# Tuki Delivery

*Tu tienda en línea con lealtad integrada, lista para vender.*

CLAUDE ASSISTED ANALYSIS | TUKI REWARDS INSIDE

MARC · SEPTIEMBRE 2026 · TUKICARD.COM

BIENVENIDA

# Tu canal directo de venta, con tu programa de lealtad adentro.

Tuki Delivery es la tienda en línea de tu comercio: pedidos a domicilio y para recoger, pagos con tarjeta y efectivo, y el programa de lealtad Tuki operando de forma nativa en cada pedido — puntos, recompensas, cupones y pago con puntos, sin intermediarios y sin comisiones de marketplaces.

### Dirigido a

Dueños y gerentes de comercios que operan Tuki, personal de mostrador y cocina que atiende los pedidos en el Tablero de Órdenes, y responsables de marketing que administran el menú, las promociones y los reportes. No se requieren conocimientos técnicos: la integración y la puesta en marcha las realiza el equipo Tuki.

### Objetivo del manual

Que cualquier persona del comercio entienda cómo compra el cliente, cómo se atiende un pedido de principio a fin, cómo se administra la tienda y cómo aprovechar la lealtad Tuki para vender más. Las pantallas de ejemplo corresponden a Bubayou Cajún Grill, el primer comercio en operar Tuki Delivery en producción.

ÍNDICE

# Lo que vas a encontrar.


**01** **El producto**
Qué es Tuki Delivery, los tres paneles y cómo se conecta con tu programa Tuki.

**02** **La experiencia del cliente**
Menú, cuenta Tuki, recompensas en la tienda, carrito, checkout y seguimiento en vivo.

**03** **Operación diaria**
El Tablero de Órdenes: alarma de pedidos nuevos, etapas, cobro y WhatsApp al repartidor.

**04** **Administración**
Productos, promociones modelo POS, usuarios cajeros y reportes con comparativos.

**05** **Lealtad en acción**
Cómo acumulan y canjean tus clientes, y cómo convertir puntos en recompra.

**06** **Puesta en marcha y soporte**
Lo que tu comercio necesita para arrancar, y a quién acudir cuando algo no cuadra.


***Aviso de responsabilidad y alcance.*** *Este manual describe el funcionamiento de Tuki Delivery con base en su versión vigente al momento de su publicación. Las pantallas, opciones y comportamientos pueden variar con futuras actualizaciones, y ciertos módulos (sucursales múltiples, notificaciones automáticas por WhatsApp) se encuentran en desarrollo. Para procedimientos operativos críticos, verifica el comportamiento vigente de tu tienda y consulta a soporte cuando corresponda.*


*Documento elaborado por Tuki — MARC (Mobile Ads and Rewards Corporation), septiembre de 2026. Alineado al Tuki Brand Book v1.1.*

01

PARTE UNO

# El producto.

Qué es Tuki Delivery, cómo está armado y por qué tu programa de lealtad vive adentro de cada pedido.

CAPÍTULO · 1.1

# Qué es Tuki Delivery.

Una tienda en línea propia — no un marketplace — con el programa de lealtad Tuki operando de forma nativa.

Tuki Delivery es el canal de venta en línea para comercios que operan Tuki. Es una tienda con el dominio y la imagen de tu marca, donde tus clientes arman su pedido, eligen entrega a domicilio o para recoger, pagan con tarjeta o en efectivo, y siguen su pedido en vivo hasta la entrega. La diferencia con cualquier otra solución de pedidos en línea está en el corazón: **el programa de lealtad Tuki no es un agregado, es parte del flujo de compra**. El cliente inicia sesión con su cuenta Tuki, ve su saldo de puntos, canjea recompensas y cupones directamente en el menú, paga con puntos si quiere, y acumula automáticamente con cada pedido pagado.

A diferencia de los marketplaces de comida, en Tuki Delivery el comercio conserva tres activos que en otras plataformas se pierden: **el margen** (no hay comisión de intermediación sobre la venta), **la relación** (el cliente es tuyo, con su historial y sus datos de entrega) y **la lealtad** (cada pedido alimenta tu programa Tuki, no el programa de un tercero).

### Lo que incluye tu tienda

**Catálogo completo** con categorías, fotos, precios por canal (domicilio / mostrador), modificadores y extras.

**Entrega a domicilio** con cálculo de ruta y costo de envío por distancia, o **pedido para recoger** en mostrador.

**Pagos** con tarjeta en línea (procesados por Stripe — el comercio nunca ve la tarjeta) o efectivo contra entrega.

**Lealtad Tuki nativa**: sesión con cuenta Tuki, saldo, recompensas, cupones, pago con puntos y acumulación automática.

**Tablero de Órdenes** en vivo para la operación y **Panel de Administración** con reportes comparativos.

LA IDEA EN UNA FRASE

## Vender directo, premiar directo.

Cada pedido que entra por tu tienda fortalece tu programa de lealtad, y cada punto que tu cliente acumula le da una razón para volver a pedirte a ti — no a un marketplace.

CAPÍTULO · 1.2

# Los tres paneles.

Tienda, Tablero de Órdenes y Administración: cada rol del comercio tiene su lugar.

