La innovación en la idea/prototipo TAR-get se identifica con el concepto del Manual Oslo, las mejoras en el servicio se hacen de manera incremental como valor agregado a los servicios que se ofrecen. La innovación en el mercado de esta idea es fundamental puesto que la propagación de la información de los servicios se relaciona con el uso del Internet y los medios de comunicación que convergen con la red de área extensa.

El enfoque de los servicios es la atención al cliente, ofrecer solución a su necesidad, el conjunto de este enfoque y la experiencia que tiene el cliente es el resultado de un proceso de análisis de los beneficios que vende un servicio.

En TAR-get nuestro fuerte es vender los beneficios de nuestros servicios.

Nuestra innovación es lo anterior sumado a un beneficio reciproco en el que a través de un servicio gratuito bajo ciertas condiciones se brida una solución al cliente y a la vez una forma de hacernos conocer y fidelizar clientes.

Somos conscientes de que la innovación como lo dice la conclusión del texto es un reto que implica mejorar continuamente hacia más servicios de calidad.