

**INFORME COMPLETO**  
IMPACTO DEL COVID-19 EN EL  
COMERCIO MUNDIAL



## ASIA Y OCEANÍA

| OFICOM: AUSTRALIA                                   |  |
|---|--|
| <b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b> | <p>La instrucción del Gobierno Federal para los cuatro estados y los territorios es que todas las personas deben permanecer en sus hogares.</p> <p>Con esto, sólo las personas que realizan labores de oficinas pueden hacerlo desde sus hogares, mientras que los trabajadores de sectores esenciales siguen atendiendo a sus lugares de trabajo.</p> <p>En relación al impacto en el comercio, salvo negocios esenciales, como supermercados y farmacias, todo el comercio está cerrado.</p> |
| <b>Operación OFICOM</b>                             | <b>Teletrabajo</b>   |
| <b>Situación de mercado</b>                         | <p><b>Puertos:</b></p> <p>Los puertos están abiertos y operando. La autoridad federal dispuso restricciones a tripulación que haya tenido menos de 14 días de auto cuarentena a bordo, y que la autoridad portuaria de Queensland está más estricta.</p>   |
|   | <p><b>Logística:</b></p> <p>No se detecta ningún cuello de botella en la cadena logística</p>  |
|   | <p><b>Mayoristas:</b></p> <p>Quienes abastecen a supermercados y tiendas de alimentos están operando a máxima capacidad.</p> <p>Productos de alimentos y limpieza en general han tenido alzas en sus ventas.</p>   |
|   | <p><b>Retail y HORECA:</b></p> <p>Los supermercados están funcionando al 100%.</p> <p>Las operaciones del sector HORECA están al mínimo, el sector Food service está cerrado.</p> <p>Los importadores de productos chilenos contactados por la oficina comercial están en momento de incertidumbre, por lo tanto, no tienen necesidad de comprar a futuro hasta que el país vuelva a la normalidad.</p>  |
| <b>eCOMMERCE</b>                                    | <p>Se observa un aumento en las ventas por este canal. Acorde al portal <i>Insideretail</i>, las ventas han crecido en un 9,4%.</p> <p>A día de hoy, ninguna empresa chilena tiene venta directa de productos online. De momento no se aprecia ninguna oportunidad para productos chilenos en eCommerce. Post-crisis se debe evaluar.</p> <p>Los principales portales en el mercado son: Amazon, Ebay, Etsy, MyDeal.com.au, Catch.com.au, Kogan, Woolworths, Kmart, Target, entre otros.</p>   |
| <b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b>                | <p><b>Frutas Congeladas y Secas:</b></p> <p>De acuerdo a la información entregada por importadores de frutas (congeladas y secas), los ingresos se están generado de la venta a supermercados solamente. Food service no está comprando debido al cierre. Se proyecta a la baja.</p>   |

|                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| <b>OBSTACULOS<br/>COMERCIO</b>       | <b>AL</b> No se registran a la fecha  |
| <b>OPORTUNIDADES<br/>COMERCIALES</b> | <p>Se presentan oportunidades en insumos hospitalarios.</p> <p>De momento, el sector minero se mantiene operando con normalidad. Es el sector donde se espera apoyar con oportunidades.</p> <p>El Gobierno de Australia confirmó que la capacidad de producción local de alimentos permite abastecer a 75 millones de personas al año, por lo tanto, no existe ningún riesgo de desabastecimiento con fronteras cerradas.</p> |
| <b>Contacto Oficina</b>              | Paula Moreno – pmoreno@prochile.gob.cl  |

| OFICOM: CHINA                                       |  |
|---|--|
| <b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b> | <p>El gobierno está impulsando el retorno de la actividad económica, sin embargo, se mantienen las recomendaciones de protección personal: uso de mascarillas y distanciamiento social. Pese al gradual retorno de la actividad comercial, aún no se aprecia una reactivación significativa del consumo de bienes no esenciales.</p> <p>La entrada al país está muy controlada; desde el 28/03 no se permite el ingreso de extranjeros salvo contadas excepciones. Se permite operar solo una ruta desde/hacia China por aerolínea, y con una frecuencia máxima de 1 vez por semana. Se aplica una cuarentena obligatoria de dos semanas al entrar al país.</p> <p>Se requiere el uso de código verde, tanto de personas locales como extranjeros, el que indica que una persona no ha salido de China, o ya cumplió cuarentena. Eso se está exigiendo en la entrada de edificios, restaurantes, etc.</p>  |
| <b>Operación OFICOM</b>                             | Presencial en horario reducido.  |
| <b>Situación de mercado</b>                         | <p><b>Puertos:</b><br/>La actividad está retornando a la normalidad, y la congestión de contenedores en puerto va en mejoría. No se observan desvíos de carga, y el personal está retornando a sus puestos de trabajo.</p> <p>La escasez de reefers ha provocado un alza de precios en las tarifas internacionales, se estima que en algunos casos hasta de un 200%.</p> <p>Los envíos de contenedores han experimentado un aumento, se teme que puertos en zonas afectadas de occidente no tengan capacidad de gestionar el aumento de tráfico de carga debido a restricciones de movimiento y eventual falta de operadores.</p> <p>La gravedad de la situación por el Covid-19 en el resto del mundo ha producido cancelación de muchas rutas marítimas. Los importadores tienen la preocupación de eventuales suspensiones de transporte marítimo desde Chile.</p> <p><b>Logística:</b><br/>La importante reducción de vuelos comerciales ha producido escasez de rutas para el traslado de carga aérea. Esto ha generado igualmente un alza en las tarifas de cargo aéreo.</p> <p>La red logística interna de China comienza a funcionar cercana a la normalidad. Hay que tener presente que la actividad económica está muy impactada, y 429.000 empresas se disolvieron o pausaron operaciones durante el peak de la crisis (CNBC). Sin embargo, una encuesta realizada por NBS indica que un 96.6% de las empresas grandes y medianas ya están operando.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>Los mercados mayoristas están reactivándose pero operan aun a un ritmo menor al normal. Los mayoristas manifiestan preocupación de cara a una potencial inestabilidad de suministro desde Chile.</p> |

|   |   |
|---|---|
|   | <p>Los mercados de fruta fresca en mercado muestran movimiento usual. Se debe manejar stock de algunos productos, como congelados y vino.</p> <p><b>Retail y HORECA:</b><br/>Ventas de supermercados (online y offline) a ritmo normal. El consumo de productos básicos y domésticos se mantiene. A día de hoy se aprecia en algunas góndolas falta de productos. Según información de supermercados esto se debe a los problemas de países europeos y de Estados Unidos, en la entrega de alimentos.</p> <p>El canal HORECA está severamente afectado por la falta de consumidores. Pese a apertura de restaurantes, las personas no están saliendo a comer. Por ejemplo, los restaurantes están atendiendo en promedio entre un 10% a 20%, de su capacidad. En un estudio publicado por Nielsen, el 86% de los encuestados indicó que saldrán menos a comer, y comerán más en sus casas en un período post-pandemia.</p> <p>Una encuesta publicada por el WEF da cuenta de que el 65% de los consumidores chinos va a restringir sus gastos post-pandemia, producto de los efectos psicológicos generados por el covid-19, las quiebras o el desempleo.</p> <p>Categorías de productos chilenos como el vino y productos del mar, donde el canal HORECA representa un importante porcentaje de sus ventas, se han visto seriamente afectados.</p> |
| <p><b>eCOMMERCE</b></p>                     | <p>A modo general, es el único canal que ha tenido aumento en su comercialización. Los consumidores lo prefieren para no salir de sus hogares.</p> <p>Se transan, a través de este canal, fruta fresca chilena, vino y productos del mar, entre otros. Se están llevando a cabo campañas de promoción como la actual campaña de carozos impulsada por Asoex.</p> <p>Productos chilenos en el mercado deben potenciar sus ventas y visibilidad en el e-Commerce. Se espera que el nivel de ventas de este canal continúe alto, incluso una vez superada la crisis sanitaria.</p> <p>Plataformas como Tmall, JD Fresh, Chunboo, Miss Fresh, Pingduoduo, Suning, han visto alzas en sus ventas de hasta un 300%</p>  |
| <p><b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b></p> | <p><b>Salmón</b><br/>Sector salmón se ha visto severamente afectado durante la emergencia sanitaria. Durante febrero el nivel de exportación fue de un 10 a 15% en comparación a un año normal, lentamente desde entonces se ha reactivado hasta alcanzar hoy en día niveles del 40 al 50% de la exportación normal. Actualmente el gran motor del Mercado es el canal retail, tanto online como offline. Sin embargo, este sector concentra solo el 20% de la demanda.</p> <p>El canal Food service se ha empezado a reactivar, se espera que en abril esté funcionando a un ritmo del 50%. El escenario más positivo postula que se alcanzara una reactivación del 100% en Julio.</p> <p><b>Vino</b></p>  |

|                                      |           |  |
|--------------------------------------|-----------|--|
|                                      |           | <p>Las ventas del sector vitivinícola se han visto fuertemente afectadas por bajas en 2 principales canales: mayorista y HORECA. Este último concentra un 45% de sus ventas. Sin embargo, los meses de febrero y marzo no constituyen temporada alta de ventas. A pesar de que el 60% de las empresas reportan una baja en sus ventas mayores a un 70%, las empresas presentes en el mercado se muestran positivas ante la eventual recuperación durante el segundo trimestre.</p> |
| <b>OBSTACULOS<br/>COMERCIO</b>       | <b>AL</b> | <p>No se ha detectado ningún obstáculo general, esto según información levantada tanto por empresas chilenas con base en China, como por importadores locales.</p>   |
| <b>OPORTUNIDADES<br/>COMERCIALES</b> |           | <p>Las oportunidades se presentan en el sector de alimentos, especialmente los saludables y funcionales, debido a una mayor conciencia de la población de la necesidad de una alimentación adecuada para fortalecer el sistema inmune.</p> <p>Por otro lado, hay una oportunidad en ser proveedor de alimentos, dado que países europeos y Estados Unidos estarían dando prioridad a sus mercados internos.</p>  |
| <b>Contacto Oficina</b>              |           | <p>Juan José Vidal (Shanghai) – <a href="mailto:jjvidal@prochile.gob.cl">jjvidal@prochile.gob.cl</a><br/>Natalia Cortés (Beijing) – <a href="mailto:ncortes@prochile.gob.cl">ncortes@prochile.gob.cl</a></p>   |

| OFICOM: COREA                                       |   |
|---|---|
| <b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b> | <p>El Gobierno Coreano mantiene las recomendaciones de aislamiento social, teletrabajo, suspensión de clases de colegios y universidades (clases on-line). Aumento de casos por pasajeros desde Estados Unidos y Europa. Se estableció cuarentena obligatoria por 15 días para pasajeros del extranjero. Prohibición de funcionar a restaurantes y locales nocturnos, durante la noche.</p> <p>Las recomendaciones de aislamiento social y la baja de turistas han afectado directamente a los pequeños negocios y restaurantes/hoteles.</p>  |
| <b>Operación OFICOM</b>                             | Presencial y teletrabajo  |
| <b>Situación de mercado</b>                         | <p><b>Puertos:</b><br/>Los puertos en Corea están abiertos y funcionan normalmente. El aeropuerto principal está trabajando de manera reducida principalmente por menos flujo de pasajeros y menos carga aérea.<br/>Por el momento no ha afectado el acceso de productos chilenos.</p> <p><b>Logística:</b><br/>Por el momento no hay cuellos de botellas que afecten el normal flujo de la carga chilena en Corea.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>Los mercados mayoristas están funcionando con toda su capacidad, mantienen la distribución de los productos.<br/><br/>Tanto frutas, vegetales y carnes están subiendo de precio, principalmente por devaluación de la moneda local, por efecto de las caídas de la bolsa de comercio mundiales y la especulación del dólar en los mercados internacionales. No se ha visto un gran impacto en la fruta chilena.</p> <p><b>Retail y HORECA:</b><br/>Los supermercados están funcionando normalmente, sin embargo, han tenido un impacto en sus ventas debido al aislamiento social. Las bajas son de entre un 15% y 30%.<br/><br/>Esta situación ha afectado la venta de productos chilenos en el canal, dado que tienen menor rotación y están un mayor tiempo en góndola para su venta.<br/><br/>Si bien se observa un aumento de un 20% en el flujo de personas en las calles, la autoridad coreana ha solicitado a su población mantener las medidas preventivas para evitar nuevos brotes.<br/><br/>Los efectos en el food service se espera que lleven a una gran cantidad de M&amp;As, algunos de los cuales ya se están concretando.</p> |
| <b>eCOMMERCE</b>                                    | <p>El eCommerce en Corea es muy importante y ha sido la solución frente a las recomendaciones de aislamiento social para abastecerse principalmente de alimentos de la población coreana. Este sector económico ha aumentado en forma importante, según un estudio elaborado por Nielsen, creció en un 42.8%, sumado a otras tendencias de consumo digital como videojuegos o apps.</p>   |

|                                      |   |
|--------------------------------------|---|
|                                      | <p>El principal producto chileno que se transa en eCommerce es el vino.</p> <p>Las oportunidades para Chile radican en productos alimenticios innovadores y asociaciones con las grandes cadenas de ventas On-line.</p> <p>COUPANG es el que ha tenido el mayor movimiento en Corea.</p>  |
| <b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b> | <p>Por el momento no se ven grandes daños a ningún sector productivo chileno en Corea, se debe esperar más tiempo para evaluar cómo afectará en las próximas frutas que comenzarán a llegar a Corea.</p>  |
| <b>OBSTACULOS AL COMERCIO</b>        | <p>Por el momento no se ha detectado ningún obstáculo (arancelario o para-arancelario) al comercio originado por la situación sanitaria del COVID-19, es más se han visto posiciones de facilitación de comercio. Tanto OFICOM como OFIAGRI, mantiene constante vigilancia al respecto</p>  |
| <b>OPORTUNIDADES COMERCIALES</b>     | <p>Dentro de las oportunidades de abastecimiento que se abren para Chile, está la apertura de palta chilena al mercado coreano. Esto es fundamental, ya que permitirá mantener los volúmenes exportados a Corea, manteniendo cuota de mercado y presencia.</p> <p>Otra oportunidad cierta es el sector de la Industria Creativa, principalmente por la necesidad de nuevos contenidos para los consumidores coreanos, quienes buscan nuevas ideas y conocer otros puntos de vista de la vida cotidiana, cultura de los pueblos del mundo.</p> |
| <b>Contacto Oficina</b>              | <p>José Miguel Sepúlveda - <a href="mailto:jsepulveda@prochile.gob.cl">jsepulveda@prochile.gob.cl</a></p>   |



| OFICOM: HONG KONG  |  |
|--|--|
| <p><b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b></p> | <p>No hay cuarentena obligatoria. Todos los no residentes de Hong Kong no pueden ingresar si llegan desde el extranjero en avión. Todos los no residentes de Hong Kong que vienen de China continental, Macao y Taiwán no pueden ingresar si han estado en el extranjero durante los últimos 14 días.</p> <p>Las reuniones públicas se limitarán a cuatro personas. Los restaurantes deben limitar el número de comensales en cada mesa a cuatro, con cada mesa a 1.5 metros de distancia.</p> <p>Se decretó el cierre de lugares que atraen grandes reuniones: centros de juego, saunas, lugares de diversión como salas de billar, gimnasios, cines, salas de fiestas, bares, salas de <i>mahjong</i> y salas de <i>karaoke</i>. Los restaurantes solo podrán operar a la mitad de su capacidad y las medidas durarán al menos dos semanas.</p> <p>Estas regulaciones afectan las ventas de alcohol (-90%).</p>  |
| <p><b>Operación OFICOM</b></p>                             | <p>Presencial y teletrabajo</p>  |
| <p><b>Situación de mercado</b></p>                         | <p><b>Puertos:</b><br/>Los puertos están abiertos y funcionan con normalidad. Sin embargo, con el efecto global de la pandemia, en los primeros dos meses de este año, el rendimiento de contenedores de los puertos de Hong Kong ascendió a 2.541 millones de TEU, lo que implica una reducción de un 11% interanual.</p> <p><b>Logística:</b><br/>A partir de este sábado, el Gobierno de China aumentará las medidas de prevención de enfermedades para los conductores de camiones transfronterizos de Hong Kong en los puertos. Como el gobierno de Hong Kong actualmente no tiene una forma de proporcionar certificados de salud a los conductores transfronterizos, es posible que estos no puedan entrar a China continental y se interrumpirá la cadena de suministro logístico de China y Hong Kong. Para <b>los productos chilenos que serían reexportados a China continental</b> a través del transporte terrestre, el flujo logístico se verá muy afectado.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>Los mercados mayoristas funcionan a plena capacidad, con normalidad en el canal de distribución local.</p> <p>Hay un aumento en el precio de las verduras y carnes procedentes principalmente de China continental (el 90% de estos productos se importan de China continental). Las ventas de vinos han caído aproximadamente en un 90%.</p> <p><b>Retail y HORECA:</b><br/>Los supermercados funcionan con capacidad total, los restaurantes solo pueden operar a la mitad de su capacidad debido a las regulaciones gubernamentales, y los bares tienen prohibido operar durante al menos 14 días. Con estos efectos, las ventas de vinos ha caído drásticamente.</p> <p>Se ha producido un fenómeno creciente (compra de pánico) de comprar arroz y huevos debido a los rumores no probados de que se cortará el suministro de Vietnam y Tailandia.</p> |

|                                      |           |  |
|--------------------------------------|-----------|--|
|                                      |           | Hay una gran disminución en las ventas de productos no esenciales. El suministro de productos higiénicos vuelve a la normalidad pero con un precio en alza.  |
| <b>eCOMMERCE</b>                     |           | El uso del comercio electrónico no era muy común antes de la pandemia, ya que siempre hay un supermercado o una tienda minorista de productos de diferentes categorías en Hong Kong debido a la densidad de la ciudad. Con el estallido de esta pandemia a partir de enero de este año, HKTVMall aumentó su popularidad en la primera etapa de la pandemia. Sin embargo, el crecimiento se ha desacelerado a medida que los consumidores regresan a las tiendas físicas para comprar comestibles diariamente. El crecimiento de eCommerce se ha ralentizado. |
| <b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b> |           | <b>Sector Vinos/ bebidas alcohólicas</b><br>Las ventas han caído en un 90%, el sector estima que la situación no se verá tan positiva en los próximos meses, ya que existe una tendencia a extender las normativas que han limitado sus ventas. Es un producto cuyo consumo es en el canal HORECA y no en casas.   |
| <b>OBSTACULOS AL COMERCIO</b>        | <b>AL</b> | De momento no se han detectado barreras arancelarias o para-arancelarias originadas por la situación sanitaria del COVID-19  |
| <b>OPORTUNIDADES COMERCIALES</b>     |           | El consumo de suplementos de vitamina C tiene una tendencia creciente para estimular el sistema inmunológico personal.   |
| <b>Contacto Oficina</b>              |           | Margaret Ip – <a href="mailto:kayiiip@prochile.gob.cl">kayiiip@prochile.gob.cl</a>   |

| OFICOM: INDIA                                       |  |
|---|--|
| <b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b> | <p>Desde el 24 de marzo hasta el 13 de abril hay cuarentena nacional obligatoria.</p> <p>La mayoría del comercio permanece cerrado, solamente algunas tiendas de alimentos y supermercados pueden funcionar en horarios limitados</p>  |
| <b>Operación OFICOM</b>                             | Teletrabajo  |
| <b>Situación de mercado</b>                         | <p><b>Puertos:</b><br/>Capacidad de puertos y aduanas reducida.</p> <p>Podría retrasar los procesos de desaduanamiento y entrega de productos.</p> <p><b>Logística:</b><br/>La cuarentena ha disminuido al mínimo el transporte de trenes y camiones.</p> <p>El transporte desde los puertos a los centros de consumo se presenta como un potencial cuello de botella que podría afectar a los productos chilenos.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>Los mercados mayoristas están operando a un 30% de su capacidad.</p> <p>Los alimentos de primera necesidad (básicos) han tenido un alza en sus ventas. Para Chile se visualizan opciones al alza para fruta fresca y seca. Los vinos han caído de forma considerable.</p> <p><b>Retail y HORECA:</b><br/>Muy pocos supermercados funcionan a horarios reducidos, y se ha reducido su capacidad de RRHH. Un estudio de KPMG espera que las compras de bienes esenciales para India (arroz, harina y lentejas) vean un incremento fuerte durante las próximas semanas.</p> <p>El HORECA no está operando (salvo algunos pocos restaurantes con delivery).</p> <p>Esta situación, para el vino es muy negativa, mientras que para la fruta en general no hay mayores problemas</p> |
| <b>eCOMMERCE</b>                                    | <p>Aumenta en la venta de alimentos en este canal, pero el canal tendrá que enfrentar desafíos logísticos para atender este aumento en la demanda. Un estudio realizado por KPMG indica que la distribución está afectada por la confusión en torno a la capacidad de desplazarse que tienen los repartidores de última milla durante la cuarentena.</p> <p>La presencia de productos chilenos en el eCommerce está en un pool limitado de fruta fresca y seca.</p> <p>Los portales que están teniendo mayores movimientos son Big Basket, Amazon India, FlipKart y Zomato</p>   |
| <b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b>                | <p><b>Fruta Seca (nueces)</b><br/>En las próximas semanas debiesen llegar los primeros contenedores</p>  |

|                                      |   |
|--------------------------------------|---|
|                                      | <p>No debiese haber una gran baja respecto del año pasado en las ventas, debiesen mantenerse</p> <p><b>Vinos</b><br/>Gran caída en ventas por cierre de HORECA. De seguir la cuarentena, se ven muy complicados</p>   |
| <b>OBSTACULOS<br/>COMERCIO</b>       | <b>AL</b> Hasta el momento no hemos detectado nada.   |
| <b>OPORTUNIDADES<br/>COMERCIALES</b> | <p>En alimentos, potenciar productos como carne de cerdo o paltas.</p> <p>En otros productos agroalimentarios, con los productos que ya se comercializan (kiwis, manzanas, nueces, arándanos), hay una oportunidad de consolidarnos como proveedores líderes.</p> |
| <b>Contacto Oficina</b>              | Hugo Salvestrini – <a href="mailto:hsalvestrini@prochile.gob.cl">hsalvestrini@prochile.gob.cl</a>   |

| OFICOM: INDONESIA                                   |   |
|---|---|
| <b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b> | <p>El gobernador de la capital de Indonesia ha ordenado la enseñanza remota durante al menos dos semanas e hizo un llamado no obligatorio a trabajar en casa. El gobernador de Yakarta ha extendido el estado de emergencia hasta el 19 de abril.</p> <p>Esta situación afecta todos los sectores especialmente al sector de turismo, hotelería, retail y los sectores productivos.</p>   |
| <b>Operación OFICOM</b>                             | Teletrabajo   |
| <b>Situación de mercado</b>                         | <p><b>Puertos:</b><br/>Los puertos están abiertos con capacidad reducida. Esto está afectando el ingreso de bienes, teniendo demoras de más de una semana en la liberación de los contenedores.</p> <p><b>Logística:</b><br/>Se está priorizando la distribución en el país de los productos de primera necesidad y medicamentos.</p> <p>La red logística interna de Indonesia trabaja con normalidad.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>Los mayoristas están trabajando a un 40% de su capacidad, ya que también dependen de la logística y de los productos básicos importados.</p> <p>Los productos que han visto alzas en sus transacciones son principalmente productos básicos para la alimentación diaria.</p> <p><b>Retail y HORECA:</b><br/>Los supermercados están funcionando con normalidad, pero con desabastecimiento de algunos ítems.</p> <p>El canal HORECA está operando un 15%-20% con varios hoteles cerrados. En el caso de los restaurantes se están realizando promociones para fomentar el delivery. El sector catering está detenido debido a la prohibición de hacer eventos.</p> |
| <b>eCOMMERCE</b>                                    | <p>Ante la situación sanitaria, las ventas por eCommerce han aumentado en un 30%. Los productos chilenos que hoy se transan en el canal son los vinos, productos de mar y fruta fresca.</p> <p>Hay muchas oportunidades para los productos chilenos, pero hay que tener un trabajo en conjunto con el importador y operadores. Las principales plataformas de eCommerce en el mercado son: Tokopedia, Bukalapak, Grab, Gojek, Happy Fresh</p>   |
| <b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b>                | <p><b>Vinos:</b><br/>Las ventas son bajas ya que la gente no sale de sus casas y el vino se consume generalmente en los restaurantes y bares.</p> <p><b>Fruta Fresca</b></p>  |

|                                      |           |  |
|--------------------------------------|-----------|--|
|                                      |           | Durante los próximos días deberían llegar los primeros contenedores de fruta chilena. Se mantienen una normalidad en la demanda por parte de los importadores contactados. |
| <b>OBSTACULOS<br/>COMERCIO</b>       | <b>AL</b> | Hasta el momento no se han detectado obstáculos al comercio derivados de la emergencia sanitaria.  |
| <b>OPORTUNIDADES<br/>COMERCIALES</b> |           | Se presentan oportunidades de exportación para medicamentos, mascarillas, alcohol-gel, azúcar y multivitamínicos.  |
| <b>Contacto Oficina</b>              |           | Albert Hasiholan - <a href="mailto:ahasiholan@prochile.gob.cl">ahasiholan@prochile.gob.cl</a>  |

| OFICOM: JAPÓN                                       |   |
|---|---|
| <b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b> | <p>Hay una cuarentena obligatoria para todas las personas que lleguen desde China, Corea del Sur, España, Estados Unidos, Italia, Suiza, Islandia, además de otros 55 países; También todas las visas emitidas para ingresar al país de personas provenientes de esos países quedan suspendidas hasta nuevo aviso.</p> <p>Se mantienen el cierre de instituciones educativas preventivamente hasta fines del mes de abril.</p> <p>A nivel nacional el 13,2% de los trabajadores laboran bajo la modalidad de teletrabajo como parte de las políticas para combatir la propagación del COVID-19. Para el caso de Tokio, el 23.1% de empleados realizan teletrabajo, mientras que para la Área Metropolitana de Tokio este número es de 19.6%.</p> <p>El gobierno realizó una petición a todos los sistemas de transporte urbano que atienden a Tokio y sus periferias, para que reduzcan el número de líneas y vehículos a menos del 50% sin importar si son días laborales, fines de semana o feriados y así disminuir el flujo de personas. Esta reducción del servicio de transporte estará vigente de manera indefinida.</p> <p>Se espera que el Estado de Emergencia se anuncie pronto, y que entre en vigencia el día 8 de abril. La Gobernación de Tokio tomará medidas adicionales en caso de ser necesario una vez que el gobierno nacional anuncie las medidas que se tomarán a partir del Estado de Emergencia.</p> |
| <b>Operación OFICOM</b>                             | <p>Una vez que el Estado de Emergencia sea anunciado, la oficina entró en modo de Teletrabajo.</p>  |
| <b>Situación de mercado</b>                         | <p><b>Puertos:</b><br/>No se han cerrado fronteras de ningún tipo para el ingreso de mercancías a excepción de los productos que vengan de China.</p> <p>Como consecuencia de la debilidad de la demanda interna, las importaciones totales de Japón se redujeron en un 14%, en consonancia con la estimación mediana de una disminución del 14,4%, arrastrada por la fuerte caída de las importaciones procedentes de China.</p> <p><b>Logística:</b><br/>Flujo de viajeros internamente y al extranjero han disminuido dramáticamente. Durante la última semana se aumentaron las restricciones a las reuniones en Japón.</p> <p>El movimiento de cargo dentro del país opera con normalidad.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>Están a la espera si se dicta algún cambio en el comercio por parte del gobierno. Actualmente están operando. Debido a la tardanza de llegada de los barcos comerciales desde México está aumentando la demanda en paltas.</p>  |

|                                      |   |
|--------------------------------------|---|
|                                      | <p><b>Retail y HORECA</b><br/>Se mantienen abiertos los locales comerciales con un menor flujo de clientes a excepción de museos o cines que se encuentran cerrados.</p> <p>Se registró un aumento de un 4% en las ventas de los supermercados en comparación a febrero del año pasado.</p> <p>El canal HORECA registra una baja significativa según el reporte mensual de la Japan Food Service Association. Esta disminución comenzó en la segunda mitad de febrero, y se aceleró a finales del mismo mes.</p>  |
| <b>eCOMMERCE</b>                     | <p>Aumento de ventas por las diversas plataformas de eCommerce del país. Un estudio de Nielsen estima que hay 27 millones de usuarios adicionales en la web en Japón (es decir, usuarios que se conectan de manera diaria). El tráfico de Internet en el país aumentó más de un 40% interanual durante la segunda quincena de marzo.</p> <p>Actualmente los productos chilenos disponibles eCommerce son vinos, erizo congelado, salmón, carne de cerdo, frutos secos, fruta fresca.</p>  |
| <b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b> | <p><b>Fruta fresca:</b><br/>Hasta el momento no se han podido apreciar los efectos reales en el consumo, pero algunos importadores muestran preocupaciones de cara al futuro: Se preguntan si afectará el retraso en el envío de los CF originales a Japón por la disminución de la cantidad de los vuelos.</p> <p><b>Carne Bovina:</b><br/>Según el MAFF, la mayor cantidad de carne bovina se consume en el sector de HORECA alcanzando un 63%, luego en los hogares con un 31% y solo un 6% es utilizada para la elaboración de alimentos procesados. El mayor consumidor es el sector HORECA, por lo que se afectará al consumo en estos meses dado que los consumidores tratan de no salir siguiendo las directrices del gobierno.</p> |
| <b>OBSTACULOS AL COMERCIO</b>        | <p>Hasta ahora no se ha detectado obstáculo al comercio originado por la situación sanitaria del COVID-19.</p>  |
| <b>OPORTUNIDADES COMERCIALES</b>     | <p>Además de mascarillas y gel alcohol, debido al aumento de ventas en supermercados, se ve oportunidades de abastecimiento en productos del mar (salmón principalmente) y fruta fresca. Hay probabilidad de aumentar la venta en vino en el rango de precio 500 a 1500 yenes (aprox. USD 5 a 15) considerando que es el segmento que se vende más en los supermercados.</p>  |
| <b>Contacto Oficina</b>              | <p>Jaime Rivera – <a href="mailto:jjrivera@prochile.gob.cl">jjrivera@prochile.gob.cl</a></p>  |