### Referencia rápida

**La Tienda.** pedidos.tucomercio.mx — donde compra el cliente. Pública, optimizada para celular.

**Tablero de Órdenes.** pedidos.tucomercio.mx/ops — donde el equipo atiende los pedidos en vivo. Acceso con usuario cajero.

**Administración.** pedidos.tucomercio.mx/admin — productos, promociones, cajeros y reportes. Acceso del dueño o gerente.

Tuki Delivery se opera desde tres pantallas, cada una pensada para quien la usa. La **Tienda** es la cara pública: el menú, el carrito y el checkout que ve tu cliente desde su celular. El **Tablero de Órdenes** es la pantalla de la operación — una tableta o computadora en cocina o mostrador donde los pedidos aparecen al instante, suenan, y avanzan por etapas hasta entregarse. El **Panel de Administración** es la oficina: ahí viven el catálogo, las promociones, los usuarios cajeros y los reportes.

## El viaje de un pedido

1. El cliente arma su pedido en la tienda, elige domicilio o recoger, y paga (tarjeta en línea, efectivo, o puntos Tuki).

2. El pedido aparece al instante en el Tablero de Órdenes con una **alarma sonora persistente** — ningún pedido se pierde.

3. El equipo lo avanza por etapas: **Nueva** → **En preparación** → **En camino / Lista** → **Entregada**. Cada etapa queda registrada con su hora.

4. El cliente ve el avance en vivo desde su celular, sin llamar al comercio.

5. Al confirmarse el pago, Tuki Delivery **notifica la transacción a Tuki** con el detalle de productos: los puntos del cliente se acumulan solos.

### Nota para el equipo

Nadie del comercio captura pedidos a mano ni copia tickets a otro sistema: la tienda, el tablero y la lealtad Tuki comparten la misma información en tiempo real.

CAPÍTULO · 1.3

# Cómo se conecta con tu programa Tuki.

Una sola cuenta, un solo catálogo de recompensas, y el comercio siempre al mando de sus promociones.

Tu cliente no necesita crear una cuenta nueva: **inicia sesión con su cuenta Tuki de siempre**. Al tocar el acceso de Rewards, la tienda lo lleva a la página segura de Tuki para identificarse (con correo, Facebook o Apple) y regresa a la tienda con su sesión activa: su nombre, su tarjeta, su nivel y su saldo de puntos.

Las recompensas y cupones que el cliente ve en la tienda son **los mismos de tu Panel Tuki**. La tienda funciona como un punto de venta más de tu programa: cuando el cliente canjea, Tuki cobra los puntos y le indica a la tienda el código de la promoción; la tienda aplica la mecánica que tú definiste para ese código — un producto gratis, un porcentaje de descuento, un 2×1. En la Parte 4 verás cómo dar de alta promociones con este modelo.

### Las reglas del programa en Delivery

**Acumulación automática.** Cada pedido pagado se notifica a Tuki con su detalle de productos. El porcentaje de puntos lo define tu programa en Tuki (puede variar por nivel o grupo de afiliados) sobre lo efectivamente pagado en dinero.

**Pago con puntos.** 1 punto = $1. El cliente puede pagar toda la cuenta, todo su saldo, u otra cantidad.

**Reserva inteligente.** Los puntos y recompensas canjeados quedan reservados y solo se descuentan cuando el cobro se confirma; si el pago falla o el pedido se cancela, regresan a la cuenta del cliente.

02

PARTE DOS

# La experiencia del cliente.

De abrir el menú a recibir su pedido: el recorrido completo de compra, con la lealtad Tuki presente en cada paso.

CAPÍTULO·2.1

# El menú y el pedido.

Una tienda pensada para el celular: categorías claras, fotos reales y modificadores sin fricción.

La tienda abre directo en el menú, con la barra de categorías siempre visible y el conmutador **Domicilio / Recoger** al alcance. Los precios se muestran según el canal elegido — un mismo producto puede tener precio de mostrador y precio a domicilio — y los productos no disponibles en el canal activo se marcan u ocultan solos.

Al tocar un producto se abre su ficha con los grupos de opciones que tú definas: guarniciones a elegir, bebida incluida, sabores, extras con costo. Los grupos obligatorios se marcan y el botón de agregar no se activa hasta completarlos — el pedido llega a cocina sin ambigüedades. Las opciones pueden sumar o restar al precio (por ejemplo: sin bebida −$10, presentación grande +$10) y el total se recalcula en vivo.

### Detalles que venden

**Horario de tienda.** Fuera de horario, la tienda lo dice con claridad y no permite pagar — cero pedidos fantasma.

**Notas por platillo.** El cliente puede escribir indicaciones (sin cebolla, término de la carne) que llegan tal cual al tablero.

**Zona de entrega.** El costo de envío se calcula por distancia real de ruta; fuera de zona, la tienda lo avisa antes de pagar.

