

# Lightman Global

N.27



## 2 **Modificaciones 2016 a la TIGIE**

4 **Sectores con oportunidades de negocio en México**

6 **Recomendaciones para la compra de tabletas electrónicas**

8 **Indicadores KPI de estrategias digitales.**

10 **Glosario Logístico.**

[Mas...](#)



# Modificaciones **2016** a la **TIGIE**

Tarifa del Impuesto General de Importación y Exportación

Te asesoramos en cualquier  
resolución en materia aduanal

[www.lightmanglobal.com](http://www.lightmanglobal.com)  
[mkt@lightmanglobal.com](mailto:mkt@lightmanglobal.com)  
+52 (55) 6363-2941  
[@lightmanglobal.com](https://www.facebook.com/lightmanglobal.com)



¿Ya estás informado de las modificaciones a la TIGIE para este 2016?, verifica los detalles en el siguiente enlace.

<http://bit.ly/1VlykLE>

El presente Decreto entrará en vigor el día de su publicación en el Diario Oficial de la Federación, con excepción de lo establecido en el segundo transitorio del presente instrumento.

La creación de las fracciones arancelarias correspondientes al capítulo 64 del artículo primero; la modificación a la descripción de las fracciones arancelarias correspondientes al capítulo 64 del artículo tercero, y la supresión de las fracciones arancelarias correspondientes al capítulo 64 del artículo quinto del presente Decreto, entrarán en vigor el 18 de enero de 2016.



# Sectores con oportunidades de negocio en México

México es un país atractivo para inversionistas y compañías que buscan ubicar activos en algunos sectores estratégicos, permitiendo elevar la rentabilidad y el crecimiento económico. Algunos sectores con oportunidades de inversión son:

- **Aeroespacial:** Las oportunidades de inversión se centran en completar el ciclo terminal de una aeronave, atraer pequeños y medianos proveedores que ya estén asignados a programas específicos.
- **Automotriz:** Existen oportunidades de negocio en segmentos como: estampado, centros de I+D, motores, vehículos de lujo, talleres de State of the art, vehículos pesados y vehículos ligeros.

- **Agroalimentario:**

**Alimentos frescos:** Mango, lima y limón, toronja, aguacate, papaya y frutas exóticas.

**Alimentos procesados:** Importación de preparaciones de frutos de cáscara y papa, tomates en conserva, confituras, jaleas, mermeladas y purés.

**Bebidas alcohólicas:** Demanda de productos tales como vino de uvas frescas, bebidas espirituosas y cerveza de malta.

**Confitería:** Chocolate y sus preparaciones, manteca y grasa de cacao, jarabes de glucosa y azúcar de caña.

- **Electrodomésticos:** Enseres mayores, menores, laminado y componentes para electrodomésticos.

- **Metalmecánico:** México ofrece excelentes oportunidades de inversión en procesos como estampado, fundición, forjado y die casting.





# Recomendaciones para la compra de tabletas electrónicas

Si vas comprar una tableta, la Procuraduría Federal del Consumidor te ofrece útiles recomendaciones para hacerlo de forma responsable e inteligente.

Las tabletas son un dispositivo realmente útil y versátil. Para muchos se ha convertido en una segunda computadora personal, ya que ofrecen otras opciones para comunicarse debido a su interfaz sencilla e intuitiva con la cual es posible obtener el mayor provecho.

A continuación te presentamos algunos prácticos consejos:

- Selecciona la plataforma: aunque todas te permiten hacer lo mismo (trabajar, crear y divertirte), la compra de contenido digital como música, libros y aplicaciones no es completamente compatible entre ellas debido a derechos de autor y licencias.



- Elige un tamaño de pantalla acorde a los programas que usarás: las de 7 u 8 pulgadas son ideales para visualizar videos, leer libros, atender correos, crear notas o apuntes y tener acceso a la mayoría de sitios web. Las de 10 pulgadas, son perfectas para edición de fotos, videos u otras tareas creativas que requieren mayor espacio para ingresar textos o datos.

- Si sólo requieres hacer tareas básicas (Internet, correos, tomar notas) o destinarla a un niño de primaria, lo recomendable es optar por una con microprocesador de bajo desempeño y pantalla de baja resolución.

- Considera características y atributos como: marca, desempeño general, calentamiento y tiempo de batería.

# Indicadores KPI de estrategias digitales.

Conocer que es lo que necesitas medir en tus redes sociales es muy importante, tan importante como el contenido que compartes. Cada marca y audiencia tiene sus propias métricas, dependiendo siempre de los objetivos que deseen alcanzar, cabe recalcar que existen indicadores obligatorios y que ningún profesional debe dejar pasar dentro de su estrategia digital.