| OFICOM: TAILANDIA  |   |
|--|---|
| <p><b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b></p> | <p>A objeto de reducir la propagación de COVID-19 en Tailandia, se declaró <b>estado de emergencia</b>, medida que rige entre los días 26 de marzo y 30 de abril, periodo en el cual la mayoría de los restaurantes, centros comerciales y lugares de entretenimiento permanecerán cerrados, exceptuándose los vinculados a abastecer a la población de artículos de primera necesidad. El estado de emergencia <b>prohíbe a los extranjeros el ingreso al Reino de Tailandia</b> en todos los puntos, con la excepción de diplomáticos, envíos de carga, pilotos y extranjeros con un permiso de trabajo.</p> <p>A partir de 3 de abril se implementa el <b>toque de queda</b> en todo el país entre las 22:00 y las 04:00 a.m., medida que las autoridades no descartan extender a confinamiento de 24 horas a toda la población. Por su parte, los gobernadores de Krabi y Phang Nga ordenaron el cierre de sus respectivas provincias, a partir del sábado 4 de abril, y el acordonamiento total en torno al área de Patong, Phuket.</p> <p>Al 4 de abril, la Autoridad de Aviación Civil de Tailandia (CAAT) ha prohibido el ingreso de vuelos aéreos desde el exterior a los aeropuertos internacionales de Tailandia, medida que se extenderá hasta el 18 de abril.</p>  |
| <p><b>Operación OFICOM</b></p>                             | <p>Presencial</p>   |
| <p><b>Situación de mercado</b></p>                         | <p><b>Puertos:</b><br/>La operación portuaria continúa funcionando, con intensificación de controles sanitarios.</p> <p><b>Logística:</b><br/>Por el momento no hay cuellos de botella, pero la capacidad de algunos importadores de mantener productos en la cadena de frío, está llegando al límite.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>Los mercados mayoristas de abastecimiento de alimentos, productos farmacéuticos y de primera necesidad están funcionando.<br/>Se observa una disminución en la demanda de productos importados destinados a abastecer el canal HORECA.</p> <p><b>Retail y HORECA:</b><br/>Todo el comercio se encuentra cerrado, y comienzan ahora a sumarse algunos hoteles que han decidido paralizar sus operaciones.</p> <p>Los supermercados están funcionamiento con normalidad y con una logística que ha permitido pleno abastecimiento.</p> <p>El canal HORECA es sin duda uno de los más afectados, producto de la baja considerable en la llegada de turistas, la cancelación de las ferias, congresos, y del feriado extendido de año nuevo tailandés, entre otros. Los 40 millones de turistas que Tailandia recibe anualmente gastan un equivalente al 11% del PIB. El 28% de ellos ciudadanos de R.P China, siendo los meses de diciembre a abril considerados de temporada alta.</p> |

|                                      |  |
|--------------------------------------|--|
|                                      | Los productos chilenos están afectados por un bajo de consumo general de productos importados dado que los consumidores están comprando fundamentalmente productos de primera necesidad y prefiriendo la oferta local que les resulta más económica.   |
| <b>eCOMMERCE</b>                     | <p>En el canal se observa un aumento en la compra de productos esenciales y alimentos, en este último caso tanto de ingredientes para cocinar en casa, como el envío de comida preparada.</p> <p><b>Los bienes chilenos que actualmente se transan en el eCommerce son:</b> Vino, fruta fresca, frutos secos y, productos de mar</p> <p>Sin lugar a dudas el canal eCommerce es donde deberemos destinar los mayores esfuerzos para impulsar las ventas de productos chilenos en el corto y mediano plazo, focalizándonos en la alimentación saludable.</p> <p>Las plataformas que están teniendo una mayor alza de movimiento son las apps de entrega de alimentos a domicilio como Grab, Get, Lineman, y los principales sitios de comercio electrónico que son Lazada y Shopee.</p> |
| <b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b> | <p>Los productos chilenos están afectados por un bajo de consumo general de productos importados</p> <p>El vino es uno de los más afectados, donde de acuerdo a la información entregada por los importadores, la <b>recuperación podría comenzar a verse dentro de 7 meses.</b></p>   |
| <b>OBSTACULOS AL COMERCIO</b>        | No se han detectado por el momento   |
| <b>OPORTUNIDADES COMERCIALES</b>     | <p>No se observan oportunidades comerciales en este momento.</p> <p>La continua propagación de covid-19 aumentará la demanda de productos saludables. Por otro lado, la gente está buscando actividades amigables con distanciamiento social. Videojuegos es un medio para mantener la distancia física mientras se conecta socialmente con los demás.</p>   |
| <b>Contacto Oficina</b>              | Rose Marie Bedecarratz - <a href="mailto:rbedecarratz@prochile.gob.cl">rbedecarratz@prochile.gob.cl</a>  |

| OFICOM: MALASIA                                     |   |
|---|---|
| <b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b> | <p>El Gobierno ha implementado la Orden de Restricción de Movimiento desde el 18 de marzo hasta el 14 de abril. No se permite la salida de ciudadanos de Malasia fuera del país. Todos los ciudadanos nacionales que entren en Malasia deberán permanecer 14 días en cuarentena.</p> <p>Solo se permite la apertura y funcionamiento de distribución de bienes necesarios. El sector HORECA solo puede proporcionar menús para llevar a casa. Gran parte de estos servicios se hacen a través de servicios online y entrega a domicilio.</p>  |
| <b>Operación OFICOM</b>                             | Teletrabajo   |
| <b>Situación de mercado</b>                         | <p><b>Puertos:</b><br/>Puertos siguen trabajando con normalidad, manteniendo las normas establecidas, aunque sufren un retraso para la descarga de bienes no esenciales, que representan el 80% de los volúmenes de carga. Los 3 puertos principales de Malasia (Port Klang, Penang y el Puerto de Johor en Pasir Gudang han alcanzado casi el 100% de sus capacidades para almacenar mercancías. Por lo que las autoridades otorgaron a los agentes de carga y a las compañías de transporte una exención especial para retirar sus bienes, incluidos los artículos no esenciales, de los puertos durante el fin de semana.</p> <p>Todos los buques que lleguen a Malasia a partir del 31 de marzo están sujetos a la autorización de cuarentena, independientemente de su último puerto de escala. Actualmente no se permite el cambio de tripulación para extranjeros en ninguno de los puertos del país.</p> <p>Todos los productos que no sean bienes esenciales sufrirán un retraso en la descarga de los contenedores.</p> <p><b>Logística:</b><br/>Tienen preferencia el envío y descarga de bienes necesarios, aunque esto no impide que los demás bienes se descarguen.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>Están operando al 100% todos aquellos que pertenecen a distribución/venta de bienes esenciales.</p> <p><b>Retail y HORECA:</b><br/>Los supermercados están operando al 100%.</p> <p>En el caso del canal HORECA, sólo opera para delivery. No se puede comer en restaurantes.</p> |
| <b>eCOMMERCE</b>                                    | <p>Aumentan las ventas en el canal eCommerce debido a la orden de control de movimiento y la cantidad de controles en las carreteras, se nota un aumento en la compra online de diversos productos y principalmente alimentos y bienes necesarios.</p> <p>Los bienes chilenos que hoy tienen presencia en el canal son los productos del mar congelados, fruta fresca y vinos.</p>  |

|                                      |  |
|--------------------------------------|--|
|                                      | Los portales/apps de eCommerce que están viendo mayores movimientos son Grab food, cadenas de supermercados, importadores y distribuidores que entregan la compra a domicilio.   |
| <b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b> | <p>El vino es uno de los productos que más se están viendo afectados, según comentarios de los importadores, estiman que sus ventas han bajado entre un 70 y 80%. Malasia recibe muchos turistas, y este sector se ha visto fuertemente afectado, junto con el sector HORECA.</p> <p>Los próximos meses se proyectan con incertidumbre, dado que se desconoce cuál será la reacción del mercado o cual es la fecha de activación para todas las actividades.</p> |
| <b>OBSTACULOS AL COMERCIO</b>        | No se han detectado.   |
| <b>OPORTUNIDADES COMERCIALES</b>     | <p>Las oportunidades que se abren hoy para nuestra oferta exportable son;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La industria creativa, fundamentalmente los videojuegos, ya que es una época en la que la población demanda estas actividades.</li> <li>• Alimentos saludables</li> </ul>   |
| <b>Contacto oficina</b>              | Ana Bueno – <a href="mailto:abueno@prochile.gob.cl">abueno@prochile.gob.cl</a>   |

| OFICOM: TAIWÁN   |  |
|--|--|
| <p><b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b></p> | <p>Cierre de frontera: A partir del 19 marzo no se permite la entrada de viajeros extranjeros a Taiwán. Los residentes que llegaron desde 27 países europeos, Egipto, Turquía o Dubái, Emiratos Árabes Unidos (EAU), entre el 5 de marzo y el sábado de la semana pasada, deben presentarse en su distrito local u oficina municipal y comenzar una cuarentena domiciliaria de 14 días.</p> <p>Todo residente extranjero o taiwanés que ingrese a Taiwán tiene como obligación hacer cuarentena de 14 días.</p> <p>Para quienes ya estén en Taiwán, hay una extensión automática de 30 días en su visa, visa de visitante o visa de aterrizaje (no se requiere solicitud). No hay una norma u obligación establecida, pero se aconseja hacer teletrabajo y distanciamiento en la medida de lo posible.</p> <p>El comercio se ha visto afectado mayormente el canal HORECA, en contraste con canales de eCommerce y Retail. Debido a esta situación, el comportamiento de consumidores se ha visto alterado, y se han visto afectados principalmente restaurantes y locales de comida.</p>  |
| <p><b>Operación OFICOM</b></p>                             | <p>Presencial</p>  |
| <p><b>Situación de mercado</b></p>                         | <p><b>Puertos:</b><br/>Los puertos presentan normalidad en sus operaciones, no se han reportado anomalías o con problemas de capacidad.<br/>Hay que considerar que las exportaciones de Taiwán reportaron un descenso de un 7% interanual durante el mes de marzo.</p> <p><b>Logística:</b><br/>De momento no se registran mayores problemas en la cadena logística. Solo existe el tema de certificados fitosanitarios de productos en contenedores redirigidos. Ha habido algunos retrasos en la reemisión de estos certificados.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>Importadores que dominan los canales de venta online son lo menos afectados ya que han podido distribuir sus productos mediante plataformas online. Sin embargo, existe una disminución en las ventas debido a la cancelación de eventos y el menor consumo en restaurantes ya que la gente está optando comer en casa, aumentado el consumo de productos como: alimentos instantáneos, procesados y congelados</p> <p>En general los productos chilenos no esenciales, como el vino, han experimentado bajas en su nivel de ventas. Ha habido un aumento en la oferta de fruta fresca, pero con poco impacto en ventas.</p> <p><b>Retail y HORECA:</b><br/>En el retail se ha observado un cambio en el comportamiento del consumidor debido al aumento de compras de productos no perecederos y compras masivas para evitar salir de casa. En cuanto al consumo de fruta fresca, se ha mantenido una disminución de consumo entre un 5 a 10 %.</p> |

|                                      |  |
|--------------------------------------|--|
|                                      | <p>El canal HORECA está funcionando a una capacidad muy reducida, debido al cambio de comportamiento de consumo por el distanciamiento social. Se ha dispuesto a restaurantes hacer modificaciones para mantener distancias entre mesas y personas.</p> <p>En este canal, productos como el vino han visto reducidas sus ventas en un 30%; otros productos también han registrado una baja considerable en este canal, como productos del mar.</p>   |
| <b>eCOMMERCE</b>                     | <p>Según PChome 24h, el segundo mayor minorista electrónico de Taiwán, sus ventas de alimentos y bebidas se duplicaron después de las vacaciones del Año Nuevo Lunar. Los 3 productos más vendidos: fideos instantáneos, arroz y leche en polvo. Las ventas de esta plataforma han aumentado de tal manera que se han contratado a 200 personas. También cabe mencionar que los servicios de food delivery han aumentado, lo que ha dado oportunidad de nuevos trabajos en este sector</p> <p>La mayoría de los productos chilenos que se comercian en Taiwán pueden encontrarse en canales eCommerce, a excepción de vino, debido a una restricción por parte de autoridades de vender alcohol en este canal.</p> <p>Se ven oportunidades adicionales para productos gourmet, funcionales y en general productos con valor agregado.</p> <p>Los portales/apps de eCommerce que están viendo mayores movimientos son: Foodpanda, debido al delivery de alimentos de cadenas de restaurantes y alimentos elaborados.<br/>Shopee, para artículos diversos.<br/>Canales de supermercados como Carrefour, Wellcome, etc.</p> |
| <b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b> | <p><b>Vino</b><br/>Importadores han reportado bajas en ventas de hasta un 30%<br/>En este sector no hay mucho optimismo con respecto a los próximos meses uno se espera una recuperación antes de 6 meses.</p>   |
| <b>OBSTACULOS AL COMERCIO</b>        | <p>No se ha detectado algún obstáculo (arancelario o para-arancelario) al comercio originado por la situación sanitaria del COVID-19</p>   |
| <b>OPORTUNIDADES COMERCIALES</b>     | <p>Se detectan oportunidades para productos chilenos si se hacen campañas de promoción en eCommerce, y en venta retail, fundamentalmente para productos saludables, que impulsen el sistema inmune, así como funcionales.</p> <p>El sector de videojuegos presenta una gran oportunidad, para aprovechar los momentos en casa, distanciamiento social, y la cultura de video jugadores en Taiwán.</p>  |
| <b>Contacto Oficina</b>              | <p>Agustín Cases – <a href="mailto:acases@prochile.gob.cl">acases@prochile.gob.cl</a></p>  |

| OFICOM: VIETNAM                                     |   |
|---|---|
| <b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b> | <p>El 1 de abril, el primer ministro declaró epidemia nacional, ya que los casos de infección aumentaron a 212 en 25 provincias y ciudades de Vietnam, por ende, se aplicará la Ley de Prevención y Control de enfermedades infecciosas. Al mismo tiempo, se aplican también una serie de medidas estrictas de distanciamiento social, incluido la restricción de la salida del hogar y la prohibición de reuniones de más de dos personas en lugares públicos por 15 días.</p> <p>Se ordena el cierre de todas las oficinas, clínicas privadas, colegios, excepto fábricas de productos de primera necesidad, tiendas de alimentos y hospitales. A los supermercados y puestos de venta de alimentos, se sugiere realizar compras a distancia, bien por teléfono o por aplicación celular.</p>   |
| <b>Operación OFICOM</b>                             | Teletrabajo   |
| <b>Situación de mercado</b>                         | <p><b>Puertos:</b><br/>Los puertos están abiertos solo para cargas, con estrictas medidas de seguridad.</p> <p>Todos los buques que lleguen a puertos se obligan fumigación y para la tripulación, control de temperatura y cuarentena en casos de sospecha.</p> <p><b>Logística:</b><br/>No se detecta ningún cuello de botella en la logística.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>Están operando con muy baja capacidad ya que se limitan el tránsito de vehículos interprovinciales de abastecimiento.</p> <p>La gran mayoría de los consumidores dan preferencia a la compra de alimentos locales para reserva. Productos importados en este momento no es de su preferencia.</p> <p><b>Retail y HORECA:</b><br/>Los supermercados siguen abiertos con medidas estrictas de seguridad. Sugieren realizar compra electrónica.</p> <p>El canal HORECA está cerrado. Esto conlleva una fuerte disminución, sobre todo en vino, salmón, frutas y productos forestales ya que tanto el consumo como la producción están reducidos al mínimo.</p> |
| <b>eCOMMERCE</b>                                    | <p>Las ventas en eCommerce aumentan fuertemente, después de haber mostrado una baja durante enero y febrero. Un portal relevante en el ecosistema, Tiki, muestra un crecimiento de más de un 15% en sus ventas interanuales.</p> <p>Hoy se transan en este canal los siguientes bienes chilenos: Productos del mar y frutas frescas por los importadores locales</p> <p>Los portales con mayor crecimiento son Tiki, Grab y GoViet.</p>   |
| <b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b>                | <b>FORESTAL</b>   |

|                                  |   |
|----------------------------------|---|
|                                  | <p>Las ventas disminuyen drásticamente ya que están cerradas las fábricas de muebles y la suspensión de compras mayoristas en el mercado extranjero.</p> <p>Se estima que la situación no se mejorará hasta el final del año cuando se logre control sobre la epidemia.</p> <p><b>AGROINDUSTRIA</b><br/>Hay una fuerte reducción del consumo de productos importados ya que dan preferencia a la dieta tradicional y ahorro.</p> <p>Se estima que la situación no se mejorará hasta el final del año cuando se logre control sobre la epidemia.</p> |
| <b>OBSTACULOS AL COMERCIO</b>    | No se han detectado obstáculos a raíz del COVID-19  |
| <b>OPORTUNIDADES COMERCIALES</b> | No se observan oportunidades comerciales en este momento.   |
| <b>Contacto Oficina</b>          | Pablo Arancibia - <a href="mailto:piarancibia@prochile.gob.cl">piarancibia@prochile.gob.cl</a>  |



## AMÉRICA DEL SUR Y CUBA

| OFICOM: ARGENTINA                                   |  |
|---|--|
| <b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b> | <p>Gobierno decretó cuarentena de “<i>aislamiento social preventivo y obligatorio</i>” para todas las provincias hasta el 13 de abril. Se especula que posterior a esa fecha la medida sería levantada de forma progresiva para algunas provincias y actividades.</p> <p>La cuarentena exceptúa al personal de transporte en tránsito, a los trabajadores de comercio exterior y permite el funcionamiento de ciertos comercios (supermercados, farmacias y algunos comercios de proximidad).</p>  |
| <b>Operación OFICOM</b>                             | <p>Teletrabajo.</p>  |
| <b>Situación de mercado</b>                         | <p><b>Puertos:</b><br/>Los puertos se encuentran abiertos y operando con normalidad, funcionando con protocolos sanitarios estrictos. No obstante, la prensa local ha informado de situaciones como gremios de trabajadores portuarios que han resistido al amarre de buques, al igual que gremios de “recibidores de granos” que solicitan paralizar funciones.</p> <p>En caso de no operar con normalidad, la situación partiría por afectar a las propias exportaciones argentinas. Si llegaran a existir impedimentos para la exportación de granos, eventualmente esto podría tener repercusiones en Chile, por ejemplo, en las importaciones de maíz argentino que realiza la industria de carne de cerdo (como insumo fundamental para la producción).</p> <p><b>Logística:</b><br/>Desde el 1° de abril hay un importante atochamiento de camiones en el Paso de Integración Austral (PIA), por falta de personal de salud argentino para hacer los controles respectivos. Esto afecta específicamente a la distribución de bienes en la provincia de Tierra del Fuego. Autoridades intentan resolver situación.</p> <p>Adicionalmente, a lo largo del país, hay 90 municipios que restringen la circulación de camiones, desoyendo la directriz oficial del Gobierno. En la práctica esto ha dificultado la logística en general, lo que podría afectar eventualmente a exportaciones chilenas.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>En Buenos Aires, tanto los supermercados mayoristas como el Mercado Central están operando a plena capacidad. En algunas provincias han limitado su horario de funcionamiento.</p> <p>El 68% de los consumidores aumentó sus compras de alimentos no perecederos, y el 64% aumentó sus compras de productos desinfectantes. El 49% declara estar consumiendo más TV y el 68% más videos on-line (Fuente: Kantar, 03.04). Bajan ventas de productos como: dulce de leche (manjar), quesos de pasta dura, leches de mayor calidad, mantequilla y crema de leche. (Fuente: Elida Thiery, 01.04).</p> |

|   |   |
|---|---|
|   | <p><b>Retail y HORECA:</b><br/>Supermercados grandes y medianos abiertos, aunque con restricción de atención por grupos pequeños de clientes. Parte importante de los supermercados pequeños cierra - provisionalmente- sus puertas a principios de abril, principalmente por falta de stock y personal. Fuerte fiscalización del gobierno por control de alzas ha llevado incluso a clausura de mercados de barrio.</p> <p>Respecto al HORECA la atención a público está prohibida por la cuarentena, el canal está operativo únicamente en delivery. Se estima que funciona al 5%. (Fuente: Marcos Buscaglia, 30.03).</p> <p>Sin actividad en hoteles, bares, restaurantes, ni catering, el aumento del consumo domiciliario no logra suplir esta falta de demanda. Se prevé un impacto en productos como pisco y salmón, por ejemplo.</p>  |
| <p><b>eCOMMERCE</b></p>                     | <p>En la actual contingencia, el 40% de los consumidores indicó que sus compras por canal eCommerce aumentarán de ahora en adelante. (Fuente: Kantar, 03.04).</p> <p>En la actualidad se transan en eCommerce productos como salmón, vinos de alta gama, utensilios de cocina, salamandras y cocinas a leña, vestimenta e indumentaria, zapatos y zapatillas, colchones, libros, entre otros.</p> <p>Indiscutiblemente es un sector en crecimiento, aunque los operadores locales han tenido dificultades para enfrentar el nuevo contexto. A modo de ejemplo, uno de los días de mayor demanda (19.03.20) se “cayeron” los sitios web de eCommerce de la mayoría de los principales supermercados.</p> <p>Para ventas en general, el operador principal es Mercado Libre (<a href="http://mercadolibre.com.ar">mercadolibre.com.ar</a>). A nivel de ventas de supermercados, el principal es Coto (<a href="http://cotodigital3.com.ar">cotodigital3.com.ar</a>). En cuanto a las aplicaciones móviles de delivery, las que tienen mayor presencia son: <a href="#">Pedidos Ya</a>, <a href="#">Rappi</a> y <a href="#">Glovo</a>.</p> |
| <p><b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b></p> | <p><b>Fruta Fresca:</b><br/>Se ha mantenido constante, a pesar de la coyuntura. Ello se explica por el mantenimiento de los canales logísticos, de distribución y de comercios mayoristas y minoristas.</p> <p>No hay datos para esperar una disminución de la demanda. <b>Hay antecedentes que podrían hacer pensar en un aumento del consumo de palta</b> (por ejemplo, el menor consumo de queso). Bienes o insumos industriales dependerá de la capacidad de reactivación de la economía local.</p> <p><b>Productos del mar:</b><br/>Hasta ahora no se reportan menores ventas, solamente cambios en la cadena de pagos: distribuidores de salmón exigen pago al contado.</p> <p>El funcionamiento parcial del canal HORECA podría tener un impacto en menor consumo, aunque los productos del mar se comercializan también de manera importante por canales mayoristas y minoristas.</p>   |

|                                  |   |
|----------------------------------|---|
| <b>OBSTACULOS AL COMERCIO</b>    | Ninguno que reportar a la fecha.  |
| <b>OPORTUNIDADES COMERCIALES</b> | <p><b>En Alimentos:</b> manzanas, avena y panificados frigorizados por aumento de la demanda.</p> <p><b>Industrias Creativas,</b> dependerá en el mediano plazo de la “normalización” de las actividades cotidianas en el mercado.</p> <p><b>Tecnologías de la Información:</b> las medidas de cuarentena se flexibilizarán de manera parcial, con lo que serán fundamentales las aplicaciones informáticas de virtualización y optimización de labores, las que permitan operar con menor necesidad de presencia física del personal.</p> <p><b>Bienes y servicios para la minería:</b> los exportadores consultados no prevén impacto negativo en este sector, estimando que la actividad mantendrá su funcionamiento habitual.</p> |
| <b>Contacto Oficina</b>          | <b>Juan Paéz</b> - <a href="mailto:jpaez@prochile.cl">jpaez@prochile.cl</a>   |

| OFICOM: BRASIL   |   |
|--|---|
| <p><b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b></p> | <p>Cuarentena en los 27 estados de Brasil.</p> <p>El Congreso aprobó decretar estado de calamidad, lo que le permitirá obtener recursos adicionales para enfrentar la crisis.</p> <p>La medida impone el cierre del comercio, excepto los servicios esenciales de alimentos, suministros, salud, bancos, limpieza y seguridad.</p> <p>Los bares y restaurantes solo pueden trabajar realizando entregas a domicilio.</p>  |
| <p><b>Operación OFICOM</b></p>                             | <p>Teletrabajo</p>  |
| <p><b>Situación de mercado</b></p>                         | <p><b>Puertos:</b><br/>Los puertos están abiertos y funcionan normalmente.</p> <p>El Gobierno firmó una Medida Provisional y un decreto el 21 marzo que determina los servicios que no podrán detenerse en Brasil, incluida la inspección fiscal y aduanera en puertos y aeropuertos.</p> <p>Por el momento no ha afectado el acceso de productos chilenos.</p> <hr/> <p><b>Logística:</b><br/>El transporte de mercancías hasta el momento opera normalmente.</p> <p>El día 30 de marzo se anunció que todos los procesos de importación para productos vegetales serán procesados en el portal único de comercio exterior, <b>lo que agilizará los trámites de importación</b>, los cuales debían ingresar a 3 sistemas diferentes para obtener la aprobación. El MAPA informó también que ha reducido sus procesos de análisis de licencias de importación a 3,7 días.</p> <p>Hasta el momento ningún importador se ha manifestado por algún tipo de problema que se esté presentando con productos chilenos.</p> <hr/> <p><b>Mayoristas:</b><br/>Los mercados mayoristas están funcionando con toda su capacidad, mantienen la distribución de los productos en todo el país.</p> <p>Aumentan las ventas de papeles para fines sanitarios (tissue), además de productos lácteos (leche en polvo, leche entera UHT, quesos y yogurts) así como de frutas frescas, frutos secos y deshidratados.</p> <p>Han bajado de modo importante, las ventas de pescados, especialmente, las orientadas al mercado “food service”.</p> <hr/> <p><b>Retail y HORECA:</b><br/>Los supermercados se encuentran funcionando normalmente, con pleno abastecimiento de todos los productos, a excepción de alcohol gel, cloro y otros items de limpieza.</p> |

|   |   |
|---|---|
|   | <p>Debido a la cuarentena los hoteles se encuentran cerrados o están operando en su mínima capacidad. Algunos restaurantes han podido seguir funcionando solo con la modalidad delivery.</p> <p>Los productos chilenos que se pueden ver afectados por el bajo consumo debido al cierre del canal HORECA son, alimentos y bebidas en general, específicamente salmón y vino.</p>  |
| <p><b>eCOMMERCE</b></p>                     | <p>El eCommerce ha incrementado un 100% sus ventas en los sectores de alimentos, medicamentos y servicios financieros, dada la cuarentena que restringe la circulación de personas. El avance del coronavirus en Brasil ha provocado que las compras por internet se disparen en las últimas semanas. Según los datos de Compre &amp; Confie -una empresa de inteligencia de mercado centrada en el comercio electrónico- el aumento en las ventas durante los primeros 15 días de marzo fue de un 40%.</p> <p>La tendencia es que el escenario continúe de esta manera, con los consumidores más involucrados en compras a distancia y moviendo el consumo de categorías relacionadas con las necesidades básicas del día a día y la prevención de covid-19.</p> <p>El vino se ha consolidado como uno de los productos chilenos más vendidos por medio del eCommerce brasileño.</p> <p>Las oportunidades que se ven para Chile en este canal están en los productos con “shelf life” más largo, por ejemplo, los aceites de oliva y los frutos secos y deshidratados.</p> <p>Según el ranking de eCommerce Brasil, realizado en coordinación con la consultora Netrica, los sitios de compras por Internet más grandes de Brasil son Mercado Libre, Americanas, Amazon, Magazine Luiza y Casas Bahía.</p> <p>Las plataformas que están teniendo una mayor alza de movimiento son las apps de entrega de alimentos a domicilio como: Rappi, Ifood, Apps Supermercados, Cornershop, James, Amazon, Mercado Libre.</p> <p>Cabe señalar que, en los sitios de los supermercados, los productos que componen la canasta básica tuvieron un incremento del orden de 165%, seguidos por los embutidos, con 106%, frutas y hortalizas con 93%, carnes bovinas con 59% y productos de panadería con 52%, según encuesta realizada por la empresa Nielsen Brasil, en el período del 19 al 25 de marzo</p> |
| <p><b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b></p> | <p><b>Salmón</b><br/>De manera general, los importadores han tenido una fuerte baja de ventas, del orden de un 80%. Por ello, las importaciones están temporalmente estancadas, especialmente, por cuenta del alto nivel del tipo de cambio.</p> <p>Los importadores esperan que el <i>food service</i> pueda volver a funcionar, lo más rápido posible, para que retomen los negocios con los flujos comerciales pre-crisis.</p> <p><b>Vino</b><br/>En Brasil, con el confinamiento, la venta y el consumo de bebidas alcohólicas superó las temporadas altas de consumo, como el carnaval. Si bien no se permiten las reuniones en</p>  |