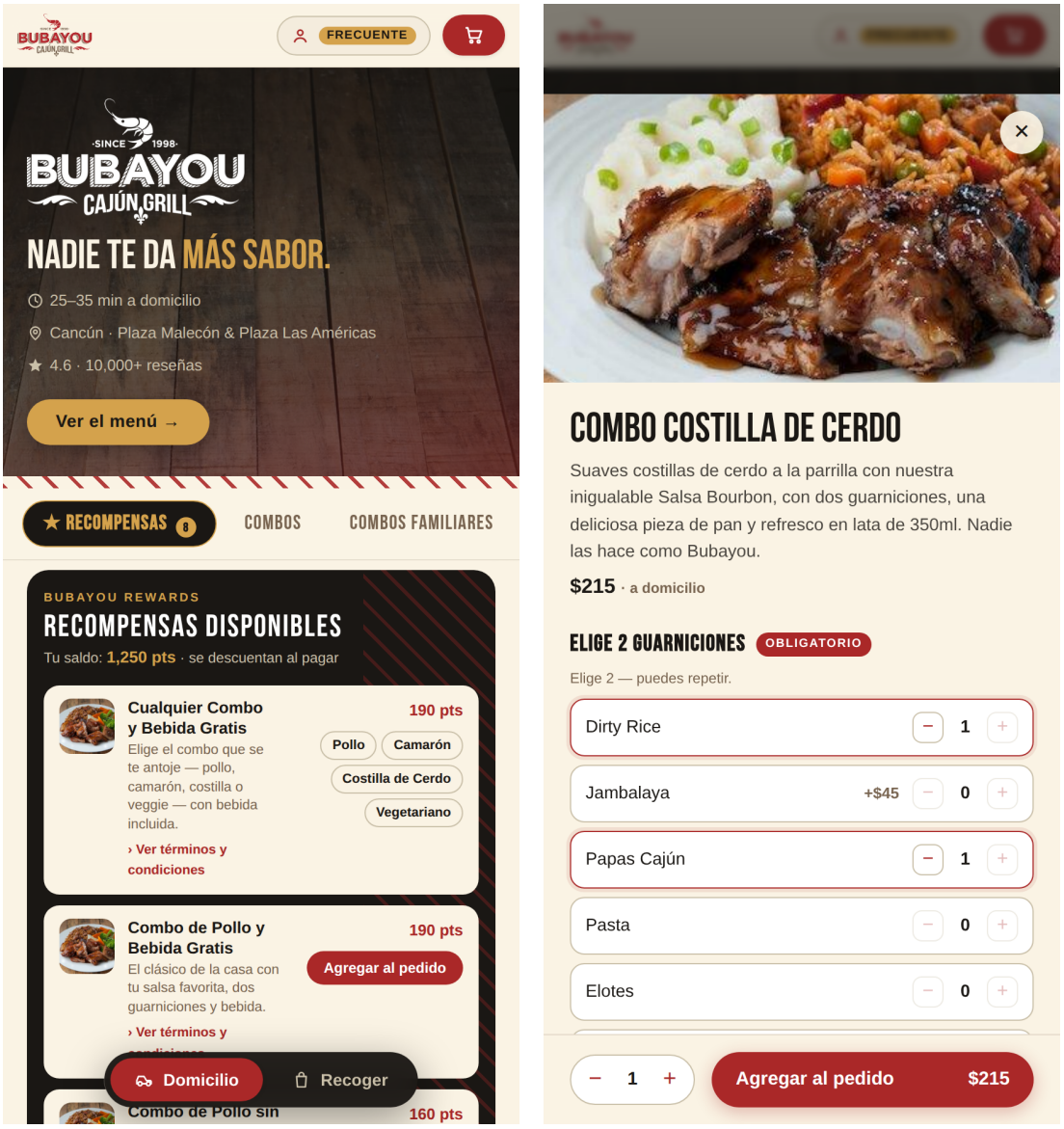


*Figura 2.1 La tienda de Bubayou: menú con la barra de categorías (izquierda) y ficha de producto con guarniciones, bebida incluida y sabor (derecha).*

CAPÍTULO · 2.2

# La cuenta Tuki dentro de la tienda.

Iniciar sesión con Tuki convierte la tienda en una extensión del programa de lealtad.

El acceso de Rewards vive en el encabezado de la tienda. Un cliente sin sesión ve la invitación a entrar con su cuenta de lealtad; al tocarla, la tienda lo lleva a la página segura de Tuki, se identifica como siempre (correo, Facebook o Apple) y regresa con su sesión activa. Desde ese momento, su tarjeta de cuenta muestra su nombre, su correo, su número de tarjeta Tuki, su nivel y sus **puntos disponibles**.

Con sesión iniciada, la tienda gana una sección nueva al inicio del menú: **Recompensas disponibles**. Solo aparece cuando el afiliado tiene algo que canjear — un invitado o un afiliado sin recompensas ve el menú normal, sin ruido. Cada tarjeta muestra su costo en puntos o su etiqueta de cupón sin costo, y un botón para agregarla directamente al pedido.

### Los estados de una recompensa en el menú

**Canjeable.** Botón activo «Agregar al pedido»; si la recompensa permite elegir producto de una categoría, el selector aparece ahí mismo.

**Cupón sin costo.** Etiqueta verde y botón «Usar en este pedido»; los cupones son de un solo uso.

**Puntos insuficientes.** Tarjeta atenuada con «Te faltan X pts» y una barra de progreso — la recompensa se vuelve una meta visible que empuja la recompra.

