**TP INTEGRADOR GRUPO 7**

DIGITAL ENERGY

Somos “Digital Energy”, una empresa argentina dedicada a la extracción y comercialización de hidrocarburos y derivados. En este momento estamos en proceso de expanción de nuestro negocio y en búsqueda de apertura de nuevos mercados en países que no hemos tenido un contacto comercial previamente.

Para ello analizaremos una serie de indicadores que nos permitan definir cuáles son las regiones y paises más atractivos para poder realizar nuestra inversión y poder crear vínculos fuertes con ellos.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **KPI** | **FORMULA** | **UNIDAD** | **DIMENSIONES** |
| PBI PERCAPITA | PIB/POBLACION | $/UNIDADES | PAÍS/TIEMPO |
| TASA DE CRECIMIENTO DE PBI | ( (PBI act - PBI ant)/(PBI ant) ) x 100 | UNIDADES | PAÍS/TIEMPO |
| MARGEN DE GANANCIA | (EXPORTACIONES-IMPORTACIONES)/EXPORTACIONES | $ | PAIS/TIEMPO/TIPO |
| OBJETIVO DE VENTAS | OBTENER DEL 14% DE LO IMPORTADO EL ULTIMO AÑO SIENDO JAPON 6%,CHINA 3% Y CANADA 5% | $ x UNIDADES |  |
| INDICE DE PRECIO DE COMMODITIES | (PRECIO REAL / PRECIO NOMINAL) x100 | $ | TIPO/TIEMPO |
| TENDENCIA | SUMATORIA Q VALORES / Q | UNIDADES |  |
| BALANZA COMERCIAL | EXPORTACIONES – IMPORTACIONES | UNIDADES | PAIS/TIEMPO |

Para poder analizar los mercados, contamos con una base de datos que previamente nuestro departamento de IT recopiló, donde incluye distintos tipos de commodities. Es por ello que implementaremos los datos recabados y además complementaremos con información y datos adicionales de fuentes externas de fuentes de datos adicionales para que el análisis de mercadeo sea más exacto y contemos con información técnica más precisa.

Una vez analizado el mercado con nuestro tablero, podremos tomar decisiones concretas y objetivos de inversión en los países elegidos.

Dichos análisis que llevaremos a cabo serán:

* **ANALISIS FODA:** (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas): Evalúa internamente las fortalezas y debilidades de la empresa, así como las oportunidades y amenazas presentes en el entorno externo. Esto ayudará a desarrollar estrategias que capitalicen nuestras fortalezas y aprovechen las oportunidades, al tiempo que minimizan las debilidades y enfrentan las amenazas.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **INTERNO (POSITIVO)** | **INTERNO (NEGATIVO)** |
|  |
| **EXTERNO (POSITIVO)** |  |  |
| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
| **EXTERNO (NEGATIVO)** | OPORTUNIDADES | AMENAZAS |

* **MATRIZ DE ANALISIS DE COMMODITIES :**
* **Oferta Alta/Oferta Baja**: Se refiere a la disponibilidad del commodity en el mercado. Alta oferta significa que hay una gran cantidad disponible, mientras que baja oferta indica escasez.
* **Demanda Alta/Demanda Baja**: Representa la demanda del commodity por parte de los consumidores. Alta demanda indica que los consumidores están buscando activamente el commodity, mientras que baja demanda significa que hay menos interés por parte de los consumidores.
* **Precios Bajos/Estables/Altos:**  Indica cómo pueden comportarse los precios del commodity en función de la interacción entre la oferta y la demanda. Precios bajos pueden ser una señal de exceso de oferta, precios estables pueden indicar un equilibrio entre oferta y demanda, y precios altos pueden ser el resultado de una alta demanda y/o escasez de oferta.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **OFERTA ALTA** | **OFERTA BAJA** |
|  |  |  |
| **DEMANDA ALTA (OPORTUNIDAD)** | PRECIOS BAJOS | PRECIOS ALTOS |
|  |
| **DEMANDA BAJA**  **(AMENAZA)** | PRECIOS BAJOS | PRECIOS ESTABLES O EN AUMENTO |  |
|  |

Es necesario evaluar los países que importan, si tienen plata, y cual es la evolución de su pbi para demostrar la ecesidad de invertir producto de que son países con alto crecimiento sostenido en el tiempo.

Dato importante la balanza comercial de esos países