|   |   |
|---|---|
|   | <p>bares o con amistades, el aumento de la demanda y consumo evidencia un cambio de tendencia, hacia el consumo creciente en el hogar los días de semana</p> <p>En la cuarentena, el comercio en línea es un canal importante para la venta de vinos. Según el monitoreo realizado por la empresa Wine (principal comercio electrónico brasileño de vinos), los consumidores habituales están comprando una mayor cantidad de botellas durante este confinamiento doméstico, y aquellos que no son clientes comienzan a ver las compras en línea como una opción para abastecer sus bodegas durante este período. En las grandes cadenas minoristas, el momento es positivo. El especialista Carlos Cabral, consultor del Grupo Pão de Açúcar, garantiza que se está vendiendo bastante y que el mercado es fuerte. Aunque todavía sin cifras oficiales, Cabral afirma que los objetivos del grupo de ventas de la bebida se alcanzaron y son mayores si se comparan con el mismo período del año pasado. Algunas cadenas de supermercados han reportado altas ventas de bebidas alcohólicas durante la propagación de la pandemia. Los números están entre 20% y 27% en el sureste.</p> <p>Sin embargo, para Adilson Carvalhal Júnior, presidente de la Asociación Brasileña de Exportadores e Importadores de Alimentos y Bebidas (ABBA), "el momento es muy malo", haciendo un análisis desde la perspectiva de los restaurantes; uno de los principales canales de distribución de etiquetas importadas.</p> <p>Las tiendas y los importadores de vinos apuestan por acciones dirigidas a las ventas en línea, desde reducir el valor del flete hasta los cursos en las redes, para entretener a los consumidores durante la cuarentena.</p> <p><b>Tipo de cambio</b><br/>Por otro lado, la crisis de Covid-19 tuvo un fuerte impacto en el precio de la moneda estadounidense, que también está presionando el precio de los vinos importados. La importadora Zahil prevé, para principios de abril, el reajuste del 15% en su lista de precios, una acción que, lamentablemente, deben seguir otros importadores.</p> |
| <p><b>OBSTACULOS AL COMERCIO</b></p>    | <p>No se han detectado por el momento obstáculos.</p>   |
| <p><b>OPORTUNIDADES COMERCIALES</b></p> | <p>Principalmente en agroalimentos, industria de videojuegos, además de servicios orientados al agronegocio y una demanda creciente de celulosa:</p> <p>Brasil es el principal mercado consumidor y productor de videojuegos en Latinoamérica; los consumidores están buscando actividades, para sobrellevar el distanciamiento social.</p> <p>Hay crecimiento en la demanda de celulosa, para la producción de papeles con fines sanitarios (tissue).</p> <p>Aumentó la venta de productos lácteos en supermercados, especialmente, de leche en polvo, leche entera larga vida (UHT), yogurts y quesos; la producción brasileña de dichos productos está en baja, por el período que llaman de “entre cosechas”.</p> <p>Servicios digitales orientados al agronegocio – hay oportunidades para APPs que faciliten: 1- la conexión entre transportistas y embarcadores de cargas y 2- la venta de insumos, partes y piezas para vehículos y tractores.</p>  |

|                         |   |
|-------------------------|---|
|                         | <p>Demandas específicas recibidas:</p> <p>Demanda de salmones y truchas, por parte de la cadena mayorista Tenda, en São Paulo.<br/>Demanda por vinos rosé, por parte del importador GB Vinhos, en Brasília.</p> <p>Demanda por ciruelas deshidratadas orgánicas, por parte del importador Uniagro, en Porto Alegre.</p> <p>Demanda por berries congelados, por parte de la importadora Onnipresenza, en Porto Alegre.</p> <p>Demanda por ajos frescos, por parte de la cadena minorista Zaffari, en Porto Alegre.</p> <p>Demanda por aceite de semilla de uva, por parte de la empresa Free Market Consultoría, en São Paulo.</p> <p>Demanda por frutos secos y deshidratados, por parte de la cadena minorista Oba, en Campinas / SP.</p> <p>Demanda por ciruelas deshidratadas, por parte de la empresa Conservas Olé, en São Paulo.</p> <p>Demanda por aceites de oliva, por parte del importador Toscana, en São Paulo.</p> <p>Demanda por diversos tipos de frutas frescas, por parte del importador MCAB, en São Paulo.</p> <p>Demanda por callampas deshidratadas, por parte del importador Casa Santa Luzia, en São Paulo</p> |
| <b>Contacto Oficina</b> | María Julia Riquelme - <a href="mailto:mriquel@prochile.cl">mriquel@prochile.cl</a>   |

| OFICOM: BOLIVIA                                     |   |
|---|---|
| <b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b> | <p>A través de varios decretos, el gobierno instruye la cuarentena total y hasta el 15 de abril, con posibilidad de prórroga. Esta norma solo permite la libre circulación de personas que trabajan en todas las áreas de salud incluyendo farmacias, además del personal que trabaja en unidades productivas, mercados de abasto, supermercados, el tránsito se realiza en movilidades autorizadas. La salida de las personas particulares para abastecimiento del hogar está normada a una sola por familia y en día determinado por la terminación del número de carné de identidad.</p> <p>No se detecta afectación alguna en la importación de bienes desde Chile u otros países vecinos, la norma solo establece la prohibición de circulación de personas; el flujo de transporte con carga tanto de importaciones como exportaciones está garantizado en todos los pasos fronterizos y circulación en todo el territorio de Bolivia.</p>  |
| <b>Operación OFICOM</b>                             | Teletrabajo   |
| <b>Situación de mercado</b>                         | <p><b>Puertos:</b><br/>Todos los puestos fronterizos de Bolivia están habilitados, las aduanas están trabajando con trámites online al igual que las autoridades sanitarias y agentes despachantes de aduana, <b>dando preferencia a todas las importaciones de alimentos e insumos médicos.</b></p> <p><b>Logística:</b><br/>La cadena logística y de servicios de transporte del comercio interno y de las exportaciones e importaciones está garantizada.</p> <p>La importación de alimentos e insumos médicos, esta priorizado por el gobierno de Bolivia, se decretó arancel cero para los mismos, por lo tanto, la cadena de distribución está garantizada. Sin embargo, el tratamiento no es el mismo para otros bienes y servicios, estos presentan algunos rezagos en los tiempos de trámites de importación. Situación que afecta a todos los países proveedores.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>Debido a la cuarentena total, existe mayor demanda de bienes y servicios, principalmente aquellos que están destinados al abastecimiento del hogar, sin embargo, no se ha detectado escasez y funcionan con normalidad.</p> <p>De acuerdo a declaraciones de los importadores de productos alimenticios, insumos médicos y artículos de limpieza, tienen mayor fluidez. Sin embargo, las industrias que requieren insumos, equipos o artículos vinculados al desarrollo de su labor, están presentando algunos problemas en el tiempo de entrega, ya que los despachos aduaneros se están priorizando para los sectores nombrados anteriormente.</p> <p>Principalmente el alza de las ventas es para productos de índole alimenticio, limpieza y del sector farmacéutico. En el caso de las industrias, están priorizando los insumos para su normal funcionamiento.</p> <p><b>Retail y HORECA:</b></p> |



|                                      |   |
|--------------------------------------|---|
|                                      | <p>Los supermercados por el momento están abastecidos, y trabajan en horarios de 7am. a 12 am. de lunes a viernes. “Los proveedores abastecen a los mercados, tiendas, almacenes y supermercados todos los días de 14:00 a 05:00 a.m. conforme a su rubro”.</p> <p>Dadas las características de la cuarentena los hoteles y restaurantes se encuentran cerrados. En cuanto a los hoteles este canal está operando en su mínima capacidad con clientes que ya tenían reservas programadas y larga estadía antes de la cuarentena total.</p> <p>En caso de retail, no tiene afectación, continúan las ventas. En el caso del canal HORECA, en la mayoría de los casos se autoabastece a través de importadores/distribuidores locales y de producción nacional.</p>   |
| <b>eCOMMERCE</b>                     | <p>El eCommerce se ha incrementado sobre todo en lo que se refiere a envío de alimentos, medicamentos y servicios financieros.</p> <p>Lo que se transa actualmente es pescados, pastas, dulces, frutas, medicamentos, en general productos de consumo masivo.</p> <p>Existen varias empresas que están adoptando trabajar con plataformas que oferten productos, lo que abre una posibilidad que empresas exportadoras de Chile tomen contacto con importadores de productos masivos, agroindustria, salud, entre otros.</p> <p>Los portales con mayor movimiento son supermercados, farmacias, productos agrícolas, servicios médicos, servicios financieros, servicios de streaming.</p>  |
| <b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b> | <p>Hasta el momento no hay daños en sectores relevantes para Chile, se espera que se mantenga esta situación.</p>   |
| <b>OBSTACULOS AL COMERCIO</b>        | <p>No se han detectado por el momento obstáculos.</p>   |
| <b>OPORTUNIDADES COMERCIALES</b>     | <p>Dadas las características de la cuarentena obligatoria y total, se están desarrollando e implementando plataformas virtuales de distinta naturaleza como la Tele educación, Tele salud, Tele gobierno, los servicios bancarios en línea se están masificando <b>por lo que brindar soporte y soluciones en estos ámbitos es bien recibido.</b></p> <p>Servicios online para los sectores anteriormente descritos, entretenimiento en línea, respecto a productos alimentos de consumo masivo, artículos de limpieza y el sector farmacéutico cuentan con oportunidades en el mercado, principalmente porque el comportamiento de la pandemia aparentemente tenderá a ampliar la cuarentena.</p> <p>El consumo de medicamentos y de insumos médicos se ha incrementado, lo que ha obligado a la producción local a trabajar a su máxima capacidad, esto hace que se incrementen las importaciones de bienes para el sector.</p> |
| <b>Contacto Oficina</b>              | <p>Juan Noemí - <a href="mailto:jnoemi@prochile.cl">jnoemi@prochile.cl</a></p>  |

| OFICOM: COLOMBIA                                    |  |
|---|--|
| <b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b> | <p>El Gobierno de Colombia decretó cuarentena obligatoria por 19 días, hasta el 13 de abril. Durante esta semana se informará si se extiende.</p> <p>Dentro de las excepciones en esta cuarenta está el transporte aéreo de carga y mercancía. La actividad portuaria sigue operando, así como también las instituciones bancarias y financieras, centrales de riesgo, transporte de valores y actividades notariales, de igual forma supermercados, farmacias y centros médicos.</p> <p>Otra medida es el cierre de fronteras para el ingreso de extranjeros y nacionales durante un período de 30 días.</p>  |
| <b>Operación OFICOM</b>                             | <p>Teletrabajo</p>   |
| <b>Situación de mercado</b>                         | <p><b>Puertos:</b> Todos los puertos colombianos están funcionando. Estos si han establecido planes de contingencia (hasta nuevo aviso) que consideran atención presencial muy restringida, privilegiando mayoritariamente gestión en línea. El puerto de Buenaventura, principal ingreso de exportaciones desde Chile no ha presentado problemas a la fecha.</p> <p><b>Logística:</b><br/>Dada la cuarentena en el país, el cierre de algunos servicios y los planes de contingencia de las empresas de transporte terrestre, se han presentado demoras para sacar algunas cargas de los puertos. En el caso de las provenientes de Chile han sido menores.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>Los mercados mayoristas están funcionando. En el caso de Bogotá, que concentra el mayor número, se han visto afectados por la cuarentena (restricción de movimiento) y lo que se llama las medidas de “pico y placa” (restricción vehicular); en algunos departamentos se suma la restricción por cédula de identidad.<br/>Los productos de mayor demanda por el consumidor final son los alimentos no perecederos. Ya hay solicitudes de nuevos importadores para evaluar opciones de exportadores de avena y cereales desde Chile.</p> <p><b>Retail y HORECA:</b><br/>Los supermercados y tiendas de barrio están funcionando normalmente, solo con cierres más temprano que lo normal. El ingreso está regulado, 1 persona por familia, máximo 4 unidades de los productos, 1 licor por cada compra y no más de 40 a 50 personas en el local (aplica para formato de retail grandes). Lo que más compran las personas son productos alimenticios no perecederos y de cuidado/aseo del hogar.</p> <p>Los restaurantes están cerrados para atención a público, algunos funcionan con delivery. En el caso de los hoteles casi todos están cerrados, en todo el país.</p> <p>Lo anterior afecta a la oferta de Chile, especialmente productos del mar, fruta fresca, frutos secos y vinos. En estos casos, los importadores están siendo cautos y manejando sus stocks hasta mes de mayo.</p> |

|                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| <b>eCOMMERCE</b>                     | Dada la cuarentena, las ventas eCommerce se han incrementado significativamente. Si bien en Colombia no existen portales únicos, los vinculados a retail, farmacias y relacionados tienen gran movimiento. En esta línea se priorizará subir más importadores al Marketplace de ProChile, ChileB2B  |
| <b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b> | <p>A la situación del COVID - 19 se suma la volatilidad del tipo de cambio en el mercado colombiano, que incide negativamente en las importaciones, en los últimos 3 meses, su variación ha sido del 20%.</p> <p>La situación es compleja en el sector de fruta fresca, por razones señaladas en puntos anteriores más tipo de cambio, los importadores están muy preocupados de cómo se comportará luego de mayo.</p> <p>En general, hay contracción de las importaciones, no solo de Chile.</p> |
| <b>OBSTACULOS AL COMERCIO</b>        | Al momento no existen barreras que surjan del COVID-19  |
| <b>OPORTUNIDADES COMERCIALES</b>     | <p>Agroalimentos asociados al consumo básico de la población, como avena, cereales y pecuarios en menor medida.</p> <p>Soluciones tecnológicas asociadas a los sectores Healthtech, Edutech, Agrotech, Gestión Empresarial virtual, Smart City (vinculación con la ciudadanía).</p> <p>Servicios de Ingeniería asociados a infraestructura pública.</p>   |
| <b>Contacto Oficina</b>              | Marcela Aravena - <a href="mailto:maravena@prochile.cl">maravena@prochile.cl</a>  |

| OFICOM: CUBA  |   |
|---|---|
| <b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b> | <p>Fase pre-epidémica por transmisión localizada en 2 provincias. Cuarentena aplicada a una comunidad del Municipio Consolación del Sur de la Provincia de Pinar del Río y aislamiento aplicado al Consejo Popular del Municipio Plaza de la Revolución en La Habana. Fuerte llamado de las autoridades al aislamiento. Cierre de fronteras, suspendidas clases hasta el 20 de abril, transporte entre provincias suspendida y fomento del teletrabajo.</p> <p>Al caer el turismo se afecta el principal motor de la economía cubana. En ese sentido, disminuyen considerablemente las importaciones ya que los recursos limitados de la economía cubana se enfocan estrictamente en los requerimientos necesarios para el funcionamiento de la economía local y el abastecimiento a la población.</p>  |
| <b>Operación OFICOM</b>                             | Teletrabajo   |
| <b>Situación de mercado</b>                         | <p><b>Puertos:</b><br/>Los puertos funcionan con normalidad para el intercambio comercial. Están cerrados para actividad recreativa de naves extranjeras.</p> <p><b>Logística:</b><br/>Por el momento todo funciona normal. Se prioriza la distribución en el país de los productos de primera necesidad.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>Funcionan normalmente, pero se debe agregar que, el sistema tiene limitaciones por factores previos a la pandemia.</p> <p>Los productos que tienen en alza sus ventas son los de primera necesidad (alimentos y aseo) y los que van a la baja son los productos dirigidos al sector hotelero y de HORECA, por ejemplo, carne de bovinos, salmón, vinos, naranjas y productos para la construcción.</p> <p><b>Retail y HORECA:</b><br/>Operan normalmente, con racionamiento de cantidades para la compra de productos y con restricción de acceso.</p> <p>Respecto de HORECA ha disminuido considerablemente. Los hoteles, restaurantes estatales y privados que se mantienen abiertos están ofreciendo comidas a domicilio.</p> <p>Para los productos chilenos disminuyen las importaciones para el canal HORECA pero se mantienen para el retail.</p> |
| <b>eCOMMERCE</b>                                    | <p>En Cuba se están dando pasos para el inicio del comercio electrónico en la sociedad. Hoy día se hace un llamado a utilizar los servicios de telebanca y aplicaciones puestas a disposición recientemente para el pago de servicios básicos y de operaciones de compras para dos tiendas en La Habana.</p> <p>Sitios de reserva on line de productos de las tiendas “Carlos III” y “5ta y 42”. Se paga a la entrega, o utilizando la aplicación TRANSFERMÓVIL, puesta a disposición del público alrededor de 6 meses, la cual necesita una tarjeta de banco cubano, por lo que no está utilizado en toda su potencialidad.</p>  |

|   |  |
|---|--|
| <p><b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b></p> | <p><b>Alimentos:</b><br/>Los contratos de suministros para el sector hotelero fueron aplazados al segundo semestre: carne de bovinos, salmón, vinos, naranjas, frutas y vegetales congelados, productos deshidratados, por ejemplo.</p> <p>Se mantienen las compras para el sector retail: manzanas, confites y jugos.</p> <p>Las compras de jurel para la canasta básica y dietas especiales se mantienen, así como para la alimentación de los delfines.</p> <p><b>Turismo</b><br/>Con relación a las proyecciones en los próximos meses, se debe esperar a la reactivación de esta actividad, que paulatinamente irá adquiriendo los insumos en la medida en que vaya creciendo el ingreso de turistas.</p> <p>En cuanto al retail, se mantendrá la importación de los productos de primera necesidad, y en la medida en que se vaya volviendo a la normalidad se ampliará la canasta de importación a otros productos, siempre que el país los defina como prioritarios. Tiene importancia para este canal de distribución los vinos, porque si bien el turismo demorará en reactivarse, la actividad de restaurantes privados será la primera en ponerse en marcha y es en este canal donde se adquieren los vinos ante la falta de un mercado mayorista.</p> <p>En cuanto a importaciones para la industria alimentaria, se espera que continúen las importaciones de leche en polvo, tomate procesado y pulpas de frutas.</p> <p><b>Materiales para la construcción:</b><br/>Contratos de suministros para el turismo, fueron aplazados para el segundo semestre: pinturas, barnices y tintas.</p> <p>Se espera reactivación paulatina, ya que puede tomar tiempo en controlar la contingencia sanitaria en todos los países y, en consecuencia, el inicio de las actividades turísticas.</p> |
| <p><b>OBSTACULOS AL COMERCIO</b></p>        | <p>Ninguno</p>   |
| <p><b>OPORTUNIDADES COMERCIALES</b></p>     | <p>Se mantienen las oportunidades para los productos básicos, alimentos y productos de aseo.</p> <p><b>Alimentos:</b> carne molida, salchichas, hamburguesas, granos, galletas, confitería, jugos, ya que son los productos de primera necesidad que demanda la población. Además, porque son productos económicos y asequibles que prioriza el Gobierno, dado el nivel de ingreso limitado de la mayoría de los ciudadanos.</p> <p>Es probable que, ante la falta de suministro de pollo, proveniente de Estados Unidos y de Brasil, el Gobierno decida la compra de embarques de jurel para la distribución tanto normada como liberada a la población. Se deberá continuar el monitoreo al respecto.</p>  |

**Contacto Oficina**

Yahima Rodriguez - [yrodriguez@prochile.cl](mailto:yrodriguez@prochile.cl)

| OFICOM: VENEZUELA                                   |  |
|---|--|
| <b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b> | Cuarentena social y laboral obligatoria en todo el territorio nacional. Decreto de Alarma Nacional, inicialmente por 30 días prorrogables (Restricciones de circulación, Restricciones de actividades; Protocolos de Prevención y otras regulaciones).   |
| <b>Operación OFICOM</b>                             | Teletrabajo.   |
| <b>Situación de mercado</b>                         | <p><b>Puertos:</b><br/>Los puertos se encuentran operando con relativa normalidad, pero con reducida cantidad de funcionarios en las aduanas (por turnos), se sigue procesando la nacionalización de embarques. Las actividades portuarias no serán objeto de suspensión de actividades.</p> <p><b>Logística:</b><br/>Solamente tienen autorización de circulación los vehículos y personas vinculadas a actividades en los sectores alimentos, salud, servicios básicos, etc.</p> <p>Los ministerios y demás organismos vinculados a trámites de permisos de importación están laborando parcialmente para la recepción/entrega de solicitudes de permisos. En líneas generales, importadores que han efectuado recientemente proceso de nacionalización de mercaderías de origen chileno no han tenido inconvenientes.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>Se ha observado en funcionamiento las cadenas de distribución y reposición de alimentos en horarios especiales, lo que podría verse afectado a corto plazo por la grave escasez de bencina.</p> <p>La economía venezolana lleva más de dos años en hiperinflación, por lo tanto, permanentemente se observan movilidad de precios con tendencia al alza tanto en moneda local como en dólares.</p> <p><b>Retail y HORECA:</b><br/>Los supermercados se encuentran trabajando en horario especial reducido con requisito de mascarillas y existe supervisión de los cuerpos de seguridad para no alargar las jornadas. Se observa reposición de alimentos.</p> <p>Se encuentran operativas las empresas principalmente de las industrias del sector agroalimentos y salud/canales de comercialización. Foodservice, restaurantes y otros similares solo bajo la modalidad delivery.</p> <p>Los principales hoteles cinco estrellas siguen operando, con reducida ocupación, requisitos de ingreso, con limitación de acceso a áreas comunes, reducidos horarios en sus restaurantes y/o servicio de alimentación limitado a roomservice.</p> <p>Derivado de la cuarentena social y laboral, es previsible la reducción de las ventas a nivel de comercios, salvo los retail.</p> |

|   |   |
|---|---|
| <p><b>eCOMMERCE</b></p>                     | <p>Venezuela se encuentra dentro de los principales países con más alta tasa de penetración en redes sociales y en constante crecimiento en América Latina. A la fecha no se encuentran disponibles cifras públicas ni privadas sobre su comportamiento en contexto COVID-19, sin embargo, la operatividad de los couriers y limitación de movilización/bencina para entregas podrían afectar temporalmente la tendencia creciente de las compras vía eCommerce. A lo anterior se suma la deficiencia de servicios de internet y anchos de banda del país, sistemas que en la actualidad están saturados por la cantidad de usuarios conectados derivado de la cuarentena social y laboral.</p> <p>Los bienes chilenos que principalmente se transan son alimentos y bebidas con foco en salmón y vinos.</p> <p>Derivado de la cuarentena, han surgido mayores transacciones bajo la modalidad delivery (principalmente alimentos). Se observan oportunidades para ofrecer por estos medios insumos, materias primas o bienes intermedios para sectores productivos locales con foco en agroalimentos y bebidas, así como servicios de consultoría en eCommerce y plataformas de pago para portales eCommerce que existen en el país. También es una tendencia de reciente implementación en algunas cadenas de supermercados.</p> <p>Los principales portales al día de hoy son: Mercado Libre Venezuela, Tucarro.com, TuInmueble.com, Supermercados como por Ej Plazas.com.ve</p> |
| <p><b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b></p> | <p><b>Agroalimentos:</b><br/>Chile es un importante abastecedor en este subsector, tales como pulpas de frutas, pasta de tomates, avena, etc., sectores que hasta el momento siguen operando con las limitaciones señaladas. La cuarentena obligatoria afecta en menor proporción sector agroalimentos. Sector vinos se encuentra restringida su comercialización en algunos puntos de venta de alimentos.</p> <p><b>Productos manufacturados:</b><br/>Categorías consideradas como no esenciales o no vinculadas a sectores prioritarios en la contingencia y Decreto de Alarma COVID-19, se verán afectadas para su libre distribución sumada a las limitaciones señaladas. La cuarentena obligatoria afecta a todo el sector comercio en multisectores.</p>  |
| <p><b>OBSTACULOS AL COMERCIO</b></p>        | <p>A la fecha no se han detectado obstáculos al comercio.</p>   |
| <p><b>OPORTUNIDADES COMERCIALES</b></p>     | <p><b>Salud:</b> insumos médicos, mascarillas No. 95, guantes quirúrgicos, ropa descartable, gel antibacterial, jabón líquido para manos, pinturas en base a cobre para quirófanos.</p> <p><b>Agro&amp;Alimentos:</b> Bienes considerados de primera necesidad no perecederos con amplios períodos de duración, conservas, alimentos elaborados, bebidas no alcohólicas incluyendo instantáneas. Materias primas o bienes intermedios para la industria alimentos &amp; bebidas.</p> <p><b>Industrias:</b> Insumos para la agroindustria o industria farmacéutica, para el agro; envases &amp; embalajes para la industria alimentaria y farmacéutica.</p> <p><b>Servicios:</b> Educativos plataformas para capacitación remota, aulas on line, y posibilidades de intercambio de cursos acreditables; Soluciones para potenciar eCommerce y plataformas de pagos; Soluciones para potenciar canal retail; soluciones TICs para las telecomunicaciones y de acceso a internet; Soluciones para optimizar</p>  |



|                         |  |
|-------------------------|--|
|                         | teletrabajo; Soluciones para optimizar -en corto plazo- procesos productivos y reducir costos. |
| <b>Contacto Oficina</b> | <b>María Alejandra Vera</b> - <a href="mailto:mavera@prochile.cl">mavera@prochile.cl</a>       |

| OFICOM: PERÚ  |   |
|---|---|
| <b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b> | <p>El Gobierno declaró estado de emergencia nacional y con ello el aislamiento social obligatorio de toda la población, con toque de queda entre las 18:00 hrs. hasta las 05:00 hrs., desde el 16 de marzo hasta el 12 abril.</p> <p>Las personas únicamente pueden circular por las vías de uso público para la prestación y acceso a servicios y bienes esenciales como: (a) Adquisición, producción y abastecimiento de alimentos, lo que incluye su almacenamiento y distribución para la venta al público; (b) Adquisición, producción y abastecimiento de productos farmacéuticos y de primera necesidad; (c) Asistencia a centros, servicios y establecimientos de salud, así como centros de diagnóstico, en casos de emergencias; (d) Entidades financieras, seguros y pensiones, así como los servicios complementarios y conexos que garanticen su adecuado funcionamiento; (e) Producción, almacenamiento, transporte, distribución y venta de combustible; y, (f) Medios de comunicación y centrales de atención telefónica.</p>   |
| <b>Operación OFICOM</b>                             | En teletrabajo  |
| <b>Situación de mercado</b>                         | <p><b>Puertos:</b><br/>El Gobierno a través del Ministerio de Transportes y Comunicaciones ha instruido que el transporte de carga y mercancías por las vías aéreas, marítimas, terrestres, ferroviarias y fluviales funcionen normalmente.</p> <p>Los productos chilenos se podrían ver afectados por las restricciones en la movilidad de las personas y con ello en una demora en el proceso de desaduanaje y distribución de los productos al mercado. Sin embargo, a la fecha no se han presentado problemas.</p> <p><b>Logística:</b><br/>Los transportistas de carga y mercancía podrán circular durante el toque de queda. También podrá circular durante la medida los operadores logísticos, proveedores de recintos aduaneros, de material de embalaje, empresas de custodia vehicular, inspectores de carga, prestadores de envío de documentos, grúas remolque, talleres de mantenimiento vehicular, almacenes, entre otros.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>Solo están operando los mercados mayoristas de abastecimiento de alimentos, productos farmacéuticos y de primera necesidad, el resto todo cerrado por ley.</p> <p><b>Retail y HORECA:</b><br/>Los supermercados están funcionando a plena capacidad, en horario de 10:00 am a 16:00 horas por el toque de queda.<br/>Dada la medida del gobierno, el mercado HORECA se encuentra cerrado.</p> |
| <b>eCOMMERCE</b>                                    | El gasto promedio de eCommerce aumentó en 49% durante la primera semana de la cuarentena debido a las promociones anterior al covid19, aunque el despacho se realizará pasada la cuarentena. Peruanos gastaron 10 millones de soles (USD 3 MM) durante la primera semana de cuarentena en eCommerce (fuente: Gestión)   |

|   |  |
|---|--|
|   | <p>El rubro de la venta de gas lideró la lista al incrementar 2.6 su volumen en un día ordinario. Las ventas de veterinarias ocuparon el segundo lugar al cubrir un 49%, seguido por educación con un 27%, supermercados 12% y pagos de servicios 9% (fuente: La República)</p> <p>Perú y Chile compiten en la producción de alimentos, sin embargo, hay una alta oportunidad en la exportación de servicios a través de los canales de eCommerce.</p> <p>Los mayores movimientos se han visto en los Glovo, Rappi, Uber Eats, Domicilio.com, Dilloo; en donde las categorías con mayores demandas han sido: alimentos, productos de aseo y limpieza, farmacia, mascotas entre otras.</p>  |
| <p><b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b></p> | <p>Debido a las medidas de aislamiento social, los sectores que han cambiado su comportamiento y con ello han afectado las exportaciones de bienes o servicios chilenos son:</p> <p><b>Minería</b>, en donde la mayor parte de las minas del Perú se encuentran en modo 'cuidado y mantenimiento' (es decir, suspendidas temporalmente), mientras que unas pocas efectúan actividad productiva, afectando de esta manera la venta de bienes y servicios de los proveedores de servicios mineros;</p> <p><b>Retail</b>, solo demanda de alimentos, en donde hay una mayor demora en los procesos e importadores que lo abastecen no completan el volumen de compra necesario para importación (caso del salmón que no completan un container)</p> <p><b>Turismo &amp; HORECA</b>, completamente cerrado afectando la demanda de vinos chilenos.</p> |
| <p><b>OBSTACULOS AL COMERCIO</b></p>        | <p>No se ha detectado ningún obstáculo.</p>  |
| <p><b>OPORTUNIDADES COMERCIALES</b></p>     | <p>Soluciones tecnológicas, plataformas y apps, que permitan monitorear comportamientos vinculados a covid-19.</p> <p>Productos médicos descartables con cobre.</p>  |
| <p><b>Contacto Oficina</b></p>              | <p>Helmut Eichhorn - <a href="mailto:heichhorn@prochile.cl">heichhorn@prochile.cl</a></p>  |

