**Análisis Estratégico de Precios Mayoristas para el Sector Retail de Frutas y Hortalizas**

**\*\*FRESCORP S.A.\*\*** es una cadena de supermercados `FICTICIA`, con fuerte presencia en la venta de abarrotes, carnes y productos envasados. Recientemente, han notado un creciente interés de sus clientes por productos frescos, saludables y de origen local.

Para capitalizar esta tendencia y competir con las grandes cadenas y ferias locales, la gerencia ha decidido lanzar una nueva línea de negocio: **"FRESCORP Verde"**, dedicada exclusivamente a la venta de frutas y hortalizas de alta calidad.

La empresa no tiene experiencia en la compra a gran escala de productos perecederos. El mercado de frutas y hortalizas es volátil y los precios cambian constantemente. Antes de invertir en logística, refrigeración y personal, necesitan un **plan de negocio basado en datos nacionales** del año recurrente para asegurar la rentabilidad del proyecto y ofrecer precios competitivos a sus clientes.

**Preguntas claves:**

**1. Selección de Cartera de Productos**

* ¿Qué productos tienen el menor costo de adquisición promedio?
* ¿Cuáles son los productos más importantes o con mayor volumen de comercialización?
* ¿Qué productos tienen la mayor diversidad de variedades en el mercado?

**2. Estrategia de Precios y Promociones**

* ¿Cuáles son los meses de "temporada baja" (precios más baratos) para los productos populares?
* ¿Qué productos sufren las mayores alzas de precio?

**3. Optimización de la Cadena de Suministro**

* ¿Hay días específicos de la semana en los que los precios mayoristas tienden a ser más bajos?
* ¿En qué mercados es más barato comprar productos clave?