

## Nacional

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

## Noticias de Logística

- Portacontenedores: Medidas antimonopolio escasamente impedirán el alza de las tarifas de fletes. [Revisar Aquí](#)
- Revise la situación de los puertos de Chile. [Revisar Aquí](#)
- Puerto San Antonio inicia construcción del Paseo Borde Costero Norte. [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: Datos Oficiales de Chile. [Revisar Aquí.](#)
- Ministerio de Hacienda informa retiros por US\$ 3.232 millones desde los Fondos Soberanos en el mes de abril. [Revisar Aquí.](#)
- COVID-19: Ministerio de Salud anuncia Plan de Vacunación Extramural. [Revisar aquí](#)

## Internacional

### EE.UU. / Canadá

- Precios de fruta fresca aumentaron 0,7% desde febrero a marzo, y ahora están 5,6% más elevados que en marzo de 2020, indicó el reporte "Food Price Outlook" del *Departamento de Agricultura de Estados Unidos*.
- El aumento de marzo en los precios de la fruta fresca continuó con un 1,3% de aumento desde febrero, de acuerdo al reporte.
- Economistas del *USDA* dijeron que los aumentos recientes han sido impulsados en gran medida por el aumento de los precios de las manzanas de 1,7% desde enero y 0,9% entre febrero y marzo.
- Adicionalmente, el reporte indicó que los precios de los cítricos aumentaron 9,8% desde marzo 2020 a marzo 2021. El *USDA* dijo que se predice que los precios de fruta fresca aumentarán entre 2% a 3% en 2021, con la categoría agregada de frutas frescas y vegetales, de la cual se predice que aumentará entre 1,5% y 2,5%.
- Para este año, el *USDA* dijo que para los precios de la comida-en-casa se espera un aumento entre 1% y 2%, mientras que para la comida fuera-de-casa (restaurantes) se espera un aumento entre 2,5% y 3,5%.
- De acuerdo al *Grupo NPD*, la relación entre el estado de ánimo y la alimentación jugó un rol significativo durante la pandemia del coronavirus, especialmente cuando se trata de snacks.
- En el informe "Future of Snacking" de la compañía de investigación de mercado publicado recientemente, que muestra como es el consumo de bocadillos en Estados Unidos ahora y en los próximos dos años, los bocadillos y golosinas (tanto mejores para usted como indulgentes) ayudan a llenar los vacíos creados por la tristeza, el aburrimiento, el estrés y otros estados de ánimo.
- El consumidor estadounidense promedio comió mas de un 37% de snacks y golosinas mientras se sentía triste o deprimido durante la pandemia que en 2019.

### Reino Unido

- El supermercado *Waitrose* dice que ha habido un aumento notable en el interés en lo orgánico a medida que el país comienza a abrirse.
- El supermercado encargó una encuesta de *OnePoll*, que mostró que una cuarta parte de los encuestados había aumentado la cantidad de artículos orgánicos en sus canastas de compras o había comprado productos orgánicos por primera vez en los últimos 12 meses. Alrededor del 61% de las personas dijeron que les gustaría comprar más productos orgánicos en el futuro.
- En la parte superior de la lista de razones para comprar más estaba la preocupación por el medio ambiente y el cambio climático, citada por el 39% de las personas. A esto le siguieron de cerca las preocupaciones sobre las normas alimentarias y un interés renovado en la cocina, los cuales fueron citados por el 36%. Un tercio de los encuestados dijo que volver a conectar con la naturaleza y la vida silvestre también había influido en sus hábitos de compra.
- *Waitrose* también notó un aumento en las ventas de su marca *Duchy Organic*, que aumentaron más del 10% en comparación con el año pasado, y las frutas orgánicas aumentaron un 15%.
- Elen Ormson, gerente de marca de *Waitrose Duchy Organic*, dijo: "Más tiempo en casa ha traído una mayor conciencia sobre dónde y cómo llegan los alimentos a nuestras mesas de cocina. *Waitrose Duchy Organic* ha crecido hasta convertirse en la marca de alimentos y bebidas orgánicas más grande del Reino Unido y, después de un año de ventas récord, luce una nueva apariencia que refleja mejor las credenciales de bienestar animal y sostenibilidad que sabemos que son tan importantes para nuestros clientes".
- Clare McDermott, directora de desarrollo comercial de *Soil Association*, agregó: "La crisis sin precedentes de 2020 ha significado que muchos de nosotros estemos comprando y comiendo de manera diferente, preparando y planificando comidas, comprando localmente y sintiéndonos más conscientes de nuestro medio ambiente. Y con la naturaleza cada vez más importante para muchos de nosotros, estamos pensando mucho más detenidamente sobre el origen de nuestros alimentos, cómo se producen y su impacto en el medio ambiente".