| OFICOM: ECUADOR                                     |  |
|---|--|
| <b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b> | <p>Estado de Excepción desde el 16 de marzo de 2020.</p> <p>Toque de Queda en todo el país entre las 14:00 y 05:00 hrs.</p> <p>Suspensión total de la jornada laboral presencial del sector público y privado.</p> <p>Las tiendas de barrio, los mercados y supermercados permanecerán abiertos, hasta las 14:00 hrs.</p> <p>De igual manera, los bancos y todos los servicios financieros seguirán operando normalmente.</p> <p>Los hospitales, las clínicas, los centros de salud y las farmacias atenderán de manera continua, y todas las industrias relacionadas con estos sectores, seguirán produciendo en los horarios habituales.</p>   |
| <b>Operación OFICOM</b>                             | <p>Teletrabajo</p>   |
| <b>Situación de mercado</b>                         | <p><b>Puertos:</b><br/>Funcionando con normalidad, pero mayores controles de salud. Para el transporte de carga pesada se ha estipulado autorizarlas por el Gobierno Nacional, con salvoconducto emitido por responsable de empresa.</p> <p><b>Logística:</b><br/>Hasta el momento no se ha detectado mayores problemas en logística, todo funciona con salvoconducto, debido al toque de queda que parte a las 14:00 hrs.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>Operando con normalidad en la venta de alimentos, medicamentos y artículos de primera necesidad, según lo estipulado en el Estado de Excepción.</p> <p>Frutas desde Chile, siguen con sus ventas normales, otros productos que no son de primera necesidad, como por ejemplo el vino, van a bajar en sus ventas.</p> <p><b>Retail y HORECA:</b><br/>Permanecen abiertos supermercados, tiendas de abarrotes, farmacias, empresas de empaque alimentos insumos de higiene y limpieza y cadenas productivas.</p> <p>Centros comerciales, hoteles y restaurantes cerrados. Esta situación va a incidir en la venta de productos chilenos que no son considerados de primera necesidad.</p> |
| <b>eCOMMERCE</b>                                    | <p>En general el eCommerce en Ecuador, en la coyuntura sanitaria, está vinculado a las aplicaciones de delivery, tanto de alimentos, medicamentos, y otros de primera necesidad, que han aumentado su demanda de forma exponencial.</p> <p>Estamos trabajando para incorporar más empresas importadoras a nuestro marketplace B2B.</p>   |

|                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| <b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b> | Bienes de consumo que no son de primera necesidad, se van a ver mermados en los envíos desde Chile, por ejemplo, vinos y salmón.   |
| <b>OBSTACULOS AL COMERCIO</b>        | No existen medidas de este tipo en Ecuador.  |
| <b>OPORTUNIDADES COMERCIALES</b>     | <p><b>Insumos Médicos:</b><br/>El Comité de Comercio Exterior del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca resolvió diferir temporalmente al 0%, la aplicación de la tarifa arancelaria para la importación a consumo, respecto de productos varios de uso médico y seguridad tales como instrumentos de cirugía, gafas protectoras, aparatos de asistencia respiratoria y reanimación, entre otros, hasta la notificación del Ministerio de Salud Pública de término del Estado de Emergencia Sanitaria declarada en el Acuerdo Ministerial No. 00126 – 2020 de 11 de marzo de 2020.</p> <p>Se dispone que para la nacionalización e importación de “batas o trajes de bioseguridad” de uso médico que se encuentran bajo las subpartidas arancelarias 6210.10.00.00; 6210.20.00.00; 6210.40.00.00; 6210.50.00.00; las mismas que están referenciadas en el Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 013 (2R); se emitan los certificados de producto no controlado, únicamente con la presentación de dicha resolución.</p> |
| <b>Contacto Oficina</b>              | <b>Carmen Gloria Cerda</b> - <a href="mailto:cgcerda@prochile.cl">cgcerda@prochile.cl</a>  |

| OFICOM: PARAGUAY                                    |  |
|---|--|
| <b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b> | <p>El gobierno ha decretado una cuarentena obligatoria desde el 11 de marzo pasado, que ha sido prorrogada hasta el 12 de abril próximo. Existe total restricción para la circulación de las personas, excepto para los trabajadores considerados esenciales y para realizar compras en supermercados y farmacias.</p> <p>La restricción al ingreso de personas al país no afecta el ingreso de mercaderías y el flujo del comercio exterior se ha mantenido con relativa normalidad.</p>  |
| <b>Operación OFICOM</b>                             | <p>Teletrabajo.</p>  |
| <b>Situación de mercado</b>                         | <p><b>Puertos:</b><br/>           Todos los puertos se encuentran operativos para el ingreso de mercaderías importadas; algunos puertos han reportado la sobrecarga de sus depósitos, porque los importadores de productos que no son de primera necesidad no han realizado los trámites relativos al desaduanamiento.</p> <p>Se ha detectado mayores tiempos en la entrega de las mercaderías al importador.</p> <p><b>Logística:</b><br/>           La mayor parte de las importaciones paraguayas de Chile son transportadas por vía terrestre, y conforme a información recabada de las principales empresas logísticas, la operativa se realiza con normalidad. Sin embargo, dado que los productos importados transitan por territorio argentino, las restricciones a la circulación impuestas en el vecino país podrían impactar en los tiempos de entrega de las mercaderías.</p> <p>Una dificultad que afectaba a los envíos desde Chile con destino a Paraguay es la necesidad de presentar certificados de origen en formato físico para el ingreso de las mercaderías. Esta Oficom realizó gestiones ante la Dirección Nacional de Aduanas el jueves 26 de marzo, y sus autoridades han aceptado la recepción de los certificados de origen en formato digital.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>           Los mercados mayoristas de alimentos y productos de higiene y salud están operando a plena capacidad, buscando asegurar sobre todo los flujos de su cadena logística.</p> <p>Se registra una demanda en alza de los alimentos (en especial alimentos secos, enlatados y congelados), medicamentos, e insumos para la salud; en tanto, en los otros segmentos, se aprecia una disminución de la demanda de entre 70% a 90%.</p> <p><b>Retail y HORECA:</b><br/>           Todos los supermercados están funcionando con normalidad y no se aprecian desabastecimientos, salvo una rápida rotación en productos de higiene como alcohol en gel.</p> <p>El 85% de los hoteles se encuentran cerrados y el resto sigue operando con una cantidad muy baja de huéspedes que llegaron antes de que se decretara la cuarentena; en tanto</p> |

|                                      |   |
|--------------------------------------|---|
|                                      | <p>que el 50% de los restaurantes están cerrados y el resto opera por delivery, con una reducción de las ventas entre el 70% y 90%.</p> <p><b>Seguirá habiendo gran demanda de alimentos y medicamentos que se importan desde Chile, pero se detecta poco interés en explorar nuevas líneas de productos</b></p>  |
| <b>eCOMMERCE</b>                     | <p>El eCommerce ha crecido exponencialmente desde el inicio de la contingencia, llegando a cuadruplicarse las compras diarias en ciertas plataformas, pero al mismo tiempo generando un estrés logístico que impide la entrega de los productos en el mismo día.</p> <p>Los productos chilenos más demandados son alimentos y bebidas, artículos de higiene y medicamentos.</p> <p>Además de los alimentos y artículos de primera necesidad, hay oportunidades para exportadores chilenos de servicios profesionales y soluciones tecnológicas.</p> <p>Los portales de eCommerce que generan mayor movimiento en el mercado son el de los supermercados (<a href="http://www.superseis.com.py">www.superseis.com.py</a>, <a href="http://www.casarica.com.py">www.casarica.com.py</a>), <a href="http://www.farmacenter.com.py">farmacias (www.farmacenter.com.py)</a>, <a href="#">las apps de entrega (Pedidos Ya, Monchis)</a> y <a href="http://www.hendyla.com">los marketplaces (www.hendyla.com)</a>.</p>  |
| <b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b> | <p><b>Servicios de Arquitectura e Ingeniería Civil</b><br/>Durante los últimos años ha habido un boom inmobiliario en las principales ciudades del país, con gran demanda de servicios profesionales chilenos de arquitectura e ingeniería, pero con la presente contingencia y la imposibilidad de que los profesionales puedan trasladarse al país, muchos proyectos han quedado detenidos.</p> <p>Como muchos de estos proyectos están dirigidos a la clase media, y la mayoría de los analistas predicen un crecimiento de la economía de entre 0,7% y -1,5%, las perspectivas de ventas de los servicios también disminuyen.</p> <p><b>Bebidas Alcohólicas</b><br/>El gobierno ha prohibido el delivery de bebidas con contenido alcohólico, y considerando que una parte importante de las ventas de los supermercados se realizan por esta vía, se empieza a detectar un descenso en las ventas.</p> <p>Mientras siga vigente la cuarentena y la situación de contingencia, se prevé una disminución de las ventas en torno al 40% durante los próximos meses.</p> |
| <b>OBSTACULOS AL COMERCIO</b>        | Ninguno.  |
| <b>OPORTUNIDADES COMERCIALES</b>     | <p>Las fronteras permanecen abiertas para el comercio, para asegurar el abastecimiento en productos esenciales como alimentos y medicamentos e insumos médicos y soluciones tecnológicas para hacer frente a las situaciones de crisis.</p> <p><b>Los sectores con mayor oportunidad son:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fruta fresca (cítricos) y hortalizas (tomates, cebollas, papas): estos productos se importan mayormente de Argentina y han experimentado un aumento de</li> </ul>  |

|                         |   |
|-------------------------|---|
|                         | <p>precios de hasta el 20%, por lo que algunos importadores están analizando la posibilidad de importarlos de otros mercados.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios para la construcción: las obras públicas de infraestructura de envergadura no se han detenido en el país, y precisan de servicios profesionales con el expertise de la oferta chilena.</li> <li>• Agrotech (principalmente, sistemas de riego y de control de plagas): las actividades agropecuarias tampoco se han detenido, pero precisan de soluciones para la sequía que afecta a extensas regiones del país.</li> </ul> <p>Desarrollo de plataformas de eCommerce y de servicios de entrega: muchos negocios que no cuentan con presencia online requieren acceder a estas plataformas, debido a la presente contingencia y al auge sostenido de la demanda por este canal.</p> |
| <b>Contacto Oficina</b> | Carlos Brunel - <a href="mailto:cbrunel@prochile.cl">cbrunel@prochile.cl</a>  |



| OFICOM: URUGUAY                                     |  |
|---|--|
| <b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b> | <p>El Gobierno Uruguayo recomienda aislamiento social, teletrabajo. Suspensión de clases de colegios, liceos y Universidades, hasta nuevo aviso. Cierre de Shopping, cine, teatros, locales nocturnos. Cierre de frontera de personas, lo que perjudicó el turismo afectado directamente a los pequeños negocios y restaurantes/hoteles.</p> <p>Existe libre tránsito de alimentos, artículos de limpieza e insumos para la salud. La movilidad está permitida dependiendo de las empresas productivas, que no puedan dejar de ir a trabajar. Las empresas de productos manufactureros no alimentos están optando por realizar envío a domicilios para abastecer a la población.</p>   |
| <b>Operación OFICOM</b>                             | <p>Presencial y teletrabajo.</p>   |
| <b>Situación de mercado</b>                         | <p><b>Puertos:</b><br/>Funciona normalmente. No existen problemas en el puerto por el tránsito de mercadería. El puerto de Montevideo está trabajando en forma normal, con todos los recaudos y protocolos en sintonía con las directivas del Ministerio de Salud Pública - MSP.</p> <p><b>Logística:</b><br/>No existe ningún problema, el trabajo es fluido.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>Atentos a la situación y las necesidades del mercado local, trabajo normal con los cuidados que solicita el Ministerio de Salud Pública. Las importadoras siguen con la operativa normal y no han tenido problema.</p> <p>Respecto de los precios, el gobierno lo está controlando y no ha habido problema.</p> <p><b>Retail y HORECA:</b><br/>Retail: trabajando a máxima capacidad sobre todo productos de alimentos, limpieza y desinfectantes.</p> <p>HORECA: Mínima capacidad, la mayoría de los restaurantes y hoteles están cerrados.</p> <p>Existe mucha incertidumbre entre los importadores, les hace mucho sentido una desaceleración en la economía uruguaya, se verán afectados sobre todo los vinos - principalmente por el canal HORECA- y frutos secos.</p> |
| <b>eCOMMERCE</b>                                    | <p>En este mercado el eCommerce ha aumentado considerablemente, de acuerdo a reuniones que la Oficina Comercial ha tenido con importadores e inversionistas chilenos, el comercio online ha subido de 200% a 300%.</p> <p>Los productos chilenos que se transan actualmente por esta vía son vinos, fruta fresca, frutos secos, salmón y conservas. Existe oportunidad para productos de primera necesidad.</p>  |

|                                      |  |
|--------------------------------------|--|
|                                      | Los portales/apps de eCommerce con mayor movimiento son Mercado Libre, Rappi, Pedido Ya, Uber Eat, Bacan.uy y los supermercados  |
| <b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b> | <p><b>Vino</b><br/>Debido a la situación del canal HORECA, los vinos se vieron afectados, aunque las importadoras manifiestan que están optando por la venta online.</p> <p>Se proyecta continuar por esa vía y a través de los supermercados.</p> <p><b>Frutos Secos</b><br/>El cierre del comercio y principalmente de los restaurantes significó una baja en las ventas del producto.</p> <p>Los importadores esperan que esto mejore en los próximos meses.</p>                        |
| <b>OBSTACULOS AL COMERCIO</b>        | No se han detectado ningún obstáculo al comercio.  |
| <b>OPORTUNIDADES COMERCIALES</b>     | <p>Los Colegios y Universidades están cerrados; sería interesante poder ofrecer productos educativos online, juegos; propuesta de servicios online.</p> <p>Alimentos: principalmente de primera necesidad.</p> <p>Limpieza: la venta hoy es controlada en los supermercados (6 productos por persona) escasez de desinfectantes.</p> <p>Farmacéuticos y material médicos: los productos de mayor venta son paracetamol, vitamina C, los guantes quirúrgicos, mascarillas, entre otros.</p> |
| <b>Contacto Oficina</b>              | Federico Gajardo - <a href="mailto:fgajardo@subrei.cl">fgajardo@subrei.cl</a>  |

## AMERICA DEL NORTE CENTRAL Y CARIBE

| OFICOM: EEUU  |   |
|---|---|
| <b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b> | <p>El iniciativa PAUSE sigue en efecto: Trabajadores “no esenciales” tienen que trabajar desde la casa; se prohíben reuniones “no esenciales”; cualquier grupo de personas fuera de la casa debería consistir en trabajadores ofreciendo servicios esenciales; todos deberían utilizar la práctica de “social distancing” (seis pies de distancia); negocios y organizaciones que proveen otros servicios esenciales deberían implementar reglas que faciliten “social distancing”; cualquiera actividad recreacional fuera de la casa debería ser sin contacto con otras personas; se recomienda limitar el uso de transportación pública; alguien enfermo no debería salir de su casa, con la excepción de ir para atención médica crítica; y se sugiere efectuar prácticas sanitarias.</p> <p>La situación sanitaria impide el movimiento de consumidores, y como resultado ha repercutido en una variedad de sectores que tradicionalmente tenían un impacto económico significativo: restaurantes, hoteles, servicios presenciales, tiendas de retail “no esenciales” tal como tiendas de ropa o electrónicos, etc.</p>  |
| <b>Operación OFICOM</b>                             | <p>Teletrabajo</p>  |
| <b>Situación de mercado</b>                         | <p><b>Puertos:</b><br/>Los puertos de la región siguen funcionando con normalidad para bienes. En el caso de cruceros, la disponibilidad depende del barco, puerto y condición de sus pasajeros.</p> <p>No hay información oficial sobre problemas con el ingreso de productos al mercado.</p> <p><b>Logística:</b><br/>La cadena logística se encuentra en buenas condiciones, pero los detalles varían según estado y de acuerdo con las restricciones que han implementado para transporte.</p> <p>Las limitaciones áreas impuestos hasta el momento, aplica solo para pasajeros.</p> <p>Con respecto a la gestión documental, el FDA ha reducido registros de fábricas extranjeras, por lo que va a ser más difícil de hacer llegar nuevos productos no registrados al mercado estadounidense. Sin embargo, esto no aplica a las empresas que ya tienen la registración y documentación pertinente.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>Los mercados mayoristas de las industrias “esenciales” están funcionando a una capacidad elevada. Algunas tiendas han implementado restricciones en cuanto al horario de ingreso para algunos grupos etarios, número de personas que pueden estar en la tienda a la misma vez y la cantidad de productos esenciales que un cliente puede comprar (huevos, pan, confort, etc.).</p> <p>En general, se aprecia un alzan en las ventas de alcohol gel, toallitas, jabón, confort, toallas de papel, termómetros, desinfectante, pañales, pañuelos, pollo, huevos y pan.</p> <p><b>Retail y HORECA:</b></p> |

|   |  |
|---|--|
|   | <p>El retail, con la excepción de supermercados y farmacias, ha sufrido un tremendo choque como resultado de las políticas nacionales y estatales que cerraron negocios “no esenciales”. Las ventas en Walmart, CostCo y Target bajaron por la primera vez desde que comenzó la pandemia en los Estados Unidos. Se estima que consumidores ya no están enfocándose en “stockpiling” (aprovisionamiento), lo que ha resultado en esta bajada.</p> <p>El canal HORECA está completamente paralizado. En el caso de restaurantes, no les está permitido atender a público; solamente pueden vender a través del formato “takeout” y “delivery”. Su impacto se ha extendido hacia todas partes del canal de abastecimiento desde los productores de suministros alimenticios hasta los distribuidores que venden exclusivamente a restaurantes de alto rango</p> <p>Hasta el momento, el impacto del coronavirus en la venta de productos chilenos en el mercado EE. UU. depende mucho del producto. Para ítems más gourmet, las ventas han subido como consecuencia de la migración a la compra de comida por internet; ya tenían una presencia más fuerte a través de este canal, y la situación actual ayudó aumentar las ventas. Para otros productos, tal como el vino, el colapso de la industria “on-premise” ha reducido fuertemente las ventas a importadores y distribuidores en este canal.</p> |
| <p><b>eCOMMERCE</b></p>                     | <p>Las ventas en plataformas eCommerce aumentan considerablemente; según digital commerce 360, las ventas online han aumentados 52% comparado con el mismo periodo en 2019.</p> <p>Los bienes chilenos que hoy se transan en el canal son principalmente de las industrias Gourmet y vinos. Cabe destacar el aumento de las ventas de vinos en el eCommerce, usando el ejemplo de wine.com, donde las ventas tuvieron un crecimiento de +500%; esto ha arrastrado a los vinos chilenos en dicha plataforma.</p> <p>Las oportunidades para Chile en este canal están orientadas hacia productos que ayuden a los consumidores a llevar una vida 100% en casa, sobre todo en la industria creativa con la venta de material electrónico como comics, juegos, películas, entre otros.</p> <p>Las principales plataformas de eCommerce en EEUU son Amazon, Target, Walmart, CostCo, instacart son algunos de las empresas claves</p>   |
| <p><b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b></p> | <p><b>HORECA</b><br/>El canal HORECA está muy afectado en EE. UU. y ha caído un 90%. Su impacto se ha extendido hacia todas partes del canal de abastecimiento desde los productores de suministros alimenticios hasta los distribuidores que venden exclusivamente a restaurantes de alto rango.</p> <p><b>Salmón</b><br/>En el caso del sector salmón, la crisis está generando una migración en el consumo, desde las ventas de producto fresco hacia congelado. Antes de la crisis el 70% de la oferta era fresco.</p>   |
| <p><b>OBSTACULOS AL COMERCIO</b></p>        | <p>No se han detectado obstáculos al comercio establecidos producto del COVID-19</p>   |

|   |  |
|---|--|
| <p><b>OPORTUNIDADES COMERCIALES</b></p> | <p>Se presentan oportunidades para los Alimentos, empresas proveedoras de productos orientados a la sanitización y limpieza, industrias creativas las oportunidades surgen en el abastecimiento de retailers pertenecientes al negocio considerados esenciales o bien a retailers con plataforma online.</p> <p><b>Alimentos:</b> para productos congelados, enlatados, alimentos no perecibles. Además de superfoods (superalimentos), La demanda de alimentos enlatados y congelados ha aumentado exponencialmente.</p> <p><b>Industrias:</b> productos en base de cobre, artículos de limpieza con base en alcohol, juegos para niños. Dada la preocupación y escasez de artículos que mantengan la piel libre de bacterias se observa que productos en base a cobre son una excelente oportunidad para ingresar al mercado. Por otro lado, existe una oportunidad de que empresas elaboradoras de alcoholes elaboren o vendan el alcohol no utilizados en el proceso de elaboración de productos como insumos médicos o de higiene personal. El gran problema para los padres hoy en día es que los niños no pueden salir, por lo tanto, mantenerlos en casa requiere un mayor desafío para mantenerlos entretenidos y con las medidas de seguridad necesarias.</p> <p><b>Industrias creativas:</b> Se observa que el sector de video juegos, aplicaciones móviles, audiovisual tienen una gran oportunidad hoy, dado que la población se encuentra trabajando desde casa. Por lo mismo, sectores como e-learning, juegos online para niños y otros presentan grandes oportunidades.</p> |
| <p><b>Contacto Oficina</b></p>          | <p>Matías Pinto (Washington DC) – <a href="mailto:mpinto@prochile.gob.cl">mpinto@prochile.gob.cl</a><br/> German Rocca (Miami) - <a href="mailto:grocca@prochile.gob.cl">grocca@prochile.gob.cl</a><br/> Nicolás Vives (L.A.) – <a href="mailto:nvives@prochile.gob.cl">nvives@prochile.gob.cl</a><br/> Ignacio Recart (NY) - <a href="mailto:srecart@prochile.gob.cl">srecart@prochile.gob.cl</a></p>   |

| OFICOM: MÉXICO                                      |   |
|---|---|
| <b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b> | <p>Actualmente México se encuentra en la FASE 2, la que implica la suspensión de actividades no esenciales. La cuarentena se extiende hasta el 30 de abril. Cabe mencionar que México se encuentra en situación de cuarentena obligatoria para el grupo más vulnerable de la población, gente adulta mayor a 60 años.</p> <p>En el caso de México, se han cerrado ya centros comerciales, cadenas de hoteles, restaurantes, lo que ha generado pérdidas de empleo y utilidades. Las armadoras de autos, que es un sector estratégico, se encuentran en suspensión de labores.</p>   |
| <b>Operación OFICOM</b>                             | Teletrabajo   |
| <b>Situación de mercado</b>                         | <p><b>Puertos:</b><br/>Funcionan con normalidad, pero con retrasos ya que ante la situación son más meticulosos con las revisiones.</p> <p>Hasta el momento no ha habido problemas.</p> <p><b>Logística:</b><br/>No hay cuello de botella que afecte la distribución de bienes importados de Chile. En el caso extremo que México llegue a una fase crítica, podrían cerrarse los puertos.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>Las ventas de productos básicos e higiene se mantienen, operan normalmente. Los bienes no básicos se están viendo mermados, ya que la gente le da prioridad a la canasta básica.</p> <p>Alimentos, frutas, productos del mar, están estables. Los que están a la baja son los bienes intermedios y no básicos.</p> <p><b>Retail y HORECA:</b><br/>Supermercados al 100%, siguen abiertos.</p> <p>El sector es estratégico para México, es donde se verá mayores impactos, los principales destinos turísticos están en crisis por falta de visitantes, varias cadenas de hotel están disminuyendo operaciones o se encuentran cerrados. Lo mismo que los restaurantes, que solo ofrecen comida a domicilio. Para el caso de Catering, hay eventos cancelados y pospuesto.</p> <p>En México, hay importadores específicos para este sector, sobre todo en alimentos, coincidiendo que ya tiene muy pocas ventas o nulas. Productos chilenos como frutos secos y deshidratados, carnes, productos del mar.</p> |
| <b>eCOMMERCE</b>                                    | En el caso de México, ha crecido, sobre todo con la venta de bienes de consumo básico, así como también materiales e insumos para hacer ejercicio en casa.  |

|   |  |
|---|--|
|   | <p>Bienes chilenos se transan en eCommerce: La mayoría de los productos chilenos que se venden en este canal, son a través de un importador, como vinos, frutas, productos saludables y de higiene personal.</p> <p>Oportunidades para Chile en eCommerce: Proveedores alimentos básicos y saludables.</p> <p>Portales/apps de eCommerce con mayores movimientos: Apps Supermercados, Cornershop, Amazon, Mercado Libre</p>  |
| <p><b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b></p> | <p>Los principales gremios sectoriales muestran descontento, ya que el plan de activación económica del actual gobierno solo atiende a las minorías. Critican que no exista un plan de fondo, sin medidas contra cíclicas. El tipo de cambio toca mínimos históricos.</p> <p><b>VINOS Y BEBIDAS ESPIRITUOSAS</b></p> <p>En México, derivado de la situación actual, hay prohibición de ventas de estos productos en algunos estados como Tabasco, Quintana Roo, Querétaro y Nuevo León, lo que sin duda mermaría el consumo. Además, los centros de consumo como restaurantes y hoteles están con operaciones limitadas.</p> <p>Proyección a los siguientes meses reducida, sin determinar un porcentaje. Inician campañas de emarketing, catas virtuales y generación de contenido con influencers especializados. Centros de consumo cerrados hasta nuevo aviso.</p> <p><b>Alimentos</b></p> <p>Se prioriza la compra de productos de primera necesidad, fruta y verdura congelada, así como enlatados. Para el sector de productos Gourmet, en conjunto con vinos y destilados, las empresas se encuentran desarrollando Food Packs y promociones para la entrega a domicilio, estrategia que les permitirá liberar, a menor escala, inventarios.</p> <p>Alimentos saludables y superfoods siguen en consumo de nicho, sin embargo, el ingreso de nuevos productos se tiene detenidos, dado que la capacidad de tramitación de etiquetas y requisitos se encuentra reducida.</p> <p><b>Industrias</b></p> <p>Para el tema de industrias, uno de los principales canales de comercialización como tiendas especializadas han sido cerradas. En el caso de la minería en México se decretó como actividad no esencial y se tuvieron que suspender actividades. Difíciles por las empresas que tratan de sobrevivir y con una pendiente de recuperación de meses.</p> <p><b>Industrias creativas</b></p> <p>Las ventas en el sector creativo se han trasladado a visualizaciones gratuitas on line de conciertos, lecturas por los propios escritores, proyección de películas-series-documentales en versiones gratuitas por tiempos acotados. Por ahora el sector cultural está promoviendo eventos gratuitos, con el propósito de ser un medio de consumo en tiempos de cuarentena.</p> <p>Se han difundido iniciativas de promoción para rescatar los sectores económicos partiendo desde lo local, por lo que se vislumbra un fuerte incentivo de consumo para los productos mexicanos, una baja de precio debido a la competencia y la falta de liquidez debido a la reducción salarial, salarios no pagados o desempleo. Se prevé un recorte de</p> |

|   |   |
|---|---|
|   | <p>servicios streaming que se consideren “innecesarios” y el cambio a servicios online gratuitos.</p> <p>Una tímida aceptación a asistencia en espacios con aglomeraciones y por lo mismo, una baja en precios de boletos para eventos culturales. Se considera que las discográficas, casas productoras y editoriales que tengan un buen portafolio digital o puedan migrar de los productos físicos a digitales, serán las que mejor provecho puedan sacar del estancamiento económico.</p> <p><b>Servicios</b><br/>Para los proveedores de servicios, afortunadamente se tienen contratos de venta, algunos por un año, otros por meses. Se sigue trabajando normal.</p> <p>En caso de que la situación no mejore y los clientes, se vean afectados por la recesión económica que se avecina, los proveedores tendrán que ser más agresivos, en cuanto a costos para poder seguir ofreciendo sus servicios.</p> <p><b>Moda</b><br/>Tiendas de diseño de autor cerradas hasta nuevo aviso. El canal on line y comercio electrónico se abren como buenas opciones. <b>Productos del mar</b><br/>La Central de Pescados y Mariscos "La Nueva Viga" se está viendo afectada por la cuarentena implementada por la contingencia de salud. De acuerdo a los importadores que se encuentren ahí, las ventas han caído al menos un 50% en relación a la víspera de Semana Santa del año pasado.</p> <p>Salvo en los días de Semana Santa (entre el 6 y el 12 de abril) que se espera un pequeño repunte, el panorama es difícil puesto que tendrán que explorar otras formas de llegar al consumidor (como la entrega a domicilio) para tratar de compensar la caída en las ventas</p> |
| <p><b>OBSTACULOS AL COMERCIO</b></p>    | <p>No</p>   |
| <p><b>OPORTUNIDADES COMERCIALES</b></p> | <p>Oportunidades de abastecimiento –en bienes, servicios o industrias creativas- para Chile en esta coyuntura:<br/>Industrias creativas<br/>Apps de Smartcities y Lifestyle<br/>Alimentos<br/>Edutech</p> <p>Actualmente hay un mercado que se encuentra haciendo teletrabajo que demanda productos y servicios a domicilio. De acuerdo a información de Deloitte, se estima que el 57% de las empresas en México lo realiza, todos ellos tienen necesidades específicas como buena alimentación y estilo de vida saludable.</p> <p>Existen alrededor de 4.1 millones de personas que habitualmente realizan actividad física en gimnasios y recintos dedicados. Hoy no pueden por las restricciones y buscan opciones para realizar actividades desde casa, tutoriales para comer saludable, clases en línea.</p>  |



