

Actividad | #1 | Desarrollo de Estrategias Innovadoras **Desarrollo** de Estrategias Innovadoras

Ingeniería en Desarrollo de Software



TUTOR: Humberto de Jesús Ortega Vázquez

ALUMNO: Pilar Barajas Cervantes

FECHA: 19/09/2025

Preguntas

¿Cuál es el objetivo?

Tener más clientes leales agradeciendo la preferencia obteniendo muchas más recomendaciones llegando hacer una empresa 1-no en el mercado.

¿Quiénes son los clientes?

Son los que solicitan la tarjeta para comprar productos en tienda y que buscan crédito accesible.

¿Cuál es la oferta y / o producto servicio de la organización?

Crédito accesible, promociones de préstamo y sorteos.

Modelo CANVA

Mi modelo canva está diseñado en la estrategia de tarjetas departamentales, donde para la empresa sea un proyecto algo innovador, algo único donde se pretende desarrollar estrategias innovadoras que permitan generar ventajas competitivas ante el mercado.

Nombre del negocio		Nombre de la empresa	Nombre emprendedor	Fecha
Proyecto tarjetas departamentales		La vida es vella	Pilar Barajas	19/09/2025
8	7	1	4	2
Socios Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relación con el cliente	Segmento de Cliente
Provedores	Promociones de Servicio	Tarjetas departamentales	Atención en tienda	Personas interesadas que buscan tener historial crediticio para trámites futuros
Alianzas con Empresas	Innovación Gestión de riesgo crediticio	Innovadoras Digitales Sostenibles Financieras	Soporte Asesoría Programas de lealtad	
	6		3	
	Recursos Claves		Canales	
	Equipo Marketin Empleados capacitados		Redes sociales(SMS, Facebook) Tienda fisica Página Online TV y Radio	
	9		5	
	Estructura de Costos		Flujo de Imgresos	
	Salario de empleados Mantenimiento de local Gastos de pagina online Luz Publicidad Costos operativos en atencion al cliente		Tarjeta Efectivo Pagos en línea	

Estrategia guiada por el mercado

Mi proyecto trata sobre la creación de las tarjetas departamentales, donde el trámite sea fácil y sencillo para las personas que buscan generar historial crediticio, que puedan ofrecer pagos accesibles, tasas competitivas, promociones en temporadas claves, membrecías, descuentos y envíos gratis. Donde el cliente mediante su aplicación móvil pueda dar seguimiento de saldo, pagos en línea y ofertas en tiempo real, donde el beneficio de ser cliente puntual sea tener promociones basadas en su historial de compras. Donde la tarjeta funcione con facilidad en tienda física y Marketplace, donde el cliente pueda tener opciones de veneficios ecológicos, donde en cada compra que el realice acumule puntos canjeables por productos para poder crear fidelidad a través de experiencias personalizadas y digitales.

Estrategia guiada por la tecnología

Una estrategia guiada por la tecnología aplicada al mercado de tarjetas departamentales es que busca aprovechar innovaciones digitales para genera valor tanto para el cliente como para la empresa emisora. Con esto, una tarjeta departamental deja de ser un solo instrumento de crédito y se convierte en una plataforma digital de fidelización y experiencias. El objetivo central es convertir la tarjeta en una plataforma que:

- **Simplifique el acceso al crédito**
- **Potencie la experiencia de compra.**
- **Fidelize al cliente con veneficios personalizados**
- **Optimice la gestión de riesgo y cobranza**

Componentes tecnológicos

Onboarding digital

- **Solicitud 100% en línea de la app diseñada por la empresa**
- **Validación de identidad con biometría facial (INE más reconocimiento facial)**
- **Firma digital para contratos**
- **Entrega inmediata de tarjeta virtual para usar en e-commerce**

Aplicación móvil come eje central

- **Activación de pago inmediato desde la app sin acudir a caja**
- **Pago con QR en tiendas físicas**
- **Notificaciones push de promociones relevantes descuentos en departamentos que el cliente frecuenta**

Innovaciones a mediano plazo

- **Token de tarjetas: seguridad mejorada en compras digitales**
- **Contratos inteligentes: para programas de lealtad (canje de puntos en diferentes aliados)**
- **Asistencia virtual con IA para poder responder dudas 24/7 y procesar pagos desde voz o chat.**

- **Algoritmos que realizan comportamientos de compras para:**
- **Ajustar el límite de crédito dinámicamente**
- **Recordar productos o servicios personalizados**
- **Predecir riesgo de incumplimiento**
- **IA antifraude que detecte patrones anómalos en tiempo real.**

Gobernanza de datos

¿Qué datos son importantes para la empresa o para los potenciales clientes de datos?

Los usuarios valoran información que les de confianza y claridad

- 1. Costos y condiciones: tasas de intereses y CAT, cargos por anualidad**
- 2. Beneficios financieros: meses sin intereses, descuentos, descuentos y recompensas.**
- 3. Seguridad: protección contra fraudes**
- 4. Transparencia y confianza: contratos, claridad en promociones.**

Las empresas buscan información que les permita conocer más a los clientes

- 1. Datos personales: Edad, ingresos, estado civil ocupación**
- 2. Datos financieros: Historial crediticio buro, ingresos comprobables**
- 3. Datos de satisfacción: encuestas de satisfacción.**

¿La capacidad de datos almacenados pueden aumentar el valor global de la empresa?

Si, la capacidad de almacenamiento de datos puede aumentar el valor global de la empresa, siempre que este acompañada de una estrategia clara de análisis, seguridad y aprovechamiento comercial, ya que los datos no son valiosos por sí mismo si no por el uso que se les da.

¿La empresa/ proyecto puede crear valor adicional a partir de los datos, ya sea vendiéndolos a los clientes u otras partes interesadas?

Si los proyectos y empresas pueden crear valor adicional con los datos ya sea

Directamente: (vender información agregada a terceros)

Indirectamente: (usar los datos para mejorar sus propios productos, fidelizar clientes)

La clave está en hacerlo de forma segura, transparente y dentro del marco legal.