**Fans/Followers/Usuarios/Viewers**, la métrica más importante, a pesar de visualizarse como una métrica muy sencilla el análisis de la misma es muy importante y sirve para tomar el pulso de nuestra plataforma permitiéndonos visualizar que tan benéfica es la plataforma para nosotros. Con esta variable y otras obtenemos las formulas necesarias para generar conjeturas de nuestras plataformas, por ejemplo; suponiendo que nuestro perfil tiende a crecer 1K por mes, el momento en que nuestro crecimiento comienza a bajar es el momento en que necesitamos centrar nuestra atención a este indicador, cuando los números bajan significa que la audiencia no está conectada y no se encuentra interesada en la marca. –lo recomendable es que después del primer mes de ir a la baja realicemos un monitoreo diario, y realicemos ajustes mínimos a toda o solo una parte de la comunidad- Recordemos que estos son nuestros Leads y es nuestro deber atraerlos y retenerlos.





**Likes/**<3, en el caso de las Redes Sociales se considera parte del sentimiento de las audiencias, lo que convierte a estas métricas como excelentes para saber si nuestros contenidos son los indicados en nuestros perfiles y sobre todo si gusto o no a las audiencias.

Para 2016 será de gran importancia entender el sentimiento y aprobación de los contenidos por parte de los usuarios, sobre todo cuando las Tendencias de SEO para 2016 apuntan a crear contenidos con un alto valor agregado para los internautas.

**Engagement**, a pesar de ser otro indicador que se encuentra disponible en todas las plataformas digitales es también la más complicada de procesar, esto se debe a que dentro de las Redes Sociales esta métrica se encuentra de varias formas y sabores, comúnmente se encuentra alimentada por comentarios, likes y shares. Esta métrica tiene un efecto sobre nuestros seguidores pues cuando este tiende a ser negativo se genera un efecto domino, para medirlo tendremos siempre dos variables, la orgánica y la pagada, y como buenas estrategias sabemos que los números orgánicos serán siempre los más importantes, por supuesto que cuando hablamos de inversiones de dinero es necesario saber que está pasando con este.

**Location**, Teniendo clara la ubicación geográfica de nuestra audiencia es muy importante para cumplir con nuestros objetivos y sobre todo para monitorear nuestra estrategia. Contando con una mejor idea sobre la ubicación de nuestros usuarios sabremos en que tono necesitamos dirigir los contenidos o inclusive direccionar de manera adecuada los contenidos.

**Inbound Traffic**, cuando tenemos sitios Web o campañas es necesario saber de dónde provienen las audiencias y quien esta cumpliendo realmente con sus objetivos, saber si vienen de una Red Social o de un anuncio en YouTube es importante.



## **Demanda.**

La demanda es definida como la relación multidimensional entre la cantidad consumida y los factores que determinan cuánto se consume. Estos determinantes o factores de la demanda se dividen en dos grupos: por un lado un parámetro de movimiento (precio) y los parámetros de cambio (todas las demás variables de la función excepto el precio del bien). La demanda es una función matemática y puede ser expresada gráficamente por medio de la curva de la demanda. La pendiente de la curva determina cómo aumenta o disminuye la demanda ante una disminución o un aumento del precio. Este concepto se denomina la elasticidad de la curva de demanda.

## **Depositario.**

La persona que recibe la mercadería para su almacenamiento en el curso de ejecución de un contrato de transporte multimodal.

## **Desconsolidación (Break-Bulk).**

La separación de una sola carga a granel consolidada en embarques individuales más pequeños para entrega a los últimos consignatarios.

## **Despliegue de inventario.**

Una técnica para posicionar inventario estratégicamente para cumplir los niveles de servicio al cliente mientras se minimiza el inventario y los niveles de almacenamiento. El inventario en exceso se reemplaza con información derivada a través de la supervisión del suministro, demanda, e inventario en reposo así como en movimiento.

## **Día de arriendo.**

La unidad básica usada para medir las proporciones de utilización de flotilla por compañías que están en el negocio de alquilar vehículos. El número total de días del arriendo registrado por las compañías de arriendo de camión comerciales es un indicador que mide la necesidad incremental del negocio para enviar productos.

## **Destinatario.**

La persona a la que se le envían mercaderías, según lo estipulado en el correspondiente contrato.

## **Distribución.**

Es el reparto de productos y servicios. instrumento de marketing que relaciona la producción con el consumo donde su misión es poner el producto a disposición del consumidor final en la cantidad demandada, en el momento en que lo necesite y en el lugar donde desea adquirirlo.

## **Entrada o Recepción.**

Acta, ejecutada por un cliente y su proveedor, sobre la correspondencia entre un pedido y el suministro correspondiente.