|                         |  |
|-------------------------|--|
|                         | <p>El sector de la educación también es un área de oportunidad para la oferta chilena. De acuerdo con información del Ministerio de Educación mexicano, el promedio de estudios es de 9.1 años (educación básica). Por la situación, los servicios educacionales están buscando soluciones que permitan continuar con los programas escolares e incrementar la participación de los cursos en línea. La cual por la situación está suspendida, y tienen que voltear a buscar soluciones para los estudiantes. Se estima que los cursos en línea incrementen participación.</p> |
| <b>Contacto Oficina</b> | Hector Echeverría (Ciudad de México) - <a href="mailto:hecheverría@prochile.gob.cl">hecheverría@prochile.gob.cl</a>  |

| OFICOM: CANADÁ                                      |  |
|---|--|
| <b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b> | <p>Todo el comercio no esencial permanece cerrado. Colegios, edificios públicos y todos los parques también permanecen cerrados. Solo se mantienen abiertos los supermercados, farmacias.</p> <p>Existe un riesgo potencial para la agricultura y el suministro de alimentos en caso de que no se pueda contar con mano de obra inmigrante para la agricultura.</p>  |
| <b>Operación OFICOM</b>                             | Tanto la Oficina Comercial de Toronto como la Representación Comercial en Montreal están en modalidad teletrabajo.   |
| <b>Situación de mercado</b>                         | <p><b>Puertos:</b><br/>Puertos de carga con funcionamiento normal en general, algunos con horarios reducidos. Puertos de Montreal, Vancouver, Saint John, Prince Rupert y Halifax operan normalmente. Se restringió la llegada de vuelos internacionales a Vancouver, Calgary, Toronto y Montreal. Comercio entre EE. UU. y Canadá se mantendrá para asegurar la cadena de suministros.</p> <p>Comercio de productos chilenos no debería verse afectado mientras se mantenga abierta la frontera entre EEUU y Canadá.</p> <p><b>Logística:</b><br/>La SAQ (monopolio de bebidas alcohólicas de Quebec) anunció que no procesará nuevas solicitudes de importación privadas, dedicará sus recursos al producto que se vende en sus tiendas. Esto va a afectar la distribución de vinos y licores hacia canal HORECA.</p> <p>Aircanada suspendió sus vuelos hasta el 31 de mayo.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>El Ontario Food Terminal opera con normalidad y asegura el suministro constante de alimentos para la provincia. Observando ciertas medidas de precaución sanitaria para garantizar la seguridad de sus trabajadores y clientes.</p> <p>Alza en las ventas de productos de limpieza y suministros médicos. Alimentos y productos básicos mantienen sus ventas. Ventas de vino durante marzo aumentaron entre 15 y 50% por miedo a la cuarentena.</p> <p><b>Retail y HORECA:</b><br/>Supermercados operan bajo ciertas restricciones de horario, personal reducido y afluencia de público controlada. Las ventas no han bajado y se espera un alza en el costo de los alimentos de entre un 2% y un 4% en ciertos rubros, debido en gran parte al bajo precio del dólar canadiense y los efectos de la guerra del petróleo. Adicionalmente, los supermercados no están aplicando promociones o descuentos. Más cambios se esperan en la forma de comprar que en los precios.</p> <p>Restaurantes tienen prohibición de servir alimentos en locales, solo funciona el despacho a domicilio y servicio para llevar.</p> |
| <b>eCOMMERCE</b>                                    | Comercio en plataformas electrónicas han aumentado considerablemente, particularmente aquellas relacionadas con compras de alimentos en supermercados y  |

|                                      |   |
|--------------------------------------|---|
|                                      | <p>compras de alimentos preparados. Asimismo, plataformas como Amazon Canadá, por la muy alta demanda, han debido privilegiar el envío de productos de primera necesidad versus aquellos de consumo.</p> <p>Bienes chilenos que se transan actualmente en eCommerce: Frutas, alimentos, vinos, salmón y mariscos.</p> <p>Portales/apps de eCommerce con mayores movimientos: Ubereats, Foodora, PC Express, Skip the Dishes, Cornershop, Instacart</p>  |
| <b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b> | <p><b>VINOS</b></p> <p>Vinos, ventas aumentaron fuertemente en meses de febrero y marzo, agentes importadores informan entre 15 y 50% de aumento, pero esto se debió principalmente a efecto de miedo ante la posibilidad de que se declarara cuarentena.</p> <p>Ventas deberían estabilizarse una vez que el público asimile el nuevo sistema.</p>   |
| <b>OBSTACULOS AL COMERCIO</b>        | <p>No se identifican barreras que afecten al comercio bilateral</p>   |
| <b>OPORTUNIDADES COMERCIALES</b>     | <p>Oportunidades en eCommerce y servicios relacionados con la última milla (Cornershop). Oportunidades en servicios Fintech, llegar con tecnología a todos aquellos negocios que no quieren manejar dinero físico que ya no quieren tocar dinero, los negocios de barrio que cuentan con servicios bancarios mínimos.</p> <p>Se identifican oportunidades en Alimentos, servicios y limpiadores domésticos tales como:<br/>Sopas, Pastas, Salsa de tomate, Galletas, Conservas frutas, verduras, carnes, etc., Frutos secos, Compotas de manzana, Quinoa.</p> <p>Sectores con potencial para Chile:<br/>Telemedicina, Biotecnología, soluciones para el teletrabajo y la educación a distancia tanto para niños como adultos.</p> <p>Se amplía la necesidad de transportes individuales. Bicicletas eléctricas, scooters, otras alternativas al transporte público.</p> |
| <b>Contacto Oficina</b>              | <p>Fernando Acuña (Toronto) - <a href="mailto:facuna@prochile.gob.cl">facuna@prochile.gob.cl</a><br/>Oscar Arriagada (Montreal) - <a href="mailto:oarriagada@prochile.gob.cl">oarriagada@prochile.gob.cl</a></p>  |

| OFICOM: GUATEMALA                                   |   |
|---|---|
| <b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b> | <p>Las medidas que se han aplicado son preventivas.</p> <p>Considerando el número total de casos confirmados, todas las medidas son preventivas. Se tiene implementado un toque de queda hasta el 12 de abril, estado de cuarentena hasta el 5 de mayo y las actividades comerciales no esenciales se encuentran paralizadas, principalmente el retail. No obstante, la industria puede operar siempre y cuando apliquen medidas sanitarias apropiadas y se acoplen a un sistema de revisión y monitoreo por parte del Ministerio de Salud. Centros comerciales, transporte público y espacios públicos como parques se encuentran cerrados hasta nuevo aviso.</p>  |
| <b>Operación OFICOM</b>                             | Teletrabajo   |
| <b>Situación de mercado</b>                         | <p><b>Puertos:</b><br/>Funcionan con normalidad y apertura al comercio normal. Los alimentos que Chile le exporta a Guatemala clasifican como de primera necesidad y se está buscando facilitar el ingreso de este tipo de productos.</p> <p><b>Logística:</b><br/>Existe un retraso y/o escasez de contenedores refrigerados.</p> <p>No hay cuello de botella que pudiese llegar a afectar la distribución de bienes importados de Chile.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>Con sobre demanda. A pesar de haber suficiente abastecimiento en el global, existe más demanda inmediata que la cadena logística puede abastecer en tiempos rápidos.</p> <p>Fruta fresca, avena y conservas están al alza. La demanda por vinos se ha reducido.</p> <p>Se prevé que la madera pueda sufrir una disminución al mediano plazo, pero dependerá de la duración de la cuarentena total. Por el momento los pedidos para importar no se han cancelado.</p> <p><b>Retail y HORECA:</b><br/>Funcionando con sobre carga los supermercados</p> <p>HORECA funciona sólo con personal indispensable y buscando redirigir sus operaciones para vender de forma directa al consumidor (aprovechando la sobre demanda que hay en alimentos y el cierre temporal de los restaurantes).</p> <p>Afecta las nuevas negociaciones como las de salmón.</p> |
| <b>eCOMMERCE</b>                                    | <p><b>El canal eCommerce ha aumentado sus ventas en un 130%.</b></p> <p><b>Los bienes chilenos que hoy se transan en eCommerce</b> son fruta fresca, alimentos procesados y en menor medida el vino.</p> <p><b>Oportunidades para Chile en eCommerce:</b> Aprovechar el incremento en eCommerce y la digitalización acelerada que han sufrido las empresas para posicionarse como proveedor de servicios transversales para el eCommerce y Smart-Cities.</p>  |

|                                      |           |  |
|--------------------------------------|-----------|--|
|                                      |           | <p><b>Portales/apps de eCommerce que están viendo mayores movimientos:</b> Apps de delivery como Hugo App y Uber Eats. También hay crecimiento en plataformas de tiendas tradicionales como <a href="https://adomicilio.selecciondelchef.com">https://adomicilio.selecciondelchef.com</a></p>  |
| <b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b> |           | <p><b>Productos gourmet y vinos</b><br/>Los productos gourmet eran de los artículos que hasta el momento de la crisis presentaban una gran oportunidad para Chile. No obstante, se espera que la demanda de estos productos no se recupere sino hasta el segundo trimestre del 2021. El segmento de los vinos podría ser incluido en este análisis.</p> <p><b>Forestal</b><br/>En el plazo medio se espera que la industria que importa los productos forestales funcione a capacidad parcial. No obstante, también es de los sectores que se espera que se recupere más rápido. Esto sumado a que los proveedores locales (productores forestales) son MIPYMES, si se espera que se dependa más del producto importado y que existe un faltante en la producción local derivado de las quiebras de los micro.</p>   |
| <b>OBSTACULOS COMERCIO</b>           | <b>AL</b> | No se ha detectado algún obstáculo al comercio originado por la situación sanitaria del COVID-19   |
| <b>OPORTUNIDADES COMERCIALES</b>     |           | <p>Oportunidades de abastecimiento -en bienes, servicios o industrias creativas- para Chile en esta coyuntura:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Fruta fresca</li> <li>○ Servicios transversales para el eCommerce</li> <li>○ Insumos para la industria de salud</li> </ul> <p>Sectores en los que ve oportunidades para Chile.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Servicios transversales que ayuden al proceso de digitalización de Pymes. Servicios como plataformas para B2C, alternativas a pasarelas de pagos, sistemas de chats y/o CRM de implementación a través de cloud computing y herramientas tipo Smart cities.</li> <li>○ Fruta fresca ya que se espera que la demanda de estos productos alimenticios aumente por parte de El Salvador, Honduras y el sur de México al estar cerrando o limitando la producción como parte de sus medidas cautelares.</li> </ul> |
| <b>Contacto Oficina</b>              |           | Diego Lechuga - <a href="mailto:dlechuga@prochile.gob.cl">dlechuga@prochile.gob.cl</a>   |

| OFICOM: PANAMÁ                                      |   |
|---|---|
| <b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b> | <p>Panamá se encuentra en estado de emergencia y cuarentena total. Sólo tienen permitidos salir de sus hogares el personal médico, cadenas de alimentos, supermercados, bancos y policía nacional. Las personas civiles sólo pueden salir de sus hogares por dos horas para comprar alimentos o medicinas y está regulado por sexo y último número de cedula (DNI).</p> <p>La situación sanitaria ha afectado principalmente al comercio local, a las pequeñas y medianas empresas de la mayoría de los sectores comerciales.</p> <p>Los únicos sectores que actualmente se encuentra sin afectación debido a la demanda actual son los alimenticios (exceptuando bebidas alcohólicas, ya que está prohibida su venta), logístico e industrias y distribución del sector salud.</p>   |
| <b>Operación OFICOM</b>                             | <p>OFICOM Panamá está operando con teletrabajo.</p>   |
| <b>Situación de mercado</b>                         | <p><b>Puertos:</b><br/>Los puertos funcionan en completa normalidad, sólo se mantienen medidas rigurosas de sanidad para los empleados y operadores.</p> <p>Actualmente no hay manera de que afecte el acceso de los productos chilenos a la República de Panamá.</p> <p><b>Logística:</b><br/>El Canal de Panamá ha disminuido el calado para el ahorro de agua, lo que trae como consecuencia una menor carga de mercancía en los barcos.<br/>A la vez la cadena de alimentos, medicinas y productos de primera necesidad está funcionando en perfecto estado. Otros sectores sí se ven paralizados por el momento.</p> <p>Se pueden ver afectados algunos productos que necesiten pasar por el Canal de Panamá para su distribución debido a la disminución del calado.</p> <p>Además, se pueden ver afectados productos de la industria maderera, máquinas y equipos para la construcción. Esto debido a que los principales distribuidores de materiales están cerrados y las obras paralizadas por el momento.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>No hay información.</p> <p><b>Retail y HORECA:</b><br/>Los supermercados están funcionando a su capacidad normal, exceptuando las cafeterías y panaderías dentro de los mismos, y la venta de bebidas alcohólicas. Además, sólo se permite que en su interior estén 50 personas.</p> <p>El turismo es afectado en general, tanto por hoteles, restaurantes, centros comerciales y ventas al por menor.</p> |

|   |  |
|---|--|
|   | <p>En los hoteles las habitaciones y salas de eventos de los hoteles se encuentran cerrados, al igual que sus instalaciones como piscinas, bares y restaurantes.</p> <p>Restaurantes cerrados al público, aunque algunos están funcionando con deliverys.</p> <p>Centros Comerciales cerrados.</p> <p>Actualmente esta situación afecta la venta productos alcohólicos provenientes de Chile como vinos y cervezas artesanales por la Ley Seca (prohibición de venta, consumo y distribución de bebidas alcohólicas). Además, están afectados productos del sector maderero como marcos de puertas y puertas, ya que las construcciones están paralizadas al igual que los distribuidores de materiales de construcción.</p> |
| <p><b>E-COMMERCE</b></p>                    | <p>El eCommerce ha aumentado ya que los restaurantes tienen prohibido recibir clientes para comer en el sitio. Por este motivo las personas han optado por el uso de aplicaciones móviles y páginas web para hacer pedidos a domicilio.</p> <p><b>Bienes chilenos se transan actualmente en eCommerce:</b> Productos alimenticios que no sean bebidas alcohólicas.</p> <p><b>Oportunidades para Chile en eCommerce:</b> Productos del sector alimenticio, de la salud y de productos de primera necesidad. Buscar una relación más directa con el consumidor final.</p> <p><b>Portales/apps de eCommerce que están viendo mayores movimientos:</b> Apetito 24, Glovo y Uber eats.</p>  |
| <p><b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b></p> | <p><b>Vinos y otras bebidas alcohólicas.</b><br/>Actualmente hay un decreto que prohíbe la venta de bebidas alcohólicas.</p> <p><b>Industria de la construcción.</b><br/>El sector de la construcción se encuentra detenido al igual que los distribuidores de materiales.</p>   |
| <p><b>OBSTACULOS AL COMERCIO</b></p>        | <p>No.</p>   |
| <p><b>OPORTUNIDADES COMERCIALES</b></p>     | <p><b>Oportunidades de abastecimiento –en bienes, servicios o industrias creativas- para Chile en esta coyuntura:</b><br/><b>Tecnología:</b> plataformas de eCommerce. Se ha dado una gran demanda en las compras por apps móviles con opción a delivery. Se ha creado una nueva experiencia en el uso de las mismas y en ocasiones no se da abasto por la gran demanda.<br/><b>Edutech:</b> plataformas para educación online. Durante este periodo de cuarentena se ha implementado las clases en línea y/o por módulos. Muchas escuelas y universidades se han visto afectadas por no contar una plataforma adecuada para las mismas.</p>   |
| <p><b>Contacto Oficina</b></p>              | <p><b>Catalina Ocampo - <a href="mailto:cocampo@prochile.gob.cl">cocampo@prochile.gob.cl</a></b></p>   |

| OFICOM: COSTA RICA                                  |  |
|---|--|
| <b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b> | <p>El Gobierno de Costa Rica declaró Estado de Emergencia Nacional hasta nuevo aviso impide la llegada de extranjeros y se suspende lecciones en todos los centros Educativos del país.</p> <p>En Costa Rica ha cerrado fronteras únicamente para personas no así para la importación de productos y la entrada a puertos está operando normalmente. Se han suspendido actividades no esenciales y existe restricción vehicular. Los puertos y fronteras terrestres para mercancías siguen operando con normalidad.</p> <p>En el caso de Costa Rica nos visitan 3 millones de turistas al año y al no haber turistas el consumo de productos chilenos orientados al canal HORECA se redujo al 60%, se han cerrado cadenas de hoteles y centros recreativos, así como restaurantes y las playas.</p>  |
| <b>Operación OFICOM</b>                             | Teletrabajo  |
| <b>Situación de mercado</b>                         | <p><b>Puertos:</b><br/>La operación portuaria continúa funcionando normalmente con intensificación de controles sanitarios.</p> <p>Se presentan atrasos en la llegada de los contenedores porque al ser menor la carga dejan abandonados los contenedores en Puerto Balboa de Panamá.</p> <p><b>Logística:</b><br/>No hay cuello de botella que afecte la distribución de bienes importados</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>Los mayoristas que atienden el canal HORECA han disminuido sus operaciones a un 60%, el canal retail de supermercados y pulperías de barrio continúan abiertos. Las ferias del Agricultor se mantienen operando, pero al 50% de su capacidad. La gente le da preferencia a la adquisición de bienes de la canasta básica y entregas de productos a domicilio.</p> <p>Los productos gourmet (vinos de alto precio y productos del mar) se aprecia reducción en precios y los importadores están realizando promociones especiales. Los medicamentos, alimentos de almacenamiento y congelados, alimentos funcionales y la categoría de productos de limpieza están mostrando alzas en sus ventas. Además, los proyectos de construcción están parados por ello se da una baja en la adquisición de marcos y puertas de madera.</p> <p><b>Retail y HORECA:</b><br/>Al 100% capacidad están funcionando los supermercados<br/>Cerrados los hoteles y los restaurantes con una capacidad muy reducida.</p> <p>Muchos de los productos del mar y vinos chilenos están orientados al canal HORECA lo que repercute en la baja de sus ventas por lo que los importadores mayoristas tuvieron que reempacar y reorientar sus ventas al canal retail y entregas a domicilio para salir de</p> |



|                                      |   |
|--------------------------------------|---|
|                                      | <p>sus inventarios y además se observa mayor tiempo en góndola de productos chilenos para sus ventas.</p>   |
| <b>eCOMMERCE</b>                     | <p><b>eCommerce:</b> Se está dando un crecimiento exponencial de ventas en línea en el sector de alimentos.</p> <p><b>Bienes chilenos se transan actualmente en eCommerce:</b> Alimentos por ejemplo vinos y productos de mar, frutas y productos saludables.</p> <p><b>Oportunidades para Chile en eCommerce:</b> una relación más directa con el cliente final y reducción de precios por la eliminación de intermediarios.</p> <p><b>Portales/apps de eCommerce que están viendo mayores movimientos:</b> Apps supermercados, Amazon, mercado libre, SICOP (sistema de compras públicas del Estado), app de entrega de alimentos a domicilio y quizás en el nicho de industrias creativas mayor demanda de video juegos.</p> |
| <b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b> | <p><b>Vinos y licores.</b> Dada la merma en turismo y el cierre de hoteles y operación limitada de restaurantes el consumo tiende a la baja. Lo anterior es similar para productos del mar.</p> <p><b>Medicamentos y equipos de protección personal:</b> aumento de ventas</p> <p><b>Productos de limpieza:</b> aumento en ventas.</p> <p><b>Servicios Fintech y ciberseguridad:</b> se proyecta un aumento de demanda dada la necesidad de los bancos de ofrecer servicios online a sus clientes con mayor valor agregado.</p> <p>Se proyecta un aumento en el comercio electrónico y las entregas a domicilio de alimentos.</p>   |
| <b>OBSTACULOS AL COMERCIO</b>        | No  |
| <b>OPORTUNIDADES COMERCIALES</b>     | <p>Se presentan oportunidades para Chile en la provisión de contenidos de industrias creativas, como entretenimiento en casa para niños y adultos y Educación en línea, series documentales, etc.</p> <p><b>Área de salud:</b> Desabastecimiento del mercado, productos funcionales ricos en vitaminas para fortalecer las defensas, alimentos en general congelados y enlatados para almacenar.</p> <p>Sí es importante destacar que existe una campaña muy fuerte para incentivar el consumo de los productos nacionales.</p>   |
| <b>Contacto Oficina</b>              | Jeannette Viquez - <a href="mailto:jviquez@prochile.gob.cl">jviquez@prochile.gob.cl</a>   |

| OFICOM: REPÚBLICA DOMINICANA                        |   |
|---|---|
| <b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b> | <p>El Gobierno decretó Estado de Emergencia, cerró las fronteras y ha extendido las medidas de cuarentena a partir de las 17:00 hrs a 6:00 horas y aislamiento social hasta el 18 de abril 2020.</p> <p>La situación sanitaria afecta la economía dominicana porque ésta tiene un fuerte vínculo con la del resto del mundo, tanto por la vía de sus exportaciones de bienes, como por el turismo, la inversión extranjera directa y las remesas. Esta situación ha afectado fuertemente el sector turístico y HORECA con muchos hoteles y restaurantes cerrados, las actividades turísticas están prácticamente nulas, esto tiene un efecto multiplicado en las pequeñas y medianas empresas de la mayoría de los sectores comerciales.</p> <p>Los únicos sectores que actualmente se encuentran operativos son los alimenticios, logístico e industrias y distribución del sector salud.</p>  |
| <b>Operación OFICOM</b>                             | Teletrabajo   |
| <b>Situación de mercado</b>                         | <p><b>Puertos:</b><br/>La Autoridad Portuaria Dominicana suspendió hasta nuevo aviso todas las operaciones de atraque y desembarco de barcos de cruceros en los puertos de República Dominicana. Para recibo de productos los puertos siguen operando con capacidad reducida, dando preferencia a los alimentos y a los medicamentos, insumos, equipos y médicos.</p> <p>Disminución en el flujo y retraso en las entregas.</p> <p><b>Logística:</b><br/>Limitación de horario de despacho por Toque de Queda.</p> <p>El toque de queda y situación de sector HORECA y disminución turismo y remesas.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>Mayoristas operando a capacidad media 50%. Los que dependen del mercado asiático se han visto afectados.</p> <p>Los relacionados con área médica han solicitado mascarillas, gel alcohol, guantes de Chile. Alimentos almacenamiento en general son mayor demanda.</p> <p><b>Retail y HORECA:</b><br/>Empresas de retail han establecido horarios especiales para personas mayores de 7:00 a 8:00, y horario de 9:00 a 16:00 público general, han implementado medidas de higiene, aumento de publicaciones de alimentos que fortalecen el sistema inmunológico y han asegurado el abastecimiento de alimentos a la población. Media por toque de queda y reducción personal.</p> <p>HORECA operando al 30% cerrado varios hoteles y restaurantes. Los restaurantes sólo operan en modalidad de servicio a domicilio y take out,</p> <p>El cierre de hoteles y restaurantes y flujo turístico va a impactar fuertemente la economía nacional, previéndose reducción en las importaciones de alimentos y bebidas, servicios y el efecto domino que esto conlleva en la economía.</p> |

|   |   |
|---|---|
| <p><b>eCOMMERCE</b></p>                     | <p>El canal eCommerce ha aumentado considerablemente, específicamente relacionado con alimentos.</p> <p><b>Bienes chilenos se transan actualmente en eCommerce:</b> Alimentos y bebidas a través de los importadores locales.</p> <p><b>Oportunidades para Chile en e-Commerce:</b> Alimentos y bebidas, educación, medicamentos e insumos médicos, equipos, varios a provechando esta coyuntura se incrementará el comercio digital.</p> <p><b>Portales/apps de eCommerce que están viendo mayores movimientos:</b> Amazon, apps de supermercados y restaurantes. Plataformas de educación virtual como google classroom, entre otras.</p>   |
| <p><b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b></p> | <p><b>Alimentos y bebidas/Avena, Frutas frescas y en conservas y Salmon y Trucha.</b><br/>Con la disminución en el turismo y restaurantes el sector está muy afectado.</p> <p>Las estimaciones proyectan que el sector se reactivara a finales de 2020.</p> <p><b>Medicamentos para consumo humano.</b><br/>Se mantendrán los cambios en el consumo, mayor venta de medicamentos que fortalecen el sistema inmunológico.</p>  |
| <p><b>OBSTACULOS AL COMERCIO</b></p>        | <p>No.</p>  |
| <p><b>OPORTUNIDADES COMERCIALES</b></p>     | <p>Se presentan oportunidades para abastecer al mercado en alimentos saludables, productos del mar, jugos, frutas y vegetales congelados, insumos y equipos médicos, medicamentos, entretenimiento, videojuegos, Fintech, Edutech, materia prima elaboración cosméticos y médicos, materia prima para zona franca.</p> <p><b>Salud:</b> Termómetros, ventilador ICU invasivo, ventiladores portátiles, vestidos desechables, equipado con trajes aislantes, alcohol gel, mascarillas, delantal plástico, cubre zapatos, botas, gafas, medicamentos y vitaminas para uso humano, agua oxigenada, detergente, jabón, test para COVID-19.</p> <p><b>Alimentos:</b> Alimentos “Ready to Eat” especialmente congelados, cereales, pastas alimenticias, enlatados y todo producto de almacenamiento, alimentos de bebe, alimentos saludables, alimentos libres de, frutas maduración de largo plazo como las manzanas, cítricos.</p> <p><b>Industria:</b> Envases y embalajes, toallas húmedas, papel higiénico, vasos plásticos, desechables, toallas secado de manos, desinfectantes y productos de limpieza, Aumento ventas empresas área de telecomunicaciones y proveedores de artículos para teletrabajo.</p> <p><b>Servicios:</b> Desarrollo de plataformas eCommerce y EDUTECH, Fintech y soluciones digitales para empresas.</p> |
| <p><b>Contacto Oficina</b></p>              | <p>Liz Rivas – Irvivas@prochile.gob.cl</p>  |

