.250 toneladas	-55%
<b>Duraznos</b>	89.200 toneladas	197.450 toneladas	-55%
<b>Ciruelas</b>	36.250 toneladas	136.200 toneladas	-74%

### Global

- Después de haber lanzado las etiquetas de consumo GGN para la acuicultura y la floricultura en 2016 y 2017 respectivamente, el organismo de certificación *GlobalGAP* ha introducido "GGN Agriculture", una etiqueta de categorías cruzadas que incluye frutas y verduras, con el fin de ayudar a fomentar la confianza entre las marcas sostenibles y los consumidores.
- Federica Berardo, directora de operaciones de marketing de *GlobalGAP*, reveló que la etiqueta podría ser utilizada por productores de frutas y hortalizas con un certificado de Garantía Integrada de Granja, una evaluación de Grasp totalmente compatible, un certificado para toda la cadena y una prueba de participación en el sistema de monitoreo de residuos de *GlobalGAP*.
- "Este es un paso muy importante para nosotros, para las partes interesadas que trabajan con nosotros y para los consumidores", dijo durante un seminario web en vivo. "La confianza es un componente muy importante para impulsar las compras, y la transparencia es un componente para generar confianza en la marca".
- La directora, Kristian Moeller, explicó: "Los consumidores siempre preguntan: "¿De dónde provienen mis alimentos?" La protección del bienestar social y el medio ambiente juega un papel más importante cuando se trata de generar confianza en los consumidores y también de determinar las decisiones de compra. La etiqueta del consumidor juega un papel importante. Ofrecer una etiqueta para el consumidor y un portal para el consumidor para conectarlos ayudará a desencadenar nuevas decisiones de compra".
- Según Berardo, los consumidores son pragmáticos y concretos sobre lo que quieren. "Les importa el producto que traen a casa, quieren saber de dónde viene, quién lo produjo y cómo, especialmente", dijo. "Y lo ideal es que quieran tener esta información directamente en el producto.
- "Ofrecemos transparencia sobre el producto, directamente sobre el producto. Esto aumenta la confianza en el minorista o en las marcas de los productores y, en última instancia, conduce a compras y recompras. Y ese es exactamente el papel de la etiqueta, facilitar este círculo virtuoso de confianza".
- Con respecto al mercado del Reino Unido, Berardo dijo que se estaba trabajando para promover la adopción de la etiqueta en los supermercados del Reino Unido. "Tan pronto como tengamos presencia allí, y somos muy optimistas de que esto sucederá muy pronto, entonces, por supuesto, pasaremos a la segunda fase, que consiste en mejorar el reconocimiento de etiquetas para el cliente final en el mercado del Reino Unido.", Reveló.