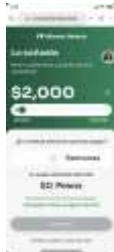


Observación	Pantalla Anterior	Modificación
☐ Se reemplazó la promesa de tiempo por un beneficio real del flujo. El nuevo mensaje prepara al usuario para personalizar su préstamo (monto y plazo), generando expectativas alineadas con los siguientes pasos de la experiencia.		
☐ Hogar: Engloba mejor esta y otras subcategorías. Con este ajuste la nomenclatura queda más clara, escalable y consistente.		
☐ "Hagámoslo posible" funciona tanto para: una moto; una emergencia; un negocio; pagar una deuda; comprar un refrigerador. Es una consecuencia natural de la pantalla anterior.		
☐ Se adaptó el subhead más orientado al tono y voz de la OU, este nuevo texto: - Reconoce que el usuario ya avanzó. - Reduce la carga del formulario. - No dice que la solicitud "empieza".		

- ☐ Se eliminó "Tómate tu tiempo" por no aportar a la tarea principal. El nuevo copy prioriza una instrucción clara y reduce la carga cognitiva.



- ☐ Son dos ideas separadas, por lo tanto va punto, no coma.



- ☐ Se reemplazaron headline y subhead por una redacción más neutral que comunica la misma situación sin atribuir el error directamente al usuario.



- ☐ Se sustituyó "el" por "su", para interpretar naturalmente que el número es del asesor.
- ☐ Cambié "Rectifícalo" por 'Verifícalo': se escuchaba muy técnico y no tenía coma o punto para separar las dos ideas.



- ☐ "Empezamos" rompe la continuidad porque da la sensación de que hasta ahora inicia el proceso.



"Gorras" por "Gorra": Nos estamos dirigiendo a una sola persona.



Se ajustó el copy para que se sienta más natural y directo. Al eliminar "con nosotros", el mensaje se enfoca en el beneficio para el usuario y mantiene la misma sensación de confianza.



"A mí como usuario me genera fricción si veo que algo llamado Solicitud Única quiere acceder a mi ubicación" - Ivár

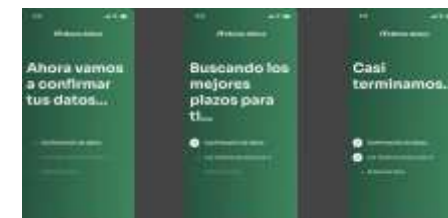
Se verá la posibilidad de cambiarlo por Banco Azteca.



Propuesta de Ivár. El usuario debe enfocar/ubicar la fachada de su domicilio.



Loader optimizado (de Botón de Pago, se adaptó a la OU). Propuesta de Mike.



- ☐ El nuevo copy comunica una oferta más clara y confiable. Al reemplazar "te podemos prestar hasta" por "ya tienes \$22,000 aprobados", se elimina la ambigüedad y se refuerza la certeza de la oferta disponible para el usuario.



- ☐ Transforma un requisito en un beneficio. En lugar de pedir al usuario que agende una visita, comunica que el asesor irá a su domicilio y explica de forma más clara el siguiente paso, reduciendo la percepción de fricción. (Propuesta de Mike mejorar el copy)



- ☐ Se adaptó el headline y subhead de Botón de Pago a la pantalla de agendamiento en OU.



- ☐ Se adaptó el headline y subhead de Botón de Pago a la pantalla de agendamiento en OU.



Línea Blanca por Hogar (Propuesta de Mike).

El copy que se encuentra debajo de las categorías es para Incentivar al usuario a que se dirija a la App de Banco Azteca.

- ☐

Se evitó cerrar la experiencia únicamente con el fin del trámite ("Completaste tu solicitud") y se dio continuidad a la relación con el usuario, reforzando el seguimiento por WhatsApp y los beneficios disponibles.



- ☐
- ☐
- ☐
- ☐

- ☐ Mover proceso de Reco Facial hasta la pantalla Oferta