## EUROPA AFRICA Y MEDIO ORIENTE

| OFICOM: ALEMANIA   |  |
|--|--|
| <p><b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b></p> | <p>Todo el país se encuentra en estado de cuarentena. Máximo dos personas juntas pueden salir a la calle, a excepción que se trate de familias que puedan demostrar con documentación de que viven juntas.</p> <p>Las fronteras terrestres están cerradas a cinco países vecinos: Austria, Suiza, Francia, Luxemburgo y Dinamarca. Aparte de los casos urgentes, se suspendió los viajes dentro del país y las restricciones de entrada también se aplican a los viajes por aire y por mar desde Italia, España, Austria, Francia, Luxemburgo, Dinamarca y Suiza.</p> <p>317 ferias en Alemania han sido suspendidas o canceladas para este año, sobre todo las que correspondían al primer semestre.</p>  |
| <p><b>Operación OFICOM</b></p>                             | <p>Teletrabajo, equipo sin síntomas.</p>   |
| <p><b>Situación de mercado</b></p>                         | <p><b>Puertos:</b><br/>El puerto de Hamburgo y de Bremenhaven están funcionando a un 100% de su capacidad. Los productos orientados al sector HORECA u On-trade están casi completamente parados, ya que se ha decretado su cierre. Esto afecta principalmente a los productos chilenos en el segmento de los vinos y piscos, así como también, en alimentos más exclusivos.<br/>El retail funciona con normalidad.</p> <p><b>Logística:</b><br/>Existen algunas demoras con los camiones provenientes o en dirección a Suiza, Italia y Polonia, ya que se realizan controles a los choferes.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>Abiertos con horarios reducidos y abastecimiento irregular, pero no se prevé cierre en el corto plazo.<br/>Los precios de los productos para HORECA se encuentran en oferta, sobre todo aquellos que son rápidamente perecible. Esto tiene sentido dado que por ahora sólo pueden funcionar si ofrecen productos para llevar a casa.</p> <p><b>Retail y HORECA:</b><br/>Los supermercados y otras tiendas que sirven al suministro de la gente deben estar abiertos. Más allá de eso, permanecerán abiertos: bancos, farmacias. Abastecimiento bastante completo en locales de menor tamaño.</p> <p>Medidas de protección en los supermercados:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Supermercados permiten el ingreso sólo con un carro a sus locales para asegurar la demarcación de distancia entre clientes</li> <li>• Sólo se permite una determinada cantidad de personas a la vez. Por lo que afuera, en la calle, deben hacer fila para esperar su turno y poder entrar.</li> <li>• Los cajeros tienen protección de melamina para proteger a sus empleados de posibilidad de contacto.</li> </ul> |

|                                      |  |
|--------------------------------------|--|
|                                      | <p>Todos los supermercados han puesto algún tipo de barreras que protegen a sus empleados o los aíslan.</p> <p>Como se ha comentado antes, los supermercados están funcionando pero con no completa capacidad de abastecimiento de productos.</p>  |
| <b>eCOMMERCE</b>                     | <p>Funcionamiento normal, con algunos retrasos en despachos a domicilios particulares.</p> <p>El comercio de alimentos está en auge, especialmente los servicios de entrega en línea, pero dichos servicios de entrega se están agotando. Un supermercado online Picnic en Renania del Norte-Westfalia, en la región más afectado por COVID19, ha extendido su servicio de delivery al domingo, en que generalmente no se realiza por ser día libre. Inicialmente, la oferta era válida principalmente para médicos y personal de enfermería.</p>  |
| <b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b> | <p><b>VITIVINÍCOLA, PRODUCTOS GOURMET, PRODUCTOS DEL MAR Y OTROS</b></p> <p>El sector HORECA es quizás el sector más perjudicado por la pandemia, lo que afecta directamente el consumo de vino, pisco, salmón y productos gourmet chilenos. El vino orientado a hoteles y restaurantes ha tenido un alto completo en sus ventas debido a la cuarentena, algo similar ocurre con el pisco. Cabe recordar que durante el 2019 fueron varios los importadores que agregaron el producto nacional a su portfolio. En el caso de frutos secos y congelados no debería haber mayores problemas, sin embargo, habrá que monitorear el comportamiento de los consumidores.</p> <p>Según lo expresado por los importadores de vinos, congelados y frutos secos, hay que observar cómo se desarrolla la crisis para evaluar impactos a largo a plazo. En general importadores alemanes han aumentado su publicidad en redes sociales con el objetivo de aumentar sus ventas y compensar pérdidas.</p> <p><b>SERVICIOS AUDIOVISUALES</b></p> <p>Se espera que a futuro próximo los presupuestos para publicidad en medios se vea afectado. Por ello se piensa que se dejará de enviar grandes grupos a filmar en el extranjero siendo esto a favor de las compañías de producción domésticos. Las empresas en promedio tienen 3 meses de caja para poder compensar la falta de ingresos, si se extiende más allá de este tiempo se piensa que muchas empresas medianas podrían quebrar.</p> <p>La industria musical Alemana estima pérdidas de alrededor de \$ 6 mil millones debido a la cancelación de más de 80.000 eventos. Sobre todo en la época de verano es cuando se celebran los festivales internacionales donde se invitan a bandas chilenas. El efecto en el sector musical dependerá de cuánto se alargue las medidas de cuarentena.</p> |
| <b>OBSTACULOS AL COMERCIO</b>        | <p>No se ha detectado ningún obstáculo (arancelario o para-arancelario) al comercio originado por la situación sanitaria del COVID-19.</p>   |
| <b>OPORTUNIDADES COMERCIALES</b>     | <p><b>Deshidratados y frutos secos:</b></p> <p>Sector con potencial. De acuerdo a conversaciones con algunos importadores alemanes existe interés por captar nuevos clientes, sin embargo, ante el aumento de la oferta se debe tomar en consideración la importancia del factor precio.</p>   |

|                         |  |
|-------------------------|--|
|                         | <p><b>Fruta Fresca:</b><br/>Mientras puertos y supermercado sigan operativos, existe potencial en un sector cuya demanda ha aumentado desde el inicio de la cuarentena en Alemania.</p> <p><b>Videojuegos:</b><br/>Sector altamente digitalizado. Al ser un sector de menor presencia de empresas chilenas (en comparación a fruta fresca, por ejemplo), están en búsqueda de nuevas oportunidades. Sin embargo, piden conocer de ante mano detalles de empresas y portfolio de productos.</p> <p><b>Salud Digital</b><br/>El sector de salud digital es el favorecido durante la situación actual. Las empresas de servicios digitales de la salud están aprovechando la contingencia para fomentar el uso de servicios de telemedicina. Para el sector chileno, esto aún no es una situación que afecta directamente ya que se mantienen todos los requisitos de certificaciones para entrar al mercado. Pero si ya se las tuviese, por supuesto es la mejor época para invertir en promoción.</p> |
| <b>Contacto Oficina</b> | Diego Torres – dtorres@prochile.gob.cl   |

| OFICOM: BÉLGICA                                     |   |
|---|---|
| <b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b> | Desde el miércoles 18 de marzo hasta el 19 de abril, los ciudadanos están obligados a quedarse en casa. Sólo se pueden acceder a los supermercados, las farmacias, las gasolineras y los bancos, o salir al exterior en caso de emergencia. Todas las tiendas no esenciales están cerradas.   |
| <b>Operación OFICOM</b>                             | Teletrabajo   |
| <b>Situación de mercado</b>                         | <b>Puertos:</b><br>Se encuentran funcionando. Puerto de Amberes 100% operativo.   |
|   | <b>Logística:</b><br>Las fronteras cerradas en Europa son para el tránsito de personas, no para bienes. No se visualizan problemas que pudiere afectar la cadena logística.   |
|   | <b>Mayoristas:</b><br>Hay una gran demanda de conservas, pasta, sopas, productos congelados. En los últimos días también ha habido un aumento de la demanda de productos frescos como verduras, la fruta, el pollo y la carne. Sin embargo, en el caso de la fruta y verduras, sólo en el mes de abril, los productores flamencos producen 84 millones de kilos de verduras y 34 millones de kilos de fruta, y debido a que la demanda de frutas y verduras frescas de los sectores de HORECA ha desaparecido casi por completo y las exportaciones son menos seguidas, los precios de varios productos se han visto presionados. Es por eso que las subastas belgas, piden consumir más frutas y verduras locales. |
|   | <b>Retail y HORECA:</b><br>Los supermercados siguen funcionando, limitando el número de clientes por tienda. El resto de las tiendas no esenciales están cerradas.<br>El sector HORECA se encuentra cerrado.<br>La venta de vinos y otros productos dirigidos a HORECA está detenida.   |
| <b>eCOMMERCE</b>                                    | El volumen de negocios en línea ha crecido bastante para los productos no alimentarios, dado a que se ha convertido en el único canal de ventas. Esto a excepción del sector de la moda en Bélgica.<br>De lo bienes chilenos que se transan el en sector, destacan: Vinos, piscos y aceites de oliva vía sitios web de sus importadores.<br>Se están vendiendo significativamente más consolas de juegos (+145%), juegos (+48%) y libros para niños (+32%), no sólo en línea sino también en tiendas que aún pueden permanecer abiertas, como hipermercados y quioscos. Lo anterior podría significar una oportunidad para Chile.   |
| <b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b>                | Vino, pisco y aceite de oliva. Han sido afectados al cerrarse el canal HORECA.  |
| <b>OBSTACULOS AL COMERCIO</b>                       | No hay obstáculos al comercio.  |
| <b>OPORTUNIDADES COMERCIALES</b>                    | De acuerdo a un estudio de Gfk Belgium, en la semana 11 (del 9 al 15 marzo) los consumidores invirtieron en una capacidad de congelación adicional en sus casas   |

|                         |  |
|-------------------------|--|
|                         | (congeladores +175%), lo que podría confirmar la mayor demanda de productos congelados, una de las principales categorías de alimentos que se importan desde Chile al mercado belga. |
| <b>Contacto Oficina</b> | Susana Veliz– sveliz@prochile.gob.cl   |



| OFICOM: EMIRATOS ÁRABES UNIDOS                          |  |
|---|--|
| <b>Situación Sanitaria<br/>(aislamiento preventivo)</b> | <p>El Gobierno de los Emiratos Árabes Unidos ha extendido la cuarentena por dos semanas a partir del sábado 4 de abril, solo pueden salir aquellos trabajadores de sectores definidos como estratégicos como servicios de salud, supermercados, farmacias, entrega a domicilio, fabricantes de mediciones y proveedores de servicios básicos. El Ministerio de Salud y Prevención anunció el 25 de marzo que los Emiratos Árabes Unidos cerrarán el transporte público y restringirán el movimiento durante una campaña nacional para desinfectar las instalaciones públicas, incluidas las carreteras, desde el jueves 26 de marzo al lunes 6 de abril durante las horas de 8 pm a 6 am cada día. El gobierno de EAU ha solicitado a las personas que se registren para obtener permisos de movimiento durante este período. Otras medidas estrictas tomadas incluyen un programa masivo de pruebas, penalizando a quienes difunden noticias falsas relacionadas con COVID-19, duplicando la limpieza de espacios públicos y ofreciendo áreas con desinfectante gratuitos.</p> <p>Las respuestas para contener el virus han puesto en riesgo a muchas empresas, ya que el gobierno de los Emiratos Árabes Unidos ha cerrado sus fronteras y las medidas de autoaislamiento han hecho que muchos consumidores tengan miedo de salir en público.</p> <p>Los espacios públicos y privados, incluidas todas las playas, parques, piscinas, cines y gimnasios, permanecerán cerrados hasta nuevo aviso.</p> <p>Los supermercados, las farmacias y las estaciones de servicio permanecen abiertas.</p> <p>Se ha registrado un fuerte aumento en las ventas de alimentos envasados, elementos de salud y limpieza de casas, impulsado principalmente por una mayor demanda de bienes esenciales. Para muchas otras industrias, la situación se volverá extremadamente difícil, empresas están implementando de estrategias para que puedan mitigar algunos de los peores efectos. Estos incluyen un mayor impulso hacia el comercio electrónico, mostrando productos alternativos a "bienes esenciales", así como avanzando hacia más servicios de entrega o para llevar. Se prevé que los retails que sean más ágiles, locales y más receptivos a las necesidades de los consumidores estarán en una posición más fuerte para recuperarse una vez que la crisis haya terminado.</p> |
| <b>Operación OFICOM</b>                                 | Teletrabajo  |
| <b>Situación de mercado</b>                             | <p><b>Puertos:</b><br/>Las operaciones en las instalaciones portuarias han continuado sin problemas o restricciones especiales. No hay impacto en el manejo de carga debido al COVID-19.</p> <p>EAU está comenzando a enfrentar una desaceleración en sus operaciones debido a la reducción de la fuerza laboral en los puertos.</p> <p>La disponibilidad de capacidad depende de la ruta comercial, particularmente porque vemos un aumento de la demanda estacional antes de la temporada de Ramadán.</p> <p>La demanda de movimientos vía marítima aumentó en el CCG debido al cierre de las fronteras sauditas para la carga de tránsito y debido a congestiones en las fronteras terrestres. Además, los envíos de carga no esenciales se retrasan en la frontera ya que se da prioridad a la carga esencial.</p>   |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>Las reservas con tarifas estándar deben realizarse al menos con dos semanas de anticipación, algunas empresas han introducido reservas prioritarias para contenedores, con recargos adicionales para garantizar una reserva anticipada.</p> <p>Las autoridades portuarias sauditas están pidiendo a las líneas navieras que proporcionen certificados de que las tripulaciones están libres de COVID-19..</p> <p>Emiratos Árabes Unidos es un país altamente enfocado en el precio de los productos, por lo que el aumento de materias primas afectaría directamente el costo del producto a valor FOB. En consecuencia, los productos chilenos probablemente perderían competitividad y no serían requeridos debido a este sensible factor.</p> <p><b>Logística:</b><br/>No existen cuellos de botella que afecten la distribución de bienes importados de Chile. Las autoridades facilitaron que los sectores vitales estén exentos de restricciones, como, por ejemplo: Aeropuertos, líneas aéreas, puertos, envíos, aduana y personal en cruces fronterizos.</p> <p>Sólo se han presentado casos de demora en productos no esenciales por disminución del personal que puede estar operando. Esto debido a que la distribución hacia Arabia Saudita se hace por tierra y han cerrado frontera.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>Los mercados mayoristas se encuentran operativos para mantener la cadena de abastecimiento, sin embargo, se espera una baja en el nivel de ventas en general dado el carácter de Dubái como hub reexportador y el cierre de fronteras o puertos con países clientes.</p> <p>Mercado de Frutos secos se encuentra cerrado desde el 25 de marzo. Importadores y distribuidores continúan gestionando las operaciones vía teletrabajo. El comercio en esta categoría se ha visto limitado a la espera de mayores certezas. Clientes de Arabia Saudita, Irán y Turquía no están comprando. La importación de frutos secos chilenos se ha visto limitada dado su alto precio y una baja disposición a disminuirlos, en contraste con el principal competidor, Estados Unidos.</p> <p>El COVID-19 ha acelerado la venta de alimentos no perecibles, las personas optan por alimentos con una vida útil más larga, como arroz, pasta y fideos instantáneos, por temor a que la fabricación mundial se desmorone. El CCG depende en gran medida de las importaciones, por lo que ha habido un mayor énfasis en la producción local, especialmente en el caso de productos frescos como tomates y pepinos. Los fabricantes de productos con una vida útil más larga, como la leche UHT y los alimentos congelados, que generalmente no se consideran "esenciales", han empezado a promover su duración. En EAU, la categoría de snacks ha estado creciendo constantemente, y se espera que experimente un marcado crecimiento a medida que los consumidores permanezcan en el interior durante el brote de COVID-19 donde los frutos secos son un ingrediente importante.</p> <p><b>Retail y HORECA:</b><br/>Los supermercados están operando a capacidad de un 90%, pues poseen horarios reducidos.</p> |
|--|---|

|   |  |
|---|--|
|   | <p>El canal HORECA se ha visto fuertemente afectado, teniendo actualmente una capacidad de un 12%.</p> <p>El canal HORECA en los EAU está particularmente expuesto a cualquier impacto en los sectores del turismo y transporte. El turismo contribuyó con aproximadamente el 11.5% del PIB de Dubái en 2019, con el 89% del gasto total en viajes y turismo en el emirato proveniente de visitantes internacionales.</p> <p>La demanda por productos chilenos se ve condicionada directamente al canal HORECA, que son los principales actores en estirar la compra de los mayoristas y minoristas. Principalmente vinos y salmón se ven afectados por el bajo consumo en hoteles.</p>  |
| <p><b>eCOMMERCE</b></p>                     | <p>El coronavirus ha dado lugar a que más personas recurran al comercio electrónico en EAU para realizar sus compras. A principios de este mes, cuando el número de casos de coronavirus aumentó, los retailers y las plataformas en línea vieron un crecimiento en la demanda, con un aumento en ventas de hasta un 100%</p> <p>El eCommerce en los EAU representa uno de los mayores en la región, con una tasa de penetración de comercio electrónico del 4,2%, según un documento publicado por Visa en junio de 2019. Se estima que las ventas en línea en los EAU crecen en promedio del 23% anual entre 2018 y 2023.</p> <p>COVID-19 puede proporcionar un punto de inflexión para una sociedad sin efectivo y una mayor conectividad digital. Incluso desde una perspectiva de salud, no tener que usar efectivo en intercambios transaccionales, disminuyendo el impacto potencial de propagar la enfermedad. Este es un momento de aceleración para la tendencia, especialmente con el tráfico en línea que se intensifica a medida que las personas permanecen adentro. Se espera que la demanda de pagos móviles sin contacto, como Apple Pay y Google Pay, crezca, y esto proporcionará un cambio importante en el panorama minorista del CCG, donde el efectivo hasta ahora ha sido la tendencia. Actualmente se transan como productos chilenos en el eCommerce: fruta fresca en website que hacen homedelivery como kibsons, así como vino en tiendas online del duopolio.</p> <p>Existe la posibilidad de ingresar con productos del mar a través de seafood souq.</p> <p>Los principales portales/apps de eCommerce son Kibsons, Instashop, Noon, Namshi, Carrefour.</p> |
| <p><b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b></p> | <p><b>Fruta Fresca</b></p> <p>Las ventas son normales en mercado local, lo que afecta la reexportación. Para los próximos meses existe un buen suministro de verduras y frutas, suficiente para garantizar una gran estabilidad en las operaciones de suministro, pues al ser un lugar de trading, los traders tienen relaciones comerciales con una gran diversidad de comerciantes internacionales con países de América del Norte y del Sur, Sudáfrica o países árabes.</p> <p>Los grandes comerciantes informan que no existen obstáculos para el transporte de mercancías desde los mercados internacionales a los Emiratos, con excelentes condiciones para el transporte de mercancías por aire, tierra o mar desde todos los mercados.</p>   |

|   |   |
|---|---|
|   | <p><b>Frutos Secos</b><br/>Las ventas están detenidas en el mercado local por dos semanas para desinfectar el mercado, lo que afecta la reexportación.</p> <p>Los mercados de frutos secos se encuentran cerrados desde el 25 de marzo. Importadores y distribuidores continúan gestionando las operaciones vía teletrabajo. El comercio en esta categoría se ha visto limitado a la espera de mayores certezas. Clientes de Arabia Saudita, Irán y Turquía no están comprando. La importación de frutos secos chilenos se ha visto limitada dado su alto precio y una baja disposición a disminuirlos, en contraste con el principal competidor, EE.UU.</p>  |
| <p><b>OBSTACULOS AL COMERCIO</b></p>    | <p>No se han detectado obstáculos (arancelario o para-arancelario) al comercio producto del COVID-19.</p>   |
| <p><b>OPORTUNIDADES COMERCIALES</b></p> | <p>Existe una alta demanda de alimentos y bebidas, suplementos para la salud, máscaras y productos sanitarios han visto un drástico aumento interanual. Sin embargo, un brote prolongado podría potencialmente afectar la logística (especialmente aquellos con menor capacidades) y restringir el suministro.</p> <p>Startups de Salud: Las empresas de tecnología enfocadas en atención médica que ofrecen servicios de diagnóstico y telemedicina están experimentando un aumento en la cantidad de clientes y consultas.</p> <p>Posibilidades para Chile de desarrollar startups y tecnologías para implementar en los planes de Dubái para las áreas destacadas.</p> <p>Emiratos Árabes Unidos ha desarrollado rápidamente su ecosistema blockchain y un marco legal robusto para permitir la adopción de soluciones de pago basadas en blockchain de manera segura.</p> <p>eCommerce: Las empresas han enfrentado un alto nivel de demanda de comida y productos para el hogar. Uno de los principales desafíos es mantener una cadena de suministro sólida. Desarrollando plataformas como Seafood Souq que apuntan a B2B en seafood.</p> <p>Ultima Milla: Con las personas se quedan en la casa para detener la propagación del coronavirus, las compañías de entrega de última milla que transportan productos esenciales como comestibles y los medicamentos están experimentando un aumento en los negocios.</p> |
| <p><b>Contacto Oficina</b></p>          | <p>Carlos Salas – <a href="mailto:csalass@prochile.gob.cl">csalass@prochile.gob.cl</a></p>  |

| OFICOM: ESPAÑA                                      |  |
|---|--|
| <b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b> | <p>Estado de Alarma desde el 14/03. El Gobierno ha informado, que se prolongará hasta el 26/4 (pendiente de ratificación en el Congreso). Sólo funcionan las actividades esenciales. Autorizados los desplazamientos a puestos de trabajo y centros médicos. Suspensión total de clases.</p> <p>Cierre de fronteras, excepto para mercancías, la llegada de españoles o residentes en España, razones de causa mayor o trabajadores extranjeros de misiones diplomáticas y organismos internacionales en viaje oficial.</p> <p>Cierre total de los establecimientos de ocio y de asistencia de público masivo, hoteles, comercios excepto supermercados, farmacias, venta de alimentos de animales, ópticas, lavanderías, etc. Las actividades del sector turismo y servicios asociados están suspendidas.</p>   |
| <b>Operación OFICOM</b>                             | <p>Teletrabajo</p>   |
| <b>Situación de mercado</b>                         | <p><b>Puertos:</b><br/> Los puertos se mantienen abiertos para transacciones comerciales, con una notoria caída por menores perspectivas de consumo. Se mantiene con normalidad la operativa de logística de mercancías en los puertos españoles con aquellos buques que tenían solicitada escala, y se han cancelado nuevas solicitudes de escala. En el caso del Puerto de Algeciras, el tráfico de mercancías se ha limitado a productos esenciales, principalmente frutas y verduras, desde el estado de alarma decretado. Se han observado situaciones puntuales por falta de personal de estibas y puertos en general que ha generado algunos retrasos.</p> <p>Por ahora no se observan riesgos inmediatos para el ingreso de productos chilenos a puertos españoles.</p> <p><b>Logística:</b><br/> Se ha decretado el cierre de fronteras por carretera excepto para mercancías. Los tiempos de transporte terrestres en las fronteras de España se han normalizado, teniendo en cuenta que muchos de los envíos de Chile llegan desde otros países de la UE.</p> <p>Dentro de España el transporte de mercancías opera normalmente, con algunas demoras leves por bajas laborales.</p> <p>Los vuelos de la red AENA, han disminuido en un 84%, asegurándose el transporte de mercancías. El tránsito aduanero en los puntos de inspección fronteriza da prioridad a los productos de primera necesidad. La escasez de contenedores frigoríficos, el aumento de su precio son los principales factores detectado que afecta al sector de las frutas y verduras.</p> <p>Sólo se han presentado casos de demora en la tramitación por disminución del personal que puede estar operando.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/> El sector alimentación mayorista está funcionando para garantizar los suministros en España, incrementando el volumen de entrada de los productos más demandados.</p> <p>Por su parte el sector productor pesquero está sufriendo la disminución de un 20% del negocio debido a la reducción de la demanda y del precio, llegando al cierre de algunas zonas pesqueras.</p> |

|   |  |
|---|--|
|   | <p>El cierre del canal HORECA ha provocado un descenso en productos como el marisco o el besugo, pero mantienen la demanda la merluza, salmonete, rape o jurel.</p> <p>En el sector de frutas y verduras, la demanda de cítricos ha aumentado, no hay stock. La compra de frutas se concentra en menos categorías, siendo manzanas, peras, bananas y kiwis productos más demandados. Se prevé una fuerte caída de aguacates, mango y berries.</p> <p><b>Retail y HORECA:</b></p> <p>Los supermercados están funcionando al 100%, con horarios reducidos y con normas de higiene para sus consumidores y trabajadores. Mejora de eficiencia operativa: reducción del surtido (SKUs) y horarios de apertura.</p> <p>El sector del gran consumo, uno de los que más ha crecido. Se observa un desplazamiento de la demanda hacia la alimentación envasada y productos de limpieza; aun los expertos no son capaces de determinar cuánto durará.</p> <p>Con foco en mejorar niveles de servicio (online) y nuevas formas de entrega y una saturación al inicio (webs colapsadas, roturas de stock, niveles de servicio muy impactados).</p> <p>Se ha decretado el cierre de establecimientos de ocio y de asistencia de público masivo, hoteles y todo del canal HORECA. Sin embargo, algunos restaurantes han podido seguir funcionando gracias al delivery.</p> <p>Reducción en la compra de productos no indispensables, en el caso de Chile disminución en vinos, pisco y productos del mar.</p> |
| <p><b>eCOMMERCE</b></p>                     | <p>Las ventas del Gran Consumo se han incrementado un 39% en su canal online y se ha visto desbordado y en algunos casos no han podido garantizar el servicio a domicilio. Las ventas de alimentación de Amazon (Prime Now) aumentan el 50%, pero con entregas ralentizadas.</p> <p>Las compras en los sitios de viajes han disminuido, no se tiene aún cifras.</p> <p>En forma directa que hemos detectado ningún bien chileno que se transe en eCommerce, sí a través de las plataformas de supermercados o Marketplace, principalmente fruta, pescados y vino.</p> <p>La entrada de nuevos canales de salida de los productos abre este canal como una oportunidad.</p> <p>Las ventas online se han disparado aumentando las oportunidades para las empresas de logística de “última milla”. Dado el confinamiento las ventas en el canal eCommerce de los sectores electrónicos, alimentación, alimentación para mascotas, bricolaje, muebles y electrodomésticos.</p> <p>Entre los portales/apps de eCommerce que están viendo mayores movimientos, se cuenta Amazon (B2C) y SoloStock (B2B).</p>   |
| <p><b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b></p> | <p>Alimentación</p> <p>Es prematuro vislumbrar cómo se comportará los próximos meses.</p> <p>Se debe considerar que ha habido una notable disminución en la capacidad de pago de las empresas, de la mano de despidos y cese de actividad en miles de empresas, rebajando los precios en casi todas las categorías, así como el consumo de bienes no percibidos como indispensables. De esta manera, el factor precio jugará un rol fundamental a la hora de evaluar futuras oportunidades comerciales.</p> <p>En paralelo, se observa una preferencia orientada al consumo de productos locales, algo previsible toda vez que es imperativo apoyar a los sectores de la economía que siguen en funcionamiento.</p>  |

|                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| <b>OBSTACULOS<br/>COMERCIO</b>       | <b>AL</b> No se ha detectado algún obstáculo (arancelario o para-arancelario) al comercio originado por la situación sanitaria del COVID-19 por el momento.   |
| <b>OPORTUNIDADES<br/>COMERCIALES</b> | <p>La formación online ha generado una alta demanda de contenidos, la mayoría de manera gratuita mientras dure la pandemia, siendo esta plataforma una oportunidad de para posicionarse.</p> <p>Así mismo ocurre con las ofertas de ocio con contenido de industrias creativas como son videojuegos, cine, música, editorial y comics.</p> <p>Se ven oportunidades para la fruta fresca, dada la escasez de mano de obra para la cosecha de la temporada, se cree que podrá haber alguna baja de la oferta local.</p> |
| <b>Contacto Oficina</b>              | Sebastián Pillado – <a href="mailto:srpillado@prochile.gob.cl">srpillado@prochile.gob.cl</a>  |

| OFICOM: FRANCIA                                     |   |
|---|---|
| <b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b> | <p>El domingo 5 de abril, finalmente se observó una baja en el número de muertes, lo que da pie a cierto optimismo.</p> <p>El país se encuentra actualmente en cuarentena obligatoria, desde el 17 de marzo, hasta el 15 de abril, si bien es muy probable que se extienda por otros 15 días adicionales. Las fronteras de ingreso a la Unión Europea y el Espacio Schengen se encuentran cerradas para pasajeros, excepto para el regreso de residentes. En los últimos días se han endurecido los controles, para evitar los desplazamientos durante las ‘vacaciones’ de Semana Santa’ y que la gente salga en masa a las calles productos del mejor tiempo.</p> <p>La situación sanitaria ha tenido un gran impacto por el cierre del canal HORECA y los sitios turísticos. Los patrones de compra de alimentos se han ido modificando, con preferencia a productos más básicos y de menor costo. Las grandes cadenas de supermercados están disminuyendo el número de referencias.</p>  |
| <b>Operación OFICOM</b>                             | <p>Teletrabajo</p>  |
| <b>Situación de mercado</b>                         | <p><b>Puertos:</b><br/>El sistema portuario marítimo sigue funcionando pero el Coronavirus implicó una baja de unos 23% de facturación en enero y febrero 2020 tanto del lado de importación como exportación. Muchas empresas del puerto tuvieron que poner parte de su personal en “Cesantía parcial”.</p> <p>A priori no se verían afectado el acceso a productos chilenos.</p> <p><b>Logística:</b><br/>La mayoría de los productos chilenos llegan por barco, y como lo vimos los puertos funcionan.</p> <p>El aeropuerto de <u>Orly va a cerrar su actividad comercial</u> el 31 de marzo y redirigir los vuelos que quedan a Roissy Charles de Gaulle. Un <u>punte aéreo</u> fue implementado por el gobierno para bastecer al país en máscaras desde las plantas de China.</p> <p>Se suspendieron desde el 20 de Marzo hasta el 20 de abril las restricciones de circulación (los transportistas no podían circular durante la noche y domingo), lo que permite una distribución más fluida.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>Mercado Mayorista: desde el inicio de las medidas de confinamiento, el cierre de los restaurantes y de las ferias libres, muchos importadores y mayoristas dedicados al abastecimiento del foodservice han encontrado soluciones para vender sus ofertas al consumidor final a través de portales en línea. Es el caso del MIN de Rungis, mayor mercado mayorista de Europa, que ha abierto una plataforma digital para vender productos frescos en BtoC: “Rungis libre chez vous”.</p> <p>Los mayoristas e importadores que abastecen las cadenas de supermercados siguen funcionando normalmente para garantizar alimentos en el mercado local.</p> <p>Las principales alzas de ventas se han notado en el rubro de alimentos, los franceses están comprando alimentos de primera necesidad, productos de limpieza e higiene. Ventas absorbidas por la producción nacional, principalmente para los productos, frutas y verduras frescos.</p> <p><b>Retail y HORECA:</b></p> |



|   |   |
|---|---|
|   | <p>Los supermercados permanece abiertos y funcionando normalmente. Se han modificado los horarios habituales, están cerrando un poco más temprano. Se observan dificultades de aprovisionamiento de algunos productos, principalmente de alimentos de básicos (pastas, arroz, harina, huevos, conservas, etc.)</p> <p>El retail está modificando la publicidad de sus productos para adaptarse a los nuevos comportamientos de consumo. En las secciones de alimentos frescos (queso, leche, lácteos), frutas y verduras frescas, los supermercados siguen promocionando los productos franceses.</p> <p>Para evitar el desplazamiento hacia los puntos de ventas, diferentes supermercados están promocionando las compras en línea a recuperar en el drive.</p> <p>Otros supermercados que no daban acceso a comprar en línea, ahora lo están haciendo. El sector HORECA está cerrado desde el domingo 14 de marzo hasta por lo menos el 15 de abril. Algunos restaurantes, sobre todo los fastfood preparan comida rápida para llevar pedidos o entregas a domicilio (UberEats y Deliveroo)</p> <p>Lo que más afectara la importación de Chile es el cierre del canal HORECA, muy consumidor de productos chilenos (productos congelados, productos del mar).</p>  |
| <p><b>eCOMMERCE</b></p>                     | <p>Hubo un aumento inicial, pero en las últimas semanas se ha ido estabilizando. Solamente algunos portales que distribuyen alimentos se han mantenido con altas ventas. Aplicaciones como Uber Eats y Deliveroo (que normalmente distribuyen comida de restaurantes), están incursionando en la entrega de compras de supermercados.</p>   |
| <p><b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b></p> | <p><b>Agroalimentos</b></p> <p><b>Frutas frescas</b></p> <p>El sector de frutas y verduras es unos de los más afectados por el Covid-19, el gobierno ha tomado medidas para respaldar a los agricultores. Se está pidiendo a las cadenas de supermercados que vendan solo <u>frutas y verduras francesas</u>.</p> <p>Las ferias libres se han cerrados, los feriantes y productores encuentran alternativas para seguir vendiendo sus producciones de frutas y verduras.</p> <p>Aún muy prematuro proyectar si está situación seguirá los próximos meses.</p> <p><b>Frutas y verduras congelados</b></p> <p>Las ventas de congelados en general no se han visto muy afectadas ya que han sido una alternativa al consumo de frutas y verduras frescas. Muchas veces el consumidor prefiere comprar unas frutas congeladas porque temor a que las frutas y verduras frescas hayan sido contaminadas. Estas últimas semanas se observó un alza de un <b>70%</b> de las ventas de productos congelados.</p> <p>Es demasiado prematuro para proyecciones, pero sabemos que el sector de congelados se abastece principalmente de importaciones.</p> <p><b>Vinos:</b></p> <p>El mercado del vino en Francia se ve afectado por el cierra del canal HORECA. Cabe destacar que los importadores de vino chileno ya no venden dado que trabajan en gran parte con este canal y los supermercados no están ampliando sus gamas de vino a vinos extranjeros.</p> <p><b>Productos del mar:</b></p> |