**En tu pedido  / Usado .** Lo ya canjeado se marca para evitar duplicados; quitarlo del carrito lo libera de nuevo.

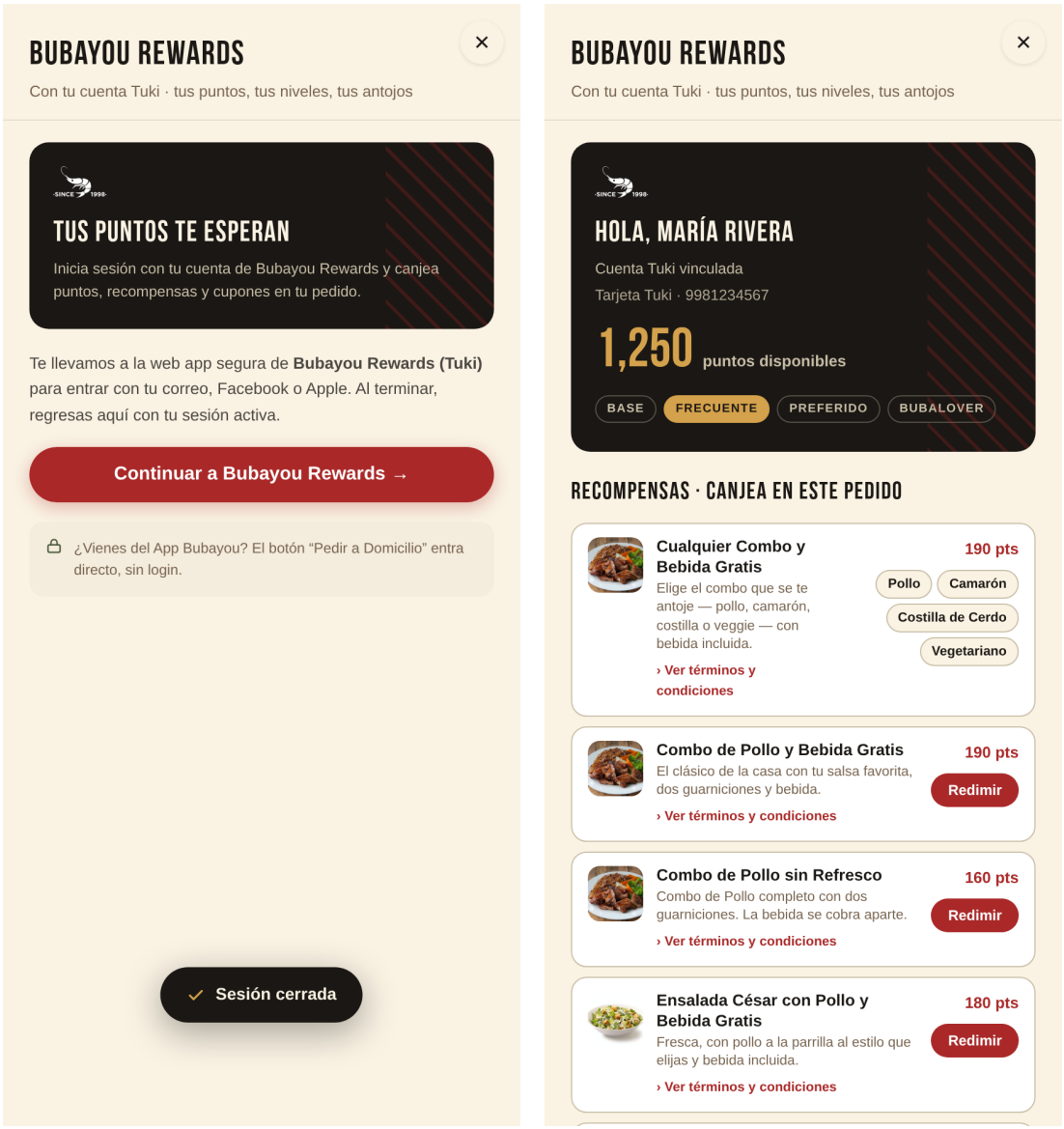


*Figura 2.2 Invitación a iniciar sesión (izquierda) y panel Rewards con la tarjeta de cuenta, niveles del programa y recompensas (derecha).*

CAPÍTULO · 2.3

# Carrito, canjes y checkout.

Todo transparente: qué se paga con dinero, qué con puntos, y qué sale gratis.

En el carrito, cada canje se distingue de un producto pagado: la línea entra en **$0** con la etiqueta «RECOMPENSA» y su costo en puntos, y el resumen desglosa recompensas, cupones y descuentos antes del total. El cliente siempre sabe qué está pagando y qué le regaló su lealtad.

El checkout pide lo mínimo: nombre y teléfono, la dirección si es a domicilio (con mapa y referencias; la tienda recuerda la última dirección del afiliado), la forma de pago, y — si hay sesión Tuki — la decisión sobre los puntos.

## Formas de pago

- **Tarjeta en línea.** El cobro lo procesa Stripe en su página segura; el comercio nunca ve los datos de la tarjeta.
- **Efectivo al recibir.** El pedido viaja marcado «POR COBRAR» en el tablero y el cliente indica con cuánto paga.
- **Puntos Tuki.** 1 punto = $1: toda la cuenta, todo el saldo disponible, u otra cantidad. Si los puntos cubren el total, no se pide tarjeta.

