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

** Empresa:** *"FRESCORP S.A."*

FRESCORP es una exitosa cadena de supermercados de tamaño mediano, con fuerte presencia en la venta de abarrotes, carnes y productos envasados. 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.

**El Desafío:** 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** para asegurar la rentabilidad del proyecto y ofrecer precios competitivos a sus clientes.

Te han contratado como Analista de Datos para que, utilizando los datos de precios mayoristas de 2025, les proporciones una estrategia inicial de lanzamiento.

**Preguntas Clave del Negocio (que tú responderás con tu análisis)**

Basado en el escenario anterior, tu proyecto de análisis de datos debería centrarse en responder las siguientes preguntas para la gerencia de FRESCORP:

**1. Selección de Cartera de Productos (¿Qué deberíamos vender?)**

* **Pregunta Principal:** "Para iniciar, no podemos vender de todo. ¿Cuáles son las 15-20 frutas y hortalizas en las que deberíamos enfocarnos para tener una oferta atractiva y rentable?"
* **Sub-preguntas que guían tu análisis:**
  + ¿Qué productos tienen los precios de compra más estables a lo largo del año? (Menor riesgo de pérdida por aumento de costos).
  + ¿Qué productos tienen el menor costo de adquisición promedio? (Permite un margen de ganancia mayor).
  + ¿Existen "canastas básicas" de productos (ej. tomate, cebolla, papa, lechuga, manzana) cuyos precios combinados sean predecibles?

**2. Estrategia de Precios y Promociones (¿Cómo fijamos los precios?)**

* **Pregunta Principal:** "¿Cómo podemos planificar nuestras campañas de ofertas y promociones para atraer clientes sin sacrificar nuestro margen de ganancia?"
* **Sub-preguntas que guían tu análisis:**
  + ¿Cuáles son los meses de "temporada baja" (precios mayoristas más baratos) para productos populares como las paltas, frutillas o uvas? Estos son los momentos ideales para lanzar una promoción agresiva.
  + ¿Qué productos sufren las mayores alzas de precio? (Para gestionarlos con cuidado y quizás subir el precio al consumidor de forma gradual).
  + ¿Podemos identificar productos "gancho" (baratos todo el año) y productos "premium" (con mayor volatilidad pero que ofrecen buen margen en temporada)?

**3. Optimización de la Cadena de Suministro (¿Cuándo compramos?)**

* **Pregunta Principal:** "Para minimizar costos, ¿podemos identificar patrones semanales o mensuales en los precios de compra?"
* **Sub-preguntas que guían tu análisis:**
  + ¿Hay días específicos de la semana o quincenas del mes en los que los precios mayoristas tienden a ser más bajos?
  + ¿Cómo fluctúa el precio de productos clave (ej. papa, zapallo) que se pueden almacenar por más tiempo? Esto ayudaría a decidir si es conveniente comprar en grandes volúmenes cuando el precio es bajo.

**Sugerencias de Recomendaciones (El resultado final de tu proyecto)**

Al final de tu análisis, podrías presentar un informe o un dashboard con recomendaciones como:

* **"Cartera de Lanzamiento Recomendada:"** Proponemos iniciar con estos 18 productos [listar los productos] debido a su combinación de popularidad, estabilidad de precios y rentabilidad potencial.
* **"Calendario Promocional Sugerido:"** Recomendamos una campaña de "Verano Fresco" en enero y febrero centrada en [sandía, melón, choclo], ya que sus precios mayoristas son los más bajos en ese período, permitiendo un margen de 30% aún con precios de oferta al público.
* **"Alerta de Volatilidad:"** Se debe monitorear de cerca el precio de [tomates y pimentones] entre julio y septiembre, ya que históricamente muestran alzas de hasta un 50%. Sugerimos diversificar proveedores o asegurar contratos de precio fijo para estos meses.

Con este escenario, tu proyecto pasa de ser un simple ejercicio técnico a ser la **solución a un problema de negocio real**, lo cual es exactamente lo que los empleadores quieren ver. ¡Mucho éxito en tu análisis!

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

FRESCORP es una exitosa cadena de supermercados de tamaño mediano, con fuerte presencia en la venta de abarrotes, carnes y productos envasados. 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** para asegurar la rentabilidad del proyecto y ofrecer precios competitivos a sus clientes.

**Preguntas claves:**

**1. Selección de Cartera de Productos**

* ¿Qué productos tienen los precios de compra más estables a lo largo del año? (Menor riesgo de pérdida por aumento de costos).
* ¿Qué productos tienen el menor costo de adquisición promedio? (Permite un margen de ganancia mayor).
* ¿Existen "canastas básicas" de productos (ej. tomate, cebolla, papa, lechuga, manzana) cuyos precios combinados sean predecibles?

**2. Estrategia de Precios y Promociones**

* ¿Cuáles son los meses de "temporada baja" (precios mayoristas más baratos) para productos populares como las paltas, frutillas o uvas? Estos son los momentos ideales para lanzar una promoción agresiva.
* ¿Qué productos sufren las mayores alzas de precio? (Para gestionarlos con cuidado y quizás subir el precio al consumidor de forma gradual).
* ¿Podemos identificar productos "gancho" (baratos todo el año) y productos "premium" (con mayor volatilidad pero que ofrecen buen margen en temporada)?

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

* ¿Hay días específicos de la semana o quincenas del mes en los que los precios mayoristas tienden a ser más bajos?
* ¿Cómo fluctúa el precio de productos clave (ej. papa, zapallo) que se pueden almacenar por más tiempo? Esto ayudaría a decidir si es conveniente comprar en grandes volúmenes cuando el precio es bajo.