|   |   |
|---|---|
|   | <p>Se evidencian <u>grandes dificultades en el sector</u>. Los gremios alertan el gobierno sobre la caída fuerte de consumo de productos del mar que implicaron una caída de los precios de compra en mercados mayoristas (subasta de pescados). Los pescadores ya no rentabilizan su salida y muchos barcos dejaron de salir. Los que llegan y no logran vender congelan el producto, pero se estima que, dada la situación, las plantas también van a cerrar.</p> <p>Los importadores de productos del mar chilenos ven sus ventas afectadas por el cierre del canal HORECA que es su principal cliente.</p> <p><b>Industria creativa</b></p> <p>Dado la contingencia, se cancelaron todos los eventos culturales, los festivales, ferias, etc. Esta situación afecta a los artistas de artes vivos quien ya no tienen ninguna actividad. Vemos algunas iniciativas de concierto, cuenta cuentos por actores en vivo en RRSS. El gobierno anuncio una <u>serie de medidas</u>: atraso de pago de leyes sociales, ayuda financiera al sector de Artes Vivos y libros.</p> <p>Ferías:</p> <p><b>El Festival de Cannes</b>, en el cual participa Chile se postergó de mayo a finales de junio 2020. Dada la incertidumbre de poder de organizarlo de manera tradicional, el Marché du Film (Mercado del festival) está desarrollando una plataforma de <u>“Virtual Market”</u> que permitirá a los actores del sector disfrutar de la red de contactos y actividades de networking a distancia.</p> <p>Al día de hoy, <b>MIFA</b>, feria de animación en el cual participa Chile se mantiene en junio.</p> <p>La feria <b>MIDEM</b>, destinada a los profesionales del sector musical se canceló y se organizara una alternativa en digital.</p> |
| <p><b>OBSTACULOS COMERCIO</b></p>       | <p><b>AL</b> No se ha detectado ningún obstáculo (arancelario o para-arancelario) al comercio originado por la situación sanitaria del COVID-19.</p>  |
| <p><b>OPORTUNIDADES COMERCIALES</b></p> | <p>Animación: Desarrollo de <u>plataformas de contenido pedagógico</u> dado que los niños están tomando sus clases en casa durante la cuarentena.</p>   |
| <p><b>Contacto Oficina</b></p>          | <p>Ignacio Morandé –imorande@prochile.gob.cl</p>  |

| OFICOM: ITALIA                                      |   |
|---|---|
| <b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b> | <p>Continúa el confinamiento hasta el lunes 13 de abril.</p> <p>La actividad comercial se ha reducido a supermercados y farmacias. La actividad productiva a lo esencial y su cadena de suministro. Se prevé una caída del PIB en 2020 de un 6% con una pérdida equivalentes a 42.000 millones de euros. Se espera que las importaciones registren una caída del 6,8% en 2020 y una recuperación del 3,9% en 2021.</p>  |
| <b>Operación OFICOM</b>                             | Equipo operativo a través de Teletrabajo incluyendo a dos practicantes. Todos trabajando conectados a través de Teams.  |
| <b>Situación de mercado</b>                         | <p><b>Puertos:</b><br/>El sistema marítimo portuario mantiene su operatividad con patios de almacenamiento operando mayormente en niveles normales. Se han implementado medidas para garantizar la seguridad al personal portuario y mercancías. Los puertos se han organizado en nodos de 2 puertos para hacer frente a eventuales problemas.<br/>No se prevé un impacto en el acceso de productos chilenos al mercado italiano.</p> <p><b>Logística:</b><br/>En territorio italiano la cadena de distribución se mantiene en funcionamiento. Se ha producido tráfico transitorio con filas de camiones en dirección norte hacia Lombardía, situación que también se ha evidenciado por controles de temperatura en las fronteras con países vecinos.<br/><br/>Según lo revisado, no se observan cuellos de botella relevantes que pudiesen llegar a afectar la distribución de bienes importados de Chile. El control sanitario en fronteras dentro de Europa puede llegar a afectar el tráfico de mercancías dirigidas a Italia que entran por puertos en otros países.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>Los mercados hortofrutícolas están operando a plena capacidad, mientras que los mercados de productos del mar con capacidad muy reducida por la baja demanda. Se ha reportado alta demanda de cítricos y limones en particular.</p> <p><b>Retail y HORECA:</b><br/>Los supermercados y farmacias están operando a plena capacidad. No se han observado problemas de aprovisionamiento en ningún producto alimentario.<br/>El canal HORECA está prácticamente paralizado, salvo quienes trabajan usualmente y quienes han adherido a un formato <i>delivery</i>.<br/>La demanda de pescado fresco se ha visto fuertemente afectada.</p> |
| <b>eCOMMERCE</b>                                    | <p>Todas las formas de comercio en línea están siendo ampliamente utilizadas y nacen nuevas iniciativas para distribuir productos hortofrutícolas. Algunas plataformas han llegado al punto de saturación, con supermercados anulando el servicio de despacho a domicilio por excesiva cantidad de órdenes y tiendas.</p> <p>En las ciudades grandes como Milán y Roma los supermercados operan muy bien con eCommerce, por lo que todos estos productos se venden de esta forma. Además, en distintas plataformas se venden alcoholes (vinos y pisco).</p> <p>Los sectores que evidencian mayor tráfico son los relacionados a Food &amp; Grocery. En este sector destacan Amazon Prime Now (servicio supermercado) y diversos sitios de supermercados.</p>  |

|   |  |
|---|--|
| <p><b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b></p> | <p><b>Productos del mar</b><br/>Las ventas han bajado en productos frescos considerablemente por el cierre del canal HORECA.</p> <p>Se espera que la situación mejore cuando se inicie a volver a la normalidad.</p>   |
| <p><b>OBSTACULOS AL COMERCIO</b></p>        | <p>No se ha detectado obstáculo alguno (arancelario o para-arancelario) para el comercio originado por la situación sanitaria del COVID-19.</p>  |
| <p><b>OPORTUNIDADES COMERCIALES</b></p>     | <p>Existe una alta demanda de insumos médicos que se mantendrá por varios meses.</p> <p>El <b>Sector Agroalimentario</b> sigue creciendo con consumos superiores a régimen, esto es, en fruta fresca, frutos secos y deshidratadas. También fruta congelada como espárragos. Los productos del mar solo en formatos congelados o en confecciones que permiten conservación.</p> <p>En <b>Servicios e Industrias Creativas</b> existen oportunidades de adherir a la plataforma de Solidaridad Digital para ofrecer servicios gratuitos y generar tráfico, esto en formación en línea, videojuegos, cine, y servicios digitales en general.</p> |
| <p><b>Contacto Oficina</b></p>              | <p>Felipe Repetto– frepetto@prochile.gob.cl</p>  |

| OFICOM: MARRUECOS                                   |   |
|---|---|
| <b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b> | <p>Cierre del espacio aéreo y marítimo marroquí frente a los viajeros, tanto extranjeros como marroquíes. Las mercancías siguen circulando con normalidad, la cancelación de reuniones y eventos deportivos, culturales y artísticos, la creación de un fondo especial para la gestión de la pandemia de Coronavirus (Covid-19), la suspensión de clases en escuelas y universidades, el cierre temporal de mezquitas, la suspensión de las audiencias en los distintos tribunales del Reino.</p> <p>Se prohibió el transporte interurbano de pasajeros lo cual abarca además los autobuses, los grandes taxis y los vehículos particulares.</p> <p>Es necesario un salvoconducto para salir de casa a partir del día 20 de marzo, cualquier violación del confinamiento decretado, que se mantendrá en vigor hasta el 20 de abril, puede acarrear penas de uno hasta tres meses de cárcel.</p>   |
| <b>Operación OFICOM</b>                             | <p>Teletrabajo</p>  |
| <b>Situación de mercado</b>                         | <p><b>Puertos:</b><br/>Operativos con toda normalidad para las mercancías y cerrados para los pasajeros. No afecta el acceso de productos chilenos.</p> <p><b>Logística:</b><br/>Se mantiene la distribución de los productos de manera normal. No se ha tomado ninguna medida que pudiese llegar a afectar la distribución de bienes importados de Chile.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>Los mercados mayoristas siguen operando con toda normalidad, pero desde el 22 de marzo se decretó el cierre total de todos los mercados a partir de las 18h00 de la tarde. Los productos que están teniendo alzas en sus ventas son los agroalimentos, la gente compra muchas frutas y hortalizas y se ha registrado una baja en la compra de frutos secos como las nueces y las almendras.</p> <p><b>Retail y HORECA:</b><br/>Los supermercados y las tiendas cierran a las 18:00 hrs. de la tarde mientras que los mercados de cercanía en algunas regiones de Marruecos como la región de Tánger cierran a las 14:00 hrs. de la tarde a partir del 30 de marzo.<br/>Algunos hoteles siguen operando, pero la mayoría de los restaurantes y cafeterías están cerrados.</p> |
| <b>EeCOMMERCE</b>                                   | <p>Aumenta el uso de las plataformas de e-Commerce sobre todo en algunas ciudades como Casablanca, Rabat, Fes, Marrakech y Tánger.</p> <p>Las oportunidades para Chile los frutos secos que se distribuyen en bolsas pequeñas bajo de nombre de marcas locales como Denia o Rosana.</p> <p>Entre los portales/apps de eCommerce que están viendo mayores movimientos se encuentran:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● www.jumia.ma</li> <li>● www.hmizate.ma</li> <li>● www.food.hmizate.ma</li> <li>● MrShop en facebook.</li> </ul>  |

|   |   |
|---|---|
| <p><b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b></p> | <p>Frutos secos sobre todo nueces<br/>La situación de ventas en este sector es baja ya que la gente procura comprar más frutas frescas y verduras.<br/>En los próximos meses la venta aumentará porque llega el Ramadán, uno de los meses en los que se consume muchos frutos secos y se prepara dulces a base de nueces, sobre todo en la última semana del mes.</p>   |
| <p><b>OBSTACULOS AL COMERCIO</b></p>        | <p>No se registran obstáculos, esto debido a que el gobierno aprobó el 27 de marzo 2020, la prolongación de la suspensión de los aranceles sobre el trigo blando (35%) hasta el 15 de junio, además de la suspensión de aranceles para otros elementos como trigo duro, garbanzos y lentejas desde 1 de abril 2020. La medida se tomó para garantizar el abastecimiento de estos alimentos durante la crisis causada por el coronavirus y la cercanía del mes de ayuno del Ramadán.</p> |
| <p><b>OPORTUNIDADES COMERCIALES</b></p>     | <p>Se abre la oportunidad de utilizar e-Commerce para introducir productos chilenos en el mercado marroquí, específicamente en el sector de conservas de atún y mejillones, además de jugos naturales ya que son productos que se consumen mucho sobre todo en el mes de Ramadán.</p>   |
| <p><b>Contacto Oficina</b></p>              | <p>Said Bahajin– sbahajin@prochile.gob.cl</p>   |

| OFICOM: PAISES BAJOS                                |  |
|---|--|
| <b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b> | <p>No hay cuarentena, pero sí medidas como respetar distancia mínima de 1.5 mt con las personas. Lugares públicos como bibliotecas, cafés, restaurantes, están cerrados (sólo delivery y comida para llevar). Prohibición de reunión de más de tres personas, a no ser que se trate de una familia. El incumplimiento de alguna norma conlleva multas desde los 400 euros.</p> <p>Principalmente afectado se encuentra el sector HORECA (Hoteles- restaurants catering) que ha visto reducida su facturación a aproximadamente un 15% de lo usual.</p>   |
| <b>Operación OFICOM</b>                             | <b>Teletrabajo</b>   |
| <b>Situación de mercado</b>                         | <p><b>Puertos:</b><br/>Países Bajos es principalmente un hub logístico y sus puertos se han declarado infraestructura crítica. El puerto más importante, Rotterdam, se encuentra abierto con todos sus terminales operando. Debido a la emergencia sanitaria, sin embargo, hay que tener en cuenta que existe menos personal en los terminales y el tiempo de respuesta a requerimientos y consultas es mayor al habitual. En el caso de productos frescos, existe un riesgo mayor en este momento que se debe a la menor disponibilidad y capacidad de respuesta de la autoridad sanitaria y aduanera. Sin embargo, no existen restricciones específicas para los productos chilenos debido a la emergencia. Los alimentos no frescos como frutos secos y productos de la agroindustria no enfrentan en este momento ninguna restricción.</p> <p><b>Logística:</b><br/>De acuerdo al sitio de monitoreo de distribución por tierra <a href="http://www.covid-19.sixfold.com">www.covid-19.sixfold.com</a> no hay retrasos significativos ni cuellos de botella detectados en el caso de Países Bajos que afecten o pudiesen llegar a afectar la distribución de los bienes importados de Chile.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>Los mercados mayoristas están funcionando normalmente.<br/>En el caso de alimentos y productos de limpieza las ventas han subido durante las primeras semanas de la crisis entre un 100 a un 130%. Se proyecta que durante las siguientes semanas sigan aumentando, pero a una tasa menor (50 a 60%). Otros productos que se prevé tengan un aumento en su demanda en la tercera y semana post inicio de aislamiento son alcohol, conservas, ingredientes para cocinar, ropa de casa, ropa interior, utensilios de cocina, ropa de deporte, y platos preparados. Fuente: Monitor Deloitte, “Impacto y Escenarios de recuperación en Consumo y Distribución”, emitido el 27 de marzo de 2020.</p> <p><b>Retail y HORECA:</b><br/>Los supermercados están funcionando al 100% y las ventas han aumentado, sobre todo en productos de alimento y limpieza.<br/>Se estima que el sector HORECA está operando a un 20% de su capacidad. Restaurantes y cafeterías sólo realizan delivery o venden en el local, comida para llevar.<br/>Venta de productos chilenos: en el caso de alimentos frescos no se observan efectos inmediatos.</p> |
| <b>eCOMMERCE</b>                                    | <p>El eCommerce se mantiene operando en Países Bajos.</p> <p>Bienes chilenos se transan actualmente en eCommerce: En el eCommerce asociado al gran retail (supermercados), productos como manzanas, paltas, en la medida de</p>  |

|   |  |
|---|--|
|   | <p>disponibilidad. Cabe señalar que para el consumidor en el caso de retail on line el origen es menos relevante.</p> <p>Oportunidades para Chile en e-Commerce: en el caso de alcoholes, el vino podría tener un mayor desarrollo, ya que la distribución vía HORECA ha disminuido significativamente,</p> <p>Los portales/apps de eCommerce que están viendo mayores movimientos son: <a href="http://www.bol.com">www.bol.com</a> (Multiproducto), <a href="http://www.ah.nl">www.ah.nl</a> (Supermercado on line), <a href="http://www.jumbo.com">www.jumbo.com</a>, (Supermercado on line).</p>   |
| <p><b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b></p> | <p><b>FRUTASFRESCA</b></p> <p>Los supermercados no han disminuido sus ventas, por el contrario, la mayor demanda por alimentos, especialmente en las primeras semanas post inicio de crisis causó desabastecimiento que se manifestaba en góndolas de frutas vacías. La situación se ha normalizado en este canal. En el canal HORECA la demanda bajó considerablemente, se estima que a menos de un 20% de lo habitual.</p> <p>De acuerdo al informe citado en punto anterior (Monitor Deloitte), las siguientes semanas se mantendría la demanda en el canal retail.</p> <p><b>VINO</b></p> <p>El vino chileno representa aproximadamente un 8% de las ventas de vino en Países Bajos. Se ha mantenido relativamente estable los últimos 3 años.</p> <p>Un 20% se vende en canal HORECA y esta facturación ha caído notablemente. El 80% que se vende en canal retail se mantendría con una proyección (Deloitte) de aumentar desde la 3ra semana post inicio de crisis.</p>   |
| <p><b>OBSTACULOS AL COMERCIO</b></p>        | <p>No se ha detectado ningún obstáculo adicional producto de la situación sanitaria.</p>   |
| <p><b>OPORTUNIDADES COMERCIALES</b></p>     | <p>Oportunidades de abastecimiento –en bienes, servicios o industrias creativas- se abren para Chile en esta coyuntura:</p> <p>Algunos vinos naturales/de cepas patrimoniales podrían tener oportunidad en el canal on line. Frutos secos también en canal on line, siempre que se les asocie fuertemente a alimento saludable, actividad deportiva, etc. Se observan oportunidades para e books, videojuegos, narrativa gráfica (comics).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Vinos de cepas patrimoniales:</b> algunos vinos chilenos habían logrado presencia (aún incipiente) en Canal HORECA. Se ha observado que el consumo de este tipo de artículos se mantendrá y aumentará en canal on line.</li> <li>• <b>Libros:</b> La demanda de contenidos ha sido una consecuencia del aislamiento. Esto se suma a un interés permanente del holandés por la lectura y el conocimiento de otras culturas.</li> <li>• <b>Videojuegos:</b> El mayor tiempo de permanencia en sus casas de niños, jóvenes y adultos, abre oportunidad para dar a conocer videojuegos chilenos, ya que se trata de un público ávido de nuevos contenidos.</li> </ul> |
| <p><b>Contacto Oficina</b></p>              | <p>Osvaldo Marinao– <a href="mailto:omarinao@prochile.gob.cl">omarinao@prochile.gob.cl</a></p>   |



| OFICOM: POLONIA                                     |  |
|---|--|
| <b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b> | <p>En Polonia hay más que 4.100 casos confirmados de coronavirus, incluidas 94 víctimas mortales. Se estableció cuarentena obligatoria para personas en contacto con el virus o recién llegadas a Polonia. Las fronteras están cerradas para tráfico de personas, solamente pueden acceder a Polonia los ciudadanos polacos, sus cónyuges, hijos de polacos o personas con permiso de residencia. No se admiten extranjeros que no tengan su eje de vida en Polonia. Los colegios, jardines infantiles y universidades permanecen cerrados al menos hasta mitad de abril. Se refuerza la recomendación de trabajar de manera remota y quedarse aislados. El gobierno declaró alrededor de 50 mil millones USD de ayuda para emprendedores, trabajadores y servicio de sanidad (desde 1 de abril). Observamos una fuerte caída del valor de la moneda local (PLN). A partir del 1 de abril el gobierno introduce nuevas restricciones con límites de acceso a los comercios, espacios y transporte públicos.</p> <p>La gran parte de la sociedad se está quedando en las casas, por lo cual las ventas de las tiendas que no sean de alimentos disminuyen, y en el sector alimenticio los clientes sobre todo compran los productos de larga duración. En el comercio internacional los importadores están sobre todo concentrados en mantener los pedidos ya contratados. Las previsiones de este año hablan de disminución del PIB y aumento de desempleo.</p>  |
| <b>Operación OFICOM</b>                             | <p>Presencial y teletrabajo.</p>   |
| <b>Situación de mercado</b>                         | <p><b>Puertos:</b><br/>Según el Ministerio de Economía Marina, en 2019 en los puertos polacos se movió 108,3 millones de toneladas de mercancías, siendo el puerto de Gdansk el más importante con 52 millones de toneladas, seguido por Szczecin-Swinoujscie con 32,2 millones de toneladas y Gdynia con 24 millones de toneladas.</p> <p>Actualmente los puertos siguen abiertos para mercancía y no se registran atracos de entregas. Los puertos comunican atrasos de entregas de los contenedores de China. Se observa un aumento de control sanitario – epidemiológico: se practica control de documentos sanitarios con indicación de la ruta del barco.</p> <p>No se registra atrasos o dificultades de acceso de los productos chilenos.</p> <p><b>Logística:</b><br/>Se pueden alargar los tiempos de espera en los pasos fronterizos, lo que afecta sobre todo al transporte terrestre.</p> <p>Se está monitoreando la situación en los puertos, sobre todo en cuanto a los productos frescos o congelados, que pueden ser los más afectados en posibles atrasos de entrega.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>Funcionan con normalidad, pueden estar afectados por las dificultades en el área de transporte.</p> <p>Se está detectando la baja de las ventas de productos que no sean de primera necesidad, productos premium y productos frescos. Los productos al alza son sobre todo los productos de higiene y salud, tanto como el equipo electrónico necesario para trabajo y estudio remoto (monitores, impresoras, cámaras web).</p> <p><b>Retail y HORECA:</b><br/>A pesar de alta demanda por los alimentos básicos y productos de higiene, no se detectaron problemas con abastecimiento en las cadenas de retail. Se cierran los malls,</p> |

|   |  |
|---|--|
|   | <p>permanecen abiertas solamente tiendas de alimentos, farmacias y lavanderías. Se cierran los mercados tradicionales al aire libre. Se registra el consumo sobre todo de bienes básicos. Las tiendas están obligadas de cumplir con las restricciones desde el 1 de abril: número máximo de clientes por caja, abastecimiento en guantes y geles desinfectantes para los clientes, horario especial para las personas mayores de 65 años entre las 10 – 12:00 hrs.</p> <p>El sector HORECA está prácticamente cerrado. Los restaurantes operan solamente con las entregas a domicilio.</p> <p>La fuerte disminución o detención de pedidos causa obstáculos en el cash flow que afecta a los importadores/distribuidores para HORECA. Esto a su vez, conjuntamente con la caída del PLN, significa posibles atrasos en pagos.</p>   |
| <p><b>eCOMMERCE</b></p>                     | <p>Sube el interés por hacer compra online, sin embargo, se alargan los tiempos de entrega, sobre todo de los supermercados. La situación favorece las compras online (minimiza el contacto con otras personas, pago seguro sin intercambio de efectivo).</p> <p><b>Bienes chilenos se transan actualmente en eCommerce:</b> principalmente los 4 pilares de las exportaciones alimenticias: fruta fresca, fruta seca, productos del mar y vinos.</p> <p>Es el canal de más rápido crecimiento y posiblemente puede compensar hasta cierto nivel por las pérdidas en HORECA, por ejemplo, en compra de vino o pisco, por lo que podría existir una oportunidad para la venta de productos chilenos por eCommerce.</p> <p>El mayor movimiento se registra sobre todo en las apps más populares en Polonia, como Allegro, también las apps de compra online de la cadena más popular de perfumerías: Rossmann, la cadena de tiendas Lidl (Lidl Plus) y otros supermercados con oferta de entrega a domicilio.</p>  |
| <p><b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b></p> | <p><b>Vinos</b></p> <p>Los importadores contactados concuerdan que la situación es mala y va empeorando. Los pedidos han caído drásticamente. El canal HORECA se detuvo, muchos no resistirán esta crisis y será muy difícil para los importadores recuperar sus inversiones. Los clientes de otros canales están aplazando sus pedidos ya que las ventas cayeron y el vino no es un producto de primera necesidad.</p> <p>Los optimistas creen que la situación se normalizará en 1 mes, el resto (gran mayoría): con suerte septiembre. Los empresarios resisten días, semanas, pero si esto se prolonga habrá un desempleo catastrófico.</p> <p><b>Es posible que crezca el consumo de alcohol, sin embargo, posiblemente observaremos el crecimiento del interés en cerveza más que vino con un proceso dedepremiumización -consumidores que priorizan el precio por sobre la calidad-</b></p> <p>Cuando termine la pandemia y se acumulen los pedidos pueden crecer los costos de transporte</p> <p><b>Fruta Fresca</b></p> <p>El mercado muy intranquilo, “espasmódico”. Pedidos cayeron a un mínimo drástico. La situación es muy complicada y resulta difícil de prever futuro. El mercado funciona de forma muy limitada y poco estable.</p> <p>Sin embargo, cabe destacar que el consumo de la fruta fresca se mantiene, como parte importante de la dieta saludable.</p> <p>Recién será posible hacer el chequeo de daños, consecuencias y “reagrupar fuerzas” cuando el virus esté controlado (muchas expectativas correlacionadas a cuando entren</p> |

|                                       |   |
|---------------------------------------|---|
|                                       | <p>en vigor las soluciones gubernamentales para proteger a los empresarios). En ese momento se buscará soluciones, hasta entonces se busca minimizar las pérdidas. Los importadores están en constante contacto con sus proveedores chilenos. Las mercancías van llegando sin mayores problemas y generalmente son respetados los pedidos contratados.</p> <p>Empieza a ingresar cada vez mayor flujo de productos del hemisferio norte. En este sentido hay respiro y esperanza que la situación sea clara hasta la nueva temporada exportadora en Chile (arándanos, ciruelas, nectarinas, uvas Thompson) mientras tanto, a comienzo del invierno se sabrá más sobre cómo afecta la crisis a las exportaciones de paltas, limones, kiwis, uvas Red Globe.</p> <p><b>Fruta Deshidratada</b></p> <p>Por ahora no se registran grandes caídas de ventas, sin embargo, todavía se desconoce el efecto al largo plazo. Los importadores comunican posible crecimiento de los precios (sobre todo de ciruela deshidratada), lo cual puede frenar la importación de forma significativa. Durante abril las ventas no deberían bajar gracias a que la fruta seca y deshidratada es un ingrediente tradicional de muchos platos tradicionales consumidos durante la Pascua (sobre todo pasas, ciruelas deshidratadas, nueces, almendras, como ingredientes de platos festivos). El sector de repostería y panadería está sufriendo caídas de venta, sin embargo, los consumidores compran la fruta seca y deshidratada para elaborar los productos caseros (tartas, pan etc.).</p> <p>Observamos que los importadores toman ciertas medidas de precaución, para no quedar con grandes cantidades de mercancía sin venderla. Ajustan los pedidos a la situación, sin embargo, no dejan de realizar sus contratos. Los clientes más pequeños de los importadores locales se pueden ver afectados por esta crisis, porque no tienen la posibilidad de almacenar la mercancía. Los clientes grandes como supermercados funcionarán con normalidad y se espera que durante los próximos meses mantienen las ventas de fruta seca y deshidratada, sobre todo en formato empaquetado que se ve más seguro e higiénico. Estos productos se conocen como muy saludables por lo cual seguirán de interés de los polacos.</p> <p><b>PDM</b></p> <p>Los importadores comunican fuerte caída de los precios de salmón europeo, por lo cual su interés estará concentrado en los proveedores cercanos. Los redistribuidores se están concentrando en mantener la producción para evitar reducciones de personal en las fábricas. Los supermercados realizan los pedidos de los importadores con normalidad, sin embargo, ya avisan su intento de reducir el abastecimiento en el futuro cercano. Durante los próximos meses los importadores esperan poder comprar los PDM chilenos con precios reducidos, hasta 10%. Se espera posible descenso del interés del consumidor por los productos que no son de primera necesidad y considerados gourmets en Polonia, como choritos y otros mariscos.</p> |
| <p><b>OBSTACULOS<br/>COMERCIO</b></p> | <p><b>AL</b></p> <p>Los posibles obstáculos producto de la situación sanitaria del COVID-19 se concentran en la reducción de la demanda y el efecto del creciente valor de dólar. El cierre de las fronteras afecta al traslado de personas, pero las mercancías son exentas de dicha reglamentación.</p>   |

|   |   |
|---|---|
| <p><b>OPORTUNIDADES<br/>COMERCIALES</b></p> | <p>Oportunidades de abastecimiento –en bienes, servicios o industrias creativas- que se abren para Chile en esta coyuntura</p> <p>La producción chilena de mascarillas higiénicas, tanto como el equipo médico como respiradores, puede ser de gran interés para Polonia.</p> <p>Sobre todo, se detectan oportunidades para productos de higiene y salud (mascarillas, geles desinfectantes, termómetros, respiradores etc.). Son productos de gran demanda cuyos precios crecieron de forma descontrolada.</p> |
| <p><b>Contacto Oficina</b></p>              | <p>Enrique Carrasco– <a href="mailto:ecarrasco@prochile.gob.cl">ecarrasco@prochile.gob.cl</a></p>   |

| OFICOM: REINO UNIDO                                 |   |
|---|---|
| <b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b> | <p>Cuarentena preventiva que dura hasta mediados de abril, pero que va a ser reevaluada. Solo se puede salir de la casa para hacer compras de alimentos necesarios y deporte (una vez al día). Solo los que tienen trabajo imposible de realizar desde la casa pueden ir a sus lugares de trabajo. Los colegios, universidades y comercio están cerrados (salvo supermercados, tiendas de barrio donde se vendan alimentos y farmacias). No pueden salir más de 2 personas juntas (salvo si se trata de personas que viven en la misma casa). Es evidente que lo descrito anteriormente tiene una fuerte incidencia en el comercio. Todo el canal HORECA está prácticamente cerrado. Ahora en la que se refiere a las principales exportaciones chilenas al mercado (fruta fresca, frutos secos, vinos, productos del mar) no han tendido restricciones relevantes.</p>   |
| <b>Operación OFICOM</b>                             | Teletrabajo   |
| <b>Situación de mercado</b>                         | <p>De acuerdo con la información de la asociación británica de puertos el funcionamiento, en general, es normal, sin embargo, dada la situación del coronavirus se están produciendo cambios en términos de horarios de funcionamiento y otros, por lo que recomiendan visitar las páginas web o contactar los puertos en los que se tenga interés. Por el momento, no tenemos información que se haya visto afectado el acceso de productos chilenos.</p> <p><b>Logística:</b><br/>Con la información que disponemos, no vemos un cuello de botella en particular que afecte la distribución de bienes importados de Chile, pero sí tenemos información que el transporte de camiones ha sido más lento de lo habitual, pero se están tomando las medidas para remediarlo.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>De acuerdo con la federación de distribuidores mayoristas, el canal mayorista está funcionando con normalidad y no tiene problemas de abastecimiento, sin embargo, se pueden producir escasez de algunos productos por tiempo limitado, debido a aumentos de demanda y problemas logísticos específicos.<br/>Claramente los problemas que presenta el canal HORECA los ha afectado, pero están trabajando fuerte con las tiendas de conveniencia.</p> <p><b>Retail y HORECA:</b><br/>Durante marzo los supermercados experimentaron un muy buen mes en lo que refiere a las ventas, aumentando en un 21% con respecto al mismo periodo del año anterior, y los consumidores gastaron £ 1.9 billones más. Los supermercados que mayor crecimiento mostraron fueron Iceland, Waitrose y Aldi, y los productos congelados mostraron un 80% de crecimiento en sus ventas.<br/>Los restaurantes se encuentran cerrados para la atención al público, solo funcionando para delivery mediante aplicaciones como Uber Eats, Deliveroo, entre otras. Las empresas de catering y los hoteles se encuentran prácticamente cerrados por el momento.<br/>Pese a los problemas del canal HORECA, el retail incluso ha aumentado sus ventas, por lo que los productos que no se están vendiendo hoy al canal HORECA, están siendo distribuidos a supermercados y mayoristas para consumo directo de cliente final. Sin</p> |