### La reserva de puntos

Al canjear o pagar con puntos, el saldo se **reserva** pero no se cobra: el cargo a la cuenta Tuki solo se confirma cuando el pago del pedido se confirma. Si la tarjeta es rechazada o el pedido se cancela, los puntos regresan íntegros. El cliente lo ve escrito en el propio checkout.

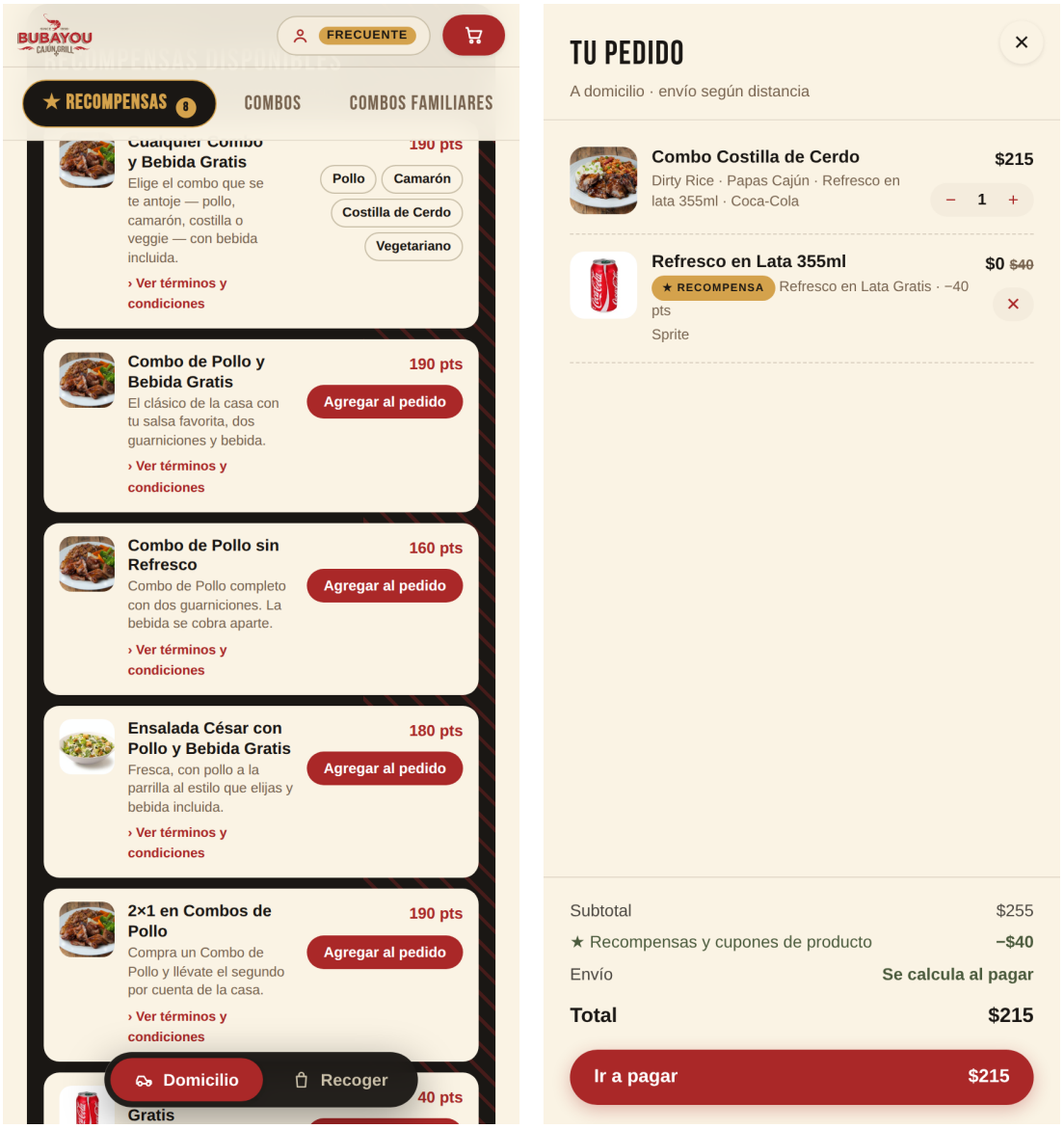


*Figura 2.3 La sección «Recompensas disponibles» al inicio del menú (izquierda) y el carrito con una recompensa canjeada en $0 y el desglose de descuentos (derecha).*

CAPÍTULO·2.4

# Seguimiento en vivo y entrega.

El cliente acompaña su pedido sin llamar al comercio.

Desde que paga, el cliente tiene un botón de seguimiento con su folio. La vista de rastreo muestra las etapas del pedido — recibido, en preparación, en camino o listo para recoger, entregado — y se actualiza sola conforme el tablero avanza el pedido. Cada minuto que tu equipo registra bien una etapa es una llamada que el mostrador no tiene que contestar.

Al marcarse como entregado, la vista de seguimiento ofrece al cliente el acceso de **facturación** con los datos de su consumo, y la tienda mantiene un enlace de facturación permanente en el pie de página. La acumulación de puntos ya ocurrió sola: no hay ticket que escanear ni código que capturar.