|                                      |  |
|--------------------------------------|--|
|                                      | <p>embargo, en el caso de la fruta, en los últimos días se ha visto una baja en la intensidad de compras que hubo a principios de marzo (especialmente en la uva).</p>   |
| <b>eCOMMERCE</b>                     | <p>Los supermercados que siguen vendiendo de manera online han limitado la cantidad de productos permitidos a comprar por cliente. Por ejemplo, Tesco solo permite comprar un máximo de 80 productos por pedido. Los slots para despacho de los productos también han sido afectados por la alta demanda. Hace algunas semanas ofrecían despacho para uno o dos meses después de la fecha de la compra. Sin embargo, para evitar esta situación, algunos supermercados como Asda, están limitando la cantidad de pedidos diarios, con el fin de ofrecer fechas de despacho para una o dos semanas después desde la fecha de la compra. Además, en general, los “nuevos clientes online” tiene problemas para ser aceptados.</p> <p>Bienes chilenos se transan actualmente en eCommerce: principalmente vino, fruta y verduras (fresca y congelada)</p> <p>Oportunidades ve para Chile en eCommerce:</p> <p>En conversaciones con un importador de vino que solo vende sus productos por su página web, comenta que sus ventas han aumentado considerablemente en este periodo.</p> <p>Portales/apps de eCommerce que están viendo mayores movimientos: la mayoría de los supermercados están operando a full capacidad en su canal online, incluso han tenido que contratar personal adicional para seguir respondiendo a las solicitudes de los clientes.</p> <p>Ocado, que es el supermercado online con mayor crecimiento durante los últimos años en el Reino Unido, decidió cerrar sus ventas por algunas semanas para poder responder a la gran cantidad de pedidos generados durante las primeras semanas de marzo. La tienda de ropa Next decidió cerrar su canal de ventas online para proteger a sus trabajadores.</p> |
| <b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b> | <p>ALIMENTOS NO ESENCIALES</p> <p>En general la población está tendiendo a consumir dietas saludables.</p>   |
| <b>OBSTACULOS AL COMERCIO</b>        | <p>Según la regulación UE 2020/426, la exportación de dispositivos de protección personal (PPE) para el personal médico requiere autorización de los gobiernos respectivos. El Reino Unido está siguiendo esta recomendación.</p>  |
| <b>OPORTUNIDADES COMERCIALES</b>     | <p>Oportunidades de abastecimiento –en bienes, servicios o industrias creativas- se abren para Chile en esta coyuntura: hemos detectado una oportunidad en servicios relacionados con proyecciones de mercado y análisis macroeconómico. Es un nicho muy específico, pero puede ser interesante de mirar con atención.</p> <p>Dada la incertidumbre con que están operando los mercados en esta crisis, hay una interesante demanda para servicios que ayuden a visualizar escenarios económicos futuros.</p>  |
| <b>Contacto Oficina</b>              | <p>Ignacio Fernández– ifernandez@prochile.gob.cl</p>   |

| OFICOM: REPUBLICA CHECA                             |   |
|---|---|
| <b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b> | <p>Afectados: 4.587 Fallecidos: 67 Recuperados: 96</p> <p>El Gobierno checo ha decretado el cierre del comercio, excepto supermercados, farmacias y servicios como correo y bancos. El movimiento de personas está restringido sólo a sus lugares de trabajo y a los servicios anteriormente nombrados. Es obligatorio el uso de máscaras en la calle y en servicios anteriormente nombrados. Las escuelas y universidades fueron cerradas el 11 de marzo. Aeropuerto con vuelos transporte de personas internacionales con la UE están cerrados.</p> <p>República Checa depende en gran medida del turismo, por lo que las medidas de cierre de fronteras, restaurantes, hoteles y comercio en general, generará pérdidas en todo el sector turismo.</p>   |
| <b>Operación OFICOM</b>                             | Teletrabajo   |
| <b>Situación de mercado</b>                         | <p><b>Puertos:</b><br/>No existen puertos</p> <p><b>Logística:</b><br/>Existen cuellos de botella, los productos siguen llegando normalmente.<br/>República Checa depende de los puertos europeos, principalmente Rotterdam y Hamburgo.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>Los importadores/mayoristas que están dedicados a la cadena del FoodService se encuentran en un problema grave, muchos de ellos están tratando de ofertar sus productos a través de sus páginas webs al cliente final, y algunos de ellos tratando de cambiar el embalaje de sus productos para tratar de venderlos en los supermercados o en la cadena eCommerce.</p> <p>A pesar de que no hay desabastecimiento en el sector alimentos, y que los productos entran normalmente y con precios estables, se aprecia un aumento de ventas tanto en los supermercados como en el eCommerce. Aunque no se cuentan con estadísticas aún, los productos que se visualizan por el momento como oportunidades son pastas, pollo, gel antiséptico.</p> <p><b>Retail y HORECA:</b> Los supermercados se encuentran operando en los mismos horarios, y de manera normal.<br/>HORECA está operando en su mínima capacidad, algunos restaurantes están realizando despachos a domicilio.<br/>Muchos importadores dedican su esfuerzo a la cadena HORECA, por lo que esto representará una baja importante en productos como vinos y carnes.</p> |
| <b>eCOMMERCE</b>                                    | <p>La cadena eCommerce ha aumentado sus ventas, pero tienen problemas en el despacho de las mercaderías (2 y 3 semanas). También se ha observado la falta de productos de reposición.</p> <p>Bienes chilenos se transan actualmente en eCommerce: Principalmente vino, pero en los eCommerce asociados a supermercados también carnes de cerdo y pavo, arándanos, paltas y frutos secos.</p> <p>Oportunidades para Chile en e-Commerce: Gel de limpieza como "Cooper Clean", que es un producto chileno que utiliza nanotecnología de cobre. Otros productos son pollo y</p>  |

|                                      |           |  |
|--------------------------------------|-----------|--|
|                                      |           | <p>cerdo congelado; pastas. (aclaración: Esta cadena opera principalmente a través de un importador en Chequia y/o un importador en otro país dentro de la UE)</p> <p>Los portales/apps de eCommerce que están viendo mayores movimientos son Rohlik e iTesco, entre otros.</p>  |
| <b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b> |           | <p><b>Alimentos y Bebidas</b></p> <p>No es posible evaluar aún el alcance del problema, sólo se sabe por medio de los importadores, y se observa, que la cadena HORECA está muy perjudicada.</p> <p>En el caso de los importadores de vinos, muchos de ellos destinan los productos a la cadena HORECA, y actualmente han tenido que poner sus esfuerzos en la venta del eCommerce para poder mantenerse.</p> <p>Lo mismo ocurre con el cerdo congelado destinado a HORECA, los importadores están tratando de cambiar el formato de los productos (más pequeños), adecuándolos para venta en el retail (supermercados), y también en el eCommerce para el consumidor final.</p> <p>En el caso de la fruta fresca, aunque la mayoría de los importadores destina los productos hacia el retail, estos se verán afectados por la casi nula operatividad de la cadena HORECA</p> <p>Para los próximos meses se espera que los pequeños importadores sean los más afectados, ya que muchos de ellos se dedican a la cadena HORECA, y las ventas por eCommerce que mantienen, no son los suficientemente fuertes para subsistir.</p> |
| <b>OBSTACULOS AL COMERCIO</b>        | <b>AL</b> | <p>El Gobierno checo no ha impuesto medidas proteccionistas o impuestos para-arancelario a las importaciones. La aduana checa opera con normalidad.</p>  |
| <b>OPORTUNIDADES COMERCIALES</b>     |           | <p><b>Alimentos:</b></p> <p>Si bien los alimentos son uno de los sectores golpeados por la crisis, se presentan oportunidades en los siguientes sub-sectores:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pollo congelado: Cada cierto tiempo se ve desabastecimiento de pollo en los supermercados. Es el tipo de carne más económica.</li> </ul> <p>Alimentos enlatados: Son fáciles de preparar y de guardar por mucho tiempo.</p> <p><b>Industria:</b></p> <p>Gel antiséptico y/o con nanotecnología de cobre.</p>  |
| <b>Contacto Oficina</b>              |           | <p>Máximo Cattán– mcattan@prochile.gob.cl</p>  |



| OFICOM: RUSIA                                       |   |
|---|---|
| <b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b> | <p>A partir del 30 de marzo se cerraron todos los puntos fronterizos de ingreso al país. Aeroflot aún realiza vuelos a Nueva York, Bruselas, Londres, Berlín, Dublin, Madrid, Roma, Amsterdam, Ginebra y París. El Gobierno está realizando vuelos chárter para traer a ciudadanos rusos que quedaron en los países cerrados por coronavirus. Las Embajadas rusas mantienen contactos con ellos. El país está en cuarentena total, iniciada el 30 de marzo y con una segunda prorrogada hasta el 30 de abril. El 6 de abril Universidades y colegios empezaron a impartir clases on-line. Las regiones de Rusia tienen ciertas facultades para determinar restricciones de cuarentena en su territorio. En la Región de Moscú donde se registra el mayor número de contagiados, se autoriza salir a la calle solo en caso de una necesidad impostergable: a comprar medicamentos en farmacia, visita al policlínico, comprar comida al supermercado, sacar a pasear a mascotas, sacar la basura o trabajo obligatorio, siempre manteniendo una distancia de mínimo de 1,5 metros. El número de contagiados al 06.04.2020 alcanzó casi 6343 personas, 47 fallecidos. Algunos laboratorios autorizados lanzaron pruebas voluntarias que permitan detectar coronavirus en la etapa inicial (paga el cliente). Están operando solo tiendas de alimentos y farmacias. Estos comercios mostraron altas cifras de aumento de retornos en las últimas tres semanas. En las condiciones STAYHOME todo el tiempo, aumentó el consumo de alimentos y bebidas en los hogares, despacho de comida preparada al domicilio, los pagos adelantados con tarjeta bancaria y el consumo doméstico de bebidas alcohólicas. Centros comerciales se mantienen cerrados, solo se entregan encargos comprados por Internet. HORECA es el sector más dañado al día de hoy.</p> |
| <b>Operación OFICOM</b>                             | Dado a que la Embajada de Chile en Moscú permanece cerrada, la OFICOM aplica teletrabajo, a partir del 30 de marzo.   |
| <b>Situación de mercado</b>                         | <p><b>Puertos:</b><br/>Los puertos cumplen con todas las normas de procesamiento y entrega de la carga. Los importadores encuestados comentan no tener ninguna demora; más aún: dado a que la mayoría de productos que Rusia importa desde Chile se clasifican como “productos de primera necesidad” (fruta fresca y hortalizas, carne pescado congelado, lácteos), usan el canal verde. Los servicios sanitarios (Rosselkhozadzor) y Aduana en los puertos también brindan servicios en forma completa y expedita.</p> <p><b>Logística:</b><br/>La logística entre Chile y Rusia hasta ahora está funcionando bien. Solo embarques que vienen desde Europa, por tierra se demoran más tiempo debido a las colas en la frontera. Como cuellos de botella podría ser mencionado que ha cambiado el régimen de trabajo de DHL y Federal Express, lo cual dificulta la recepción de originales de certificados y BL, pero importadores encuentran soluciones.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>Los importadores que actúan como mayoristas comentan que hay suficientes stocks de productos, sin embargo sus ventas no son parejas. Por ejemplo los importadores de fruta fresca señalan que los supermercados y tiendas de alimentos compran fruta y hortalizas en grandes cantidades, sin embargo el pick de compras marcado en la segunda y tercera década de marzo ya pasó, y los consumidores compran lo necesario. En marzo aumentaron en 30% las ventas de vinos y bebidas espirituosas, lo cual se explica por el temor del alza de precios debido al aumento brusco de la tasa de cambio de USD y Euro</p>   |

|                         |  |
|-------------------------|--|
|                         | <p>y una semana de cuarentena total que obligaba a los rusos permanecer en las casas. El aumento de retornos más alto fue en los segmentos de ventas directas a clientes corporativos y particulares y a los butik de vinos, mientras que el abastecimiento de restaurantes fue parado debido a la disminución de la demanda y luego el cierre temporal de las instalaciones. Los productos que están marcando los volúmenes más grandes de ventas con alimentos y bebidas, medicamentos, equipos y accesorios computacionales, televisores y ropa importada. Los importadores que tienen alta participación de productos para HORECA en sus portafolios, son los más afectados. Los importadores de fruta deshidratada y frutos secos destacan que cuentan con stocks y esperan nuevos embarques acordados, pero al mismo tiempo están preocupados por una eventual disminución del consumo de estos productos que no son prioritarios para las familias rusas.</p> <p>Retail y HORECA:</p> <p><b>Retail:</b> Los supermercados están trabajando a plena fuerza, abasteciendo a la población con alimentos y bebidas. Destacan alto consumo de todos los productos, sobre todo los básicos y bebidas alcohólicas, originado inicialmente por el pánico frente a la cuarentena total y cierre de todos los negocios. Esta demanda se normalizó en los últimos días, siendo el consumidor convencido de la disponibilidad de productos. En la temporada de cuarentena los rusos compran mucho más para cocinar en los hogares, tanto en las ciudades como en el campo, donde muchas familias se fueron para quedarse a vivir en este período.</p> <p>El 6 de abril se publicó una iniciativa, proveniente de dos cadenas retail más grandes de Rusia. Las cadenas Magnit y X5 suprimen sus márgenes de venta al público, por un período de un mes, para ciertos productos que forman parte del grupo de alimentos de primera necesidad (aceite de maravilla, leche, papa, repollo, zanahoria, manzanas, carnes, huevos de gallina, trigo sarraceno entre ellos). Cada cadena elaborará su propia lista de productos que serán comercializados al público al precio de adquisición a los proveedores.</p> <p><b>HORECA:</b> permanecen cerrados todos los restaurantes, cafeterías y bares; los hoteles no confirman reservas. Restaurantes están operando solo para los despachos de comida al domicilio. Los restaurantes que no tenían contratos con los servicios courier Yandex-Edá y Delivery Club, se apuran a firmarlos. Los mismos jefes y gerentes de HORECA están llevando comida a las casas de clientes, elevando de esta manera el prestigio del mismo encargo y abaratando los gastos de sus empresas. Se ofrecen también servicios de chef que puede ser invitado a la casa; butik de vinos y licores ofrecen Master Class de somelier on-line. Aun así, los retornos de HORECA cayeron drásticamente, representando hoy un 5-10% de lo habitual. Mientras tanto tienen que seguir pagando sueldos a su personal, arriendos etc. Este es el sector más afectado por coronavirus y la crisis al cual este dio inicio. Expertos pronostican el quiebre o cierre temporal por un período indefinido de 30-50% de toda la HORECA rusa.</p> |
| <p><b>eCOMMERCE</b></p> | <p>Se registra un aumento de ventas electrónicas en la mayoría de los rubros, sobre todo en alimentos, equipos y accesorios computacionales, artículos de hogar y algunos otros. En las condiciones de la permanencia obligatoria en las casas para muchos consumidores de alimentos, sobre todo para los mayores de 65 años, este canal se convierte en la principal fuente de abastecimiento. Los medios de comunicación señalan que entre los efectos positivos de la situación con coronavirus cabe destacar que la población mayor comenzó a usar pagos electrónicos, mientras que antes prefería pagar con efectivo.</p>   |

|                                      |           |   |
|--------------------------------------|-----------|---|
|                                      |           | <p>Las ventas electrónicas de vinos y bebidas espirituosas están prohibidas en Rusia, pero la Asociación de Operadores de eCommerce presentó al Ministerio de Comercio del país un proyecto de liberalización de ventas de vinos y licores a distancia. Hay tiendas virtuales de pescado congelado y productos del mar que venden al público (estas pertenecen a los productores y mayoristas), lo mismo de fruta deshidratada y frutos secos. De las empresas que aumentaron mucho las ventas electrónicas de alimentos cabe señalar Utkonos, Perekrestok, Pyaterochka, de equipos computacionales y electrodomésticos Mvideo, Eldorado, DNS y otras.</p>  |
| <b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b> |           | <p><u>Sector Fruta fresca:</u> está llegando fruta fresca chilena a Rusia. Los importadores están en contacto permanente con sus proveedores, corrigiendo fechas y en algunos casos volúmenes de embarques. Hasta ahora no escuchamos de mayores problemas.</p> <p><u>Sector Fruta deshidratada y Frutos secos:</u> los embarques siguen igual por el momento, pero algunos importadores muestran preocupación por el aumento de los costos de productos importados, relacionados con el alza del dólar, y pronostican la disminución de la demanda de este grupo de productos, como consecuencia de la reducción de la capacidad adquisitiva de la población.</p> <p><u>Sector Vinos:</u> en este momento ventas a HORECA suspendidas por la epidemia y cuarentena. Los importadores pronostican el aumento de precios de vinos importados en 7-10% y la disminución de su consumo.</p> <p><u>Sector Salmón congelado:</u> ventas a HORECA suspendidas por la epidemia y cuarentena. Ventas en retail aún se realizan.</p> |
| <b>OBSTACULOS AL COMERCIO</b>        | <b>AL</b> | <p>A la fecha no se han detectado obstáculos al comercio de alimentos y bebidas entre Chile y Rusia.</p>  |
| <b>OPORTUNIDADES COMERCIALES</b>     |           | <p>Se espera que el mercado madure en las próximas semanas, de acuerdo a los nuevos formatos de venta provocados por el COVID19, por lo mismo, estamos monitoreando para encontrar oportunidades que se puedan presentar y que serán indicadas a medida que aparezcan.</p> <p>No contesta</p>   |
| <b>Contacto Oficina</b>              |           | <p>Pablo Barahona– pbarahona@prochile.gob.cl</p>  |

| OFICOM: SUECIA                                      |  |
|---|--|
| <b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b> | <p>Único país nórdico que aún no cierra colegios y jardines infantiles, restaurantes y bares siguen abiertos con algunas restricciones mínimas. Prohibición de visita a hogares de ancianos, como también realización de actividades con mayor a 50 personas. Incumplimiento de esto conlleva multas o cárcel.</p> <p>Más del 70% de las exportaciones suecas están destinadas a países europeos.</p> <p>Gran impacto negativo en sector HORECA.</p> <p>Además, algunas tiendas se encuentran cerradas (no de alimentos), como también restricción de horarios de apertura.</p> <p>Durante el mes de marzo, gran aumento de desempleo (36.800 personas), es el número más alto desde la crisis económica, principalmente en sector HORECA y transporte (líneas aéreas).</p> <p>Volvo cars mantiene su fábrica cerrada.</p>   |
| <b>Operación OFICOM</b>                             | Teletrabajo  |
| <b>Situación de mercado</b>                         | <p><b>Puertos</b><br/>Siguen operativos con normalidad. Suecia depende de los puertos de Rotterdam y Dinamarca para gran mayoría de sus productos.</p> <p><b>Logística:</b><br/>Se observa una disminución en la demanda de productos importados destinados a canal HORECA.<br/>Se presentan algunas demoras en distribución, por cantidad de personas enfermas que trabajan en cadena de logística.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>El mercado mayorista se ha visto afectados negativamente, debido a la disminución en la demanda destinadas al sector HORECA.<br/>Existe aumento en ventas de productos no perecibles, productos farmacéuticos y de primera necesidad.</p> <p><b>Retail y HORECA:</b> Los supermercados están funcionando con normalidad, gran venta es a través de sus páginas web (online), único problema detectado es retraso de entrega a domicilio por alta demanda de servicio, 3-7 días de retraso en las entregas. Mientras que el sector HORECA cuenta con una gran disminución en sus ventas, grandes campañas de marketing con entrega a domicilio y descuentos masivos para apoyar el sector.<br/>Bares y restaurantes siguen abiertos, pero no son visitados debido a las recomendaciones de quedarse en casa. Los productos chilenos más afectados son vinos y pisco.</p> |
| <b>eCOMMERCE</b>                                    | <p>Existe un aumento considerable en ventas de productos farmacéuticos y alimentos online, debido a la alta demanda existe retraso de entrega a domicilio (entre 5-7 días de retraso).</p> <p>Bienes chilenos se transan actualmente en eCommerce: Vinos, pisco y frutas.</p> <p>Oportunidades para Chile en eCommerce: vino, pisco, productos congelados, productos farmacéuticos y de primera necesidad.</p>   |

|                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| <b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b> | Debido a la disminución en la demanda de productos importados destinados a abastecer el canal HORECA, los productos chilenos afectados son vinos y pisco. Importante mencionar que el 80% de bebidas alcohólicas son vendidas a través del monopolio de alcohol, Systembolaget, quienes nos han informado que la planificación y proceso de compras sigue con normalidad y como estaba planificado inicialmente. |
| <b>OBSTACULOS AL COMERCIO</b>        | No se ha detectado algún obstáculo (arancelario o para-arancelario) al comercio originado por la situación sanitaria del COVID-19 por el momento.  |
| <b>OPORTUNIDADES COMERCIALES</b>     | Videojuegos, Medtech, Cleantech, vinos y productos congelados.   |
| <b>Contacto Oficina</b>              | Constanza Mc-donald– cmcdonald@prochile.gob.cl   |

| OFICOM: TURQUÍA                                     |   |
|---|---|
| <b>Situación Sanitaria (aislamiento preventivo)</b> | <p>El Gobierno Turco mantiene las recomendaciones de aislamiento social y teletrabajo. Cerrados por obligación los pubs, cafeterías, restaurantes, gimnasios, teatros, spas, peluquerías, y cines. Suspensión de clases primaria, universitaria hasta una fecha indeterminada. Cuarentena obligatoria por 15 días para pasajeros del extranjero. Cuarentena obligatoria para las personas mayores de 65 años y menores de 20 años. Los vuelos internacionales están completamente cerrados, así como los viajes entre ciudades. Se cancelaron los rezos masivos en las mezquitas. Todas las ferias locales, internacionales están suspendidos.</p> <p>El cierre del canal HORECA, las recomendaciones de aislamiento social y la baja de turistas ha tenido un efecto negativo directo en el consumo de algunos productos y también en su comercio. El sector HORECA solo puede proporcionar menús para llevar a casa. Gran parte de estos servicios se hace a través de servicios online y entrega a domicilio.</p>  |
| <b>Operación OFICOM</b>                             | <p>Teletrabajo</p>  |
| <b>Situación de mercado</b>                         | <p><b>Puertos:</b><br/>No han cerrado fronteras de ningún tipo para el ingreso de mercancías, por lo tanto, los puertos están abiertos, pero funcionan con capacidad reducida ya que aplican mayores controles de salud. El aeropuerto principal está trabajando de manera reducida principalmente por menos flujo de pasajeros y menos carga aérea. Por el momento no ha afectado el acceso de productos chilenos.</p> <p><b>Logística:</b><br/>Por el momento no hay cuellos de botellas que afecten el normal flujo de la carga chilena en Turquía ya que en el transporte marítimo y aéreo no hay ningún problema, la manera en la que se realiza la mayoría del comercio desde Chile. Tampoco está previsto que se vea afectada la distribución de los bienes chilenos.</p> <p><b>Mayoristas:</b><br/>Las ventas del mercado mayorista se han visto afectadas negativamente, dada la disminución de la demanda de productos importados destinados al canal HORECA. Los consumidores están comprando fundamentalmente alimentos básicos, productos farmacéuticos y de primera necesidad y en donde la oferta local les resulta más económica.<br/>En los mercados mayoristas que están dirigidos más bien al canal HORECA, las ventas en los vinos importados y en algunos productos del mar (calamares congelados, mejillones etc.) han disminuido considerablemente.</p> <p><b>Retail y HORECA:</b><br/>El retail presenta un funcionamiento en horario reducido, con problemas de abastecimiento momentáneos de algunos productos como mascarillas, alcohol etc. Las ventas de los supermercados se han duplicado en las últimas dos semanas.<br/>El canal HORECA es sin duda uno de los más afectados, producto de la baja considerable en la llegada de turistas, la cancelación de las ferias, eventos culturales, congresos, entre otros.<br/>Hay venta de vinos importados en el canal retail pero la gran mayoría del consumo está en el canal HORECA. El cierre de este canal tuvo un efecto negativo directo en el</p> |

|                                      |           |   |
|--------------------------------------|-----------|---|
|                                      |           | consumo de los vinos importados y de algunos productos del mar (calamares congelados, mejillones etc.), lo que afecta la venta de productos chilenos.   |
| <b>eCOMMERCE</b>                     |           | <p>El eCommerce experimenta un aumento importante, especialmente en la venta de los productos de higiene y también en la entrega a domicilio de los productos alimenticios básicos. Las restricciones para mantenerse en casa también tienen un efecto muy significativo en las compras online de los supermercados.</p> <p>Bienes chilenos que se transan actualmente en eCommerce: fruta fresca, fruto seco, productos de mar (Está prohibido la venta de las bebidas alcohólicas online)</p> <p>Oportunidades para Chile en eCommerce: se consume mucho fruto seco en Turquía, pero sin tener idea del país de origen. Podría ser una buena oportunidad de dar a conocer la marca país, el origen de producto. También sería una buena oportunidad para posicionar los alimentos saludables.</p> <p>Los portales/apps de eCommerce que están viendo mayores movimientos son:</p> <p>Supermercado MIGROS Online: <a href="http://www.migros.com.tr">www.migros.com.tr</a></p> <p>Supermercado CarrefourSa Online: <a href="http://www.carrefoursa.com/tr">www.carrefoursa.com/tr</a></p> <p>Getir: <a href="http://www.getir.com">www.getir.com</a></p> |
| <b>PRINCIPALES DAÑOS SECTORIALES</b> |           | <p><b>VINO</b></p> <p>Las ventas en el canal retail y en los supermercados mostraron un leve aumento mientras que se ve una importante disminución en las ventas de mayoristas quienes se dirigen más bien al canal HORECA donde la demanda casi es nula en las últimas semanas.</p> <p>El sector HORECA está parado oficialmente hasta mayo, pero se comenta que por lo menos hasta mediados de junio posiblemente no podrán empezar a recibir reservaciones, ni dar servicios. Los importadores cuentan con stocks y comentan que la recuperación podría comenzar a verse después de 5 meses más.</p> <p><b>PRODUCTOS DEL MARE</b>s uno de los sectores más dañados. Turquía importa desde Chile productos del mar sólo congelados (pez espada, jibias, pulpos, mejillones) cuales son en su mayoría consumidos en el canal HORECA donde la demanda es cero en las últimas semanas. Los importadores han cancelado todas sus compras.</p>   |
| <b>OBSTACULOS AL COMERCIO</b>        | <b>AL</b> | No se ha detectado algún obstáculo (arancelario o para-arancelario) al comercio originado por la situación sanitaria del COVID-19 de momento, excepto las restricciones aplicadas para las importaciones desde China.   |
| <b>OPORTUNIDADES COMERCIALES</b>     |           | <p>Oportunidades de abastecimiento –en bienes, servicios o industrias creativas- se abren para Chile en esta coyuntura:</p> <p>Bienes: Frutos secos, Alimentos Saludables, Alimentos Funcionales, Productos del Mar (ganando mercancía a China)</p> <p>Servicios: Edutech</p> <p>Industrias creativas: Videojuegos</p> <p>Según un estudio realizado por Deloitte, todo los que están en casa en cuarentena tienen necesidades específicas como buena alimentación y estilo de vida saludable, el cual aumentará la tendencia para los alimentos saludables, funcionales etc.</p> <p>En cuanto a los productos del mar, China es el principal proveedor para muchos productos del mar congelados; principalmente para calamares, merluzas etc. Se espera una caída importante en las importaciones desde China no sólo a lo largo de la pandemia, sino también post pandemia, por los cambios en las preferencias de los consumidores. Esta situación puede ser una oportunidad importante para Chile para penetrar en el mercado turco como sustituto de los China, para ganar nuevos clientes.</p>  |

|                         |   |
|-------------------------|---|
|                         | <ul style="list-style-type: none"><li>- En EduTech: Por la cuarentena se ha aumentado mucho la tendencia en la educación online tanto en las escuelas primarias como en las universidades. Especialmente para aprendizaje del idioma castellano hay muchas oportunidades ya que es el segundo idioma en las escuelas.</li><li>- Por último, para entretenerse durante la cuarentena en casa, videojuegos lo más preferido por muchas personas. Se podrían realizar campañas atractivas para entrar en el mercado.</li></ul> |
| <b>Contacto Oficina</b> | Ozge Garate– <a href="mailto:ogarate@prochile.gob.cl">ogarate@prochile.gob.cl</a>   |