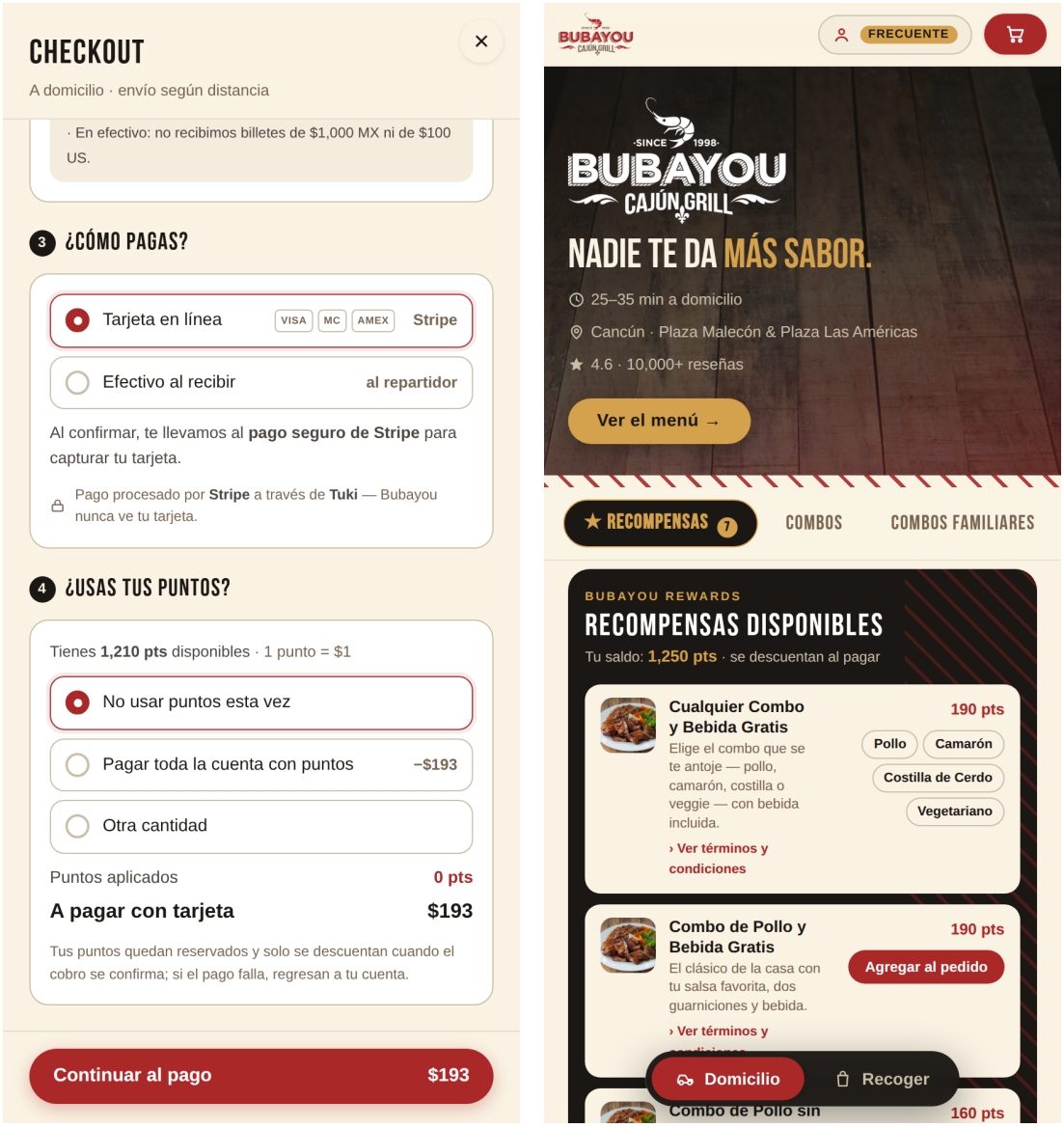


*Figura 2.4 El checkout con pago con puntos (izquierda) y el seguimiento del pedido en vivo (derecha).*

03

PARTE TRES

# Operación diaria.

El Tablero de Órdenes: la pantalla que atiende los pedidos en vivo, de la alarma del primer pedido a la entrega.

CAPÍTULO · 3.1

# Acceso al Tablero de Órdenes.

Cada cajero con su usuario; el gerente con la llave maestra.

El Tablero vive en **/ops** y está protegido: cada persona del equipo entra con su **usuario de cajero** (creado por el administrador en el panel de Administración — Capítulo 4.3) y su contraseña. Existe además una **llave maestra** del comercio para el dueño o gerente: se usa dejando el campo de usuario vacío.

***Figura 3.1*** *Acceso al Tablero: usuario de cajero y contraseña.*

### Recomendación de operación

Da de alta un usuario por persona (no un usuario compartido «caja»): si alguien deja el equipo, desactivas su usuario sin cambiar contraseñas de los demás, y conservas la llave maestra solo para gerencia.

El tablero está pensado para vivir **abierto todo el turno** en una tableta o computadora del mostrador o la cocina. Al abrirlo, toca la pantalla una vez (cualquier toque sirve): con eso el navegador queda autorizado para reproducir la alarma sonora de pedidos nuevos.

CAPÍTULO · 3.2

# El tablero en vivo.

Columnas por etapa, alarma persistente y toda la información del pedido a un vistazo.

Los pedidos entran a la columna **NUEVAS** en el instante en que el cliente paga (o confirma, si eligió efectivo). Cada tarjeta de pedido muestra el folio, cuánto tiempo lleva, si es **DOMICILIO** o **RECOGER**, si está **PAGADO** o **POR COBRAR**, y el detalle completo: productos con sus modificadores, notas del cliente, dirección con referencias, y los canjes Tuki aplicados.

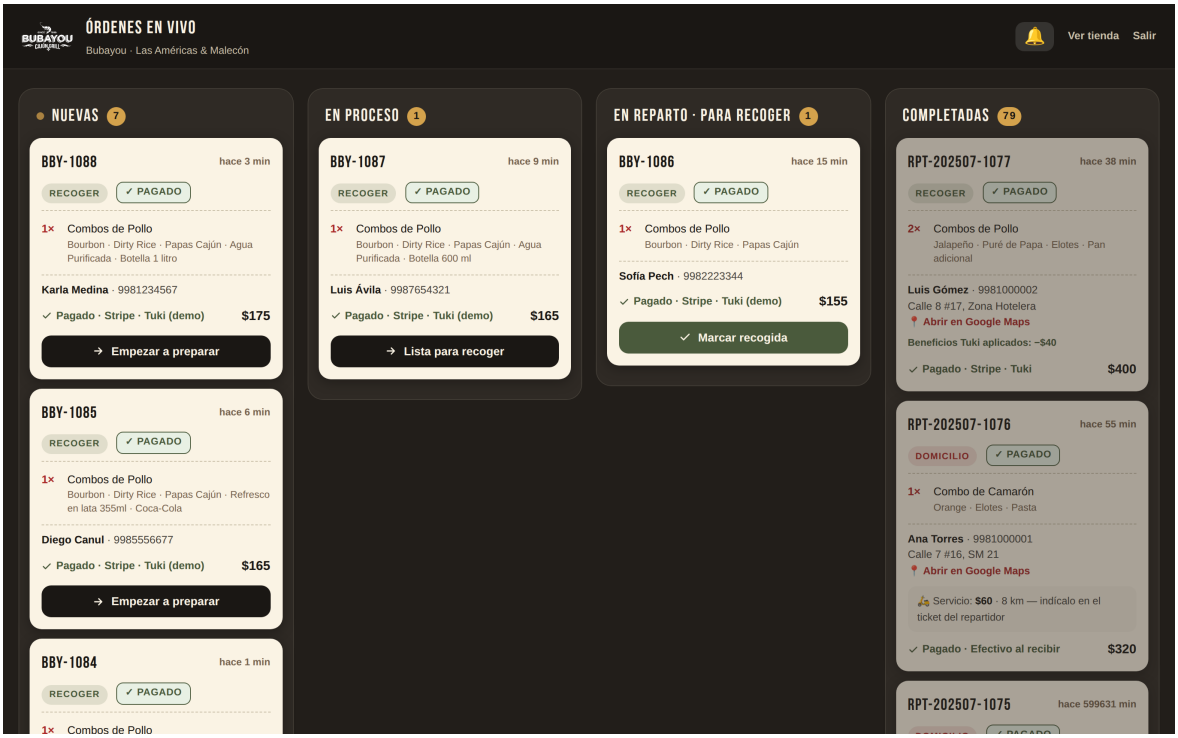


*Figura 3.2 El Tablero de Órdenes de Bubayou con pedidos en distintas etapas. La campana de la esquina activa o silencia la alarma sonora.*

## Atender un pedido, paso a paso

1. **Suena la alarma.** Un pedido nuevo dispara un campanazo que se repite hasta que alguien lo atiende — además, el título de la pestaña parpadea. Toca **ATENDER** para silenciarla.

2. **Revisa la tarjeta.** Verifica productos, modificadores y notas. Si es a domicilio, la dirección trae enlace directo al mapa.

3. **Avanza la etapa.** Toca el botón de la tarjeta para moverla: **En preparación** cuando entra a cocina, **En camino** (o **Lista** si es para recoger) cuando sale, **Entregada** al cerrar. Cada cambio queda registrado con su hora y alimenta los reportes de tiempos.

4. **Envía al repartidor.** El botón de **WhatsApp** genera el mensaje completo del pedido — productos, dirección, enlace de mapa, y si hay que cobrar en efectivo (y con cuánto paga el cliente) — listo para

reenviar al repartidor o al servicio de entrega.

> **La regla de oro del tablero**
>
> El tablero es la **fuente de verdad** del cliente: lo que tu equipo marca es exactamente lo que el cliente ve en su seguimiento en vivo. Un tablero bien llevado son menos llamadas, mejores reportes de tiempos, y clientes que confían en pedir de nuevo.

CAPÍTULO · 3.3

# Cobros, efectivo y cancelaciones.

Qué se confirma solo, qué cobra tu equipo, y cómo deshacer.

- **Pedidos con tarjeta.** Se confirman solos: la tienda verifica el cobro con Stripe y el pedido entra ya marcado PAGADO. Tu equipo no toca dinero ni concilia nada a mano.
- **Pedidos en efectivo.** Entran marcados POR COBRAR con la cantidad con la que paga el cliente. El repartidor (o el mostrador, si es para recoger) cobra al entregar; el mensaje de WhatsApp al repartidor ya lo indica.
- **Pago con puntos.** Llega como pago confirmado — Tuki ya cobró los puntos al confirmarse el pedido. En el detalle de la tarjeta se distingue cuánto se cubrió con puntos y cuánto con dinero.
- **Cancelaciones.** Un pedido cancelado libera automáticamente los puntos y recompensas reservados del cliente. Los cobros con tarjeta se reembolsan desde el panel de Stripe del comercio.

### Si la tienda se queda sin conexión con Tuki

La venta **nunca se bloquea** por un problema de comunicación con la plataforma de lealtad: el pedido se cobra y se atiende normal, y la acumulación de puntos queda en cola para reintentarse sola. El cliente no pierde ni el pedido ni sus puntos.

CAPÍTULO·3.4

# El Corte del día.

Los números del cierre de caja — y el retiro que hace cuadrar el efectivo.

En la barra superior del Tablero vive el botón **Corte**. Abre el resumen del día (con pestañas **Hoy** y **Ayer**) pensado para una sola cosa: que el cierre de caja cuadre al centavo, aun cuando el punto de venta del comercio no distinga los movimientos de Delivery.

## Cómo leer cada línea

- **Pedidos del día** — cuántos se vendieron, divididos en domicilio y para recoger.
- **Cobrado en EFECTIVO** — lo que el repartidor o el mostrador cobró en mano. Este dinero **entra** a la caja.
- **Pagado EN LÍNEA** — lo cobrado con tarjeta o puntos por la tienda. Este dinero **no toca la caja**: se deposita directo a la cuenta del comercio.
- **Descuentos otorgados** — todo lo que el comercio regaló ese día: promociones y cupones por un lado, y el Descuento General por el otro. Es la explicación de por qué la venta cobrada es menor que el precio de lista.
- **RESTA DEL EFECTIVO — pagado a repartidores** — la línea clave: la suma de los envíos de los pedidos a domicilio **pagados en línea**, con sus folios. El cliente ya pagó ese envío con tarjeta, pero el cajero se lo entrega al repartidor **en efectivo** — por eso ese monto debe restarse del efectivo a entregar al final del día.

## El procedimiento del cierre, en dos pasos

1. Al hacer el corte, abre **Corte** y toma el monto de **RESTA DEL EFECTIVO**.
2. Registra en tu punto de venta **un retiro de caja** por ese monto, con el concepto «Pago repartidores Delivery». Con ese único movimiento, el efectivo contado y el reporte del POS cuadran.

> **Los envíos en efectivo no se restan**
>
> Cuando el pedido se paga en efectivo, el envío viene dentro del dinero que el repartidor entrega en caja — no hay nada que restar. El corte solo resta los envíos de pedidos **pagados en línea**. Si el día tuvo pedidos pagados y luego cancelados, el corte los marca para vigilar su reembolso.

04

PARTE CUATRO

# Administración.

El panel del dueño: catálogo, promociones modelo POS, usuarios cajeros y reportes con comparativos.

CAPÍTULO · 4.1

# Productos y menú.

El catálogo completo de la tienda, editable sin tocar código.

La pestaña **Productos** del panel de Administración es el menú vivo de tu tienda: categorías, nombres, descripciones, fotos, precios por canal (domicilio y mostrador pueden diferir), etiquetas (nuevo, favorito, picante) y disponibilidad. Apagar un producto agotado toma un toque y desaparece de la tienda al instante — sin llamadas de clientes pidiendo lo que no hay.

Cada producto define sus **grupos de modificadores**: opciones únicas u múltiples, obligatorias u opcionales, con o sin costo extra, y con reglas encadenadas (por ejemplo: el sabor del refresco solo aparece si el cliente eligió refresco; la presentación del agua solo si eligió agua). Los precios de las opciones pueden sumar o restar, lo que permite políticas como «bebida incluida, sin bebida −$10».

### El SKU: la llave de todo

Cada producto lleva un **SKU** — su clave única. Ese SKU viaja a Tuki en cada acumulación (para que tu programa sepa qué compró el afiliado), identifica el producto en las promociones, y ordena los reportes de top de productos. Definir buenos SKUs desde el inicio paga dividendos.

### Importar el menú desde tu punto de venta

Si tu comercio tiene un punto de venta integrado con catálogo (como Soft Restaurant), la pestaña Productos muestra el botón **Importar menú del POS**: un clic trae categorías, productos, precios y modificadores directo de tu sistema, y **reemplaza** el catálogo de la tienda por el del POS. Es la forma más rápida de arrancar — después solo agregas fotos y descripciones. Antes de importar, usa **Probar conexión** en Sucursales para confirmar que el POS responde.

CAPÍTULO · 4.2

# Promociones: el modelo POS.

Un mismo código en el Panel Tuki y en tu tienda; la mecánica la define el comercio.

En el ecosistema Tuki, cuando hay integración, **el punto de venta manda**: las recompensas y cupones se crean en el Panel Tuki (con su costo en puntos, su vigencia y su imagen), pero la mecánica comercial — qué se regala, qué se descuenta, qué se cobra — vive en el punto de venta. En Tuki Delivery, **tu tienda es el punto de venta**: la pestaña **Promociones · Tuki** es el catálogo de mecánicas, y el **código** es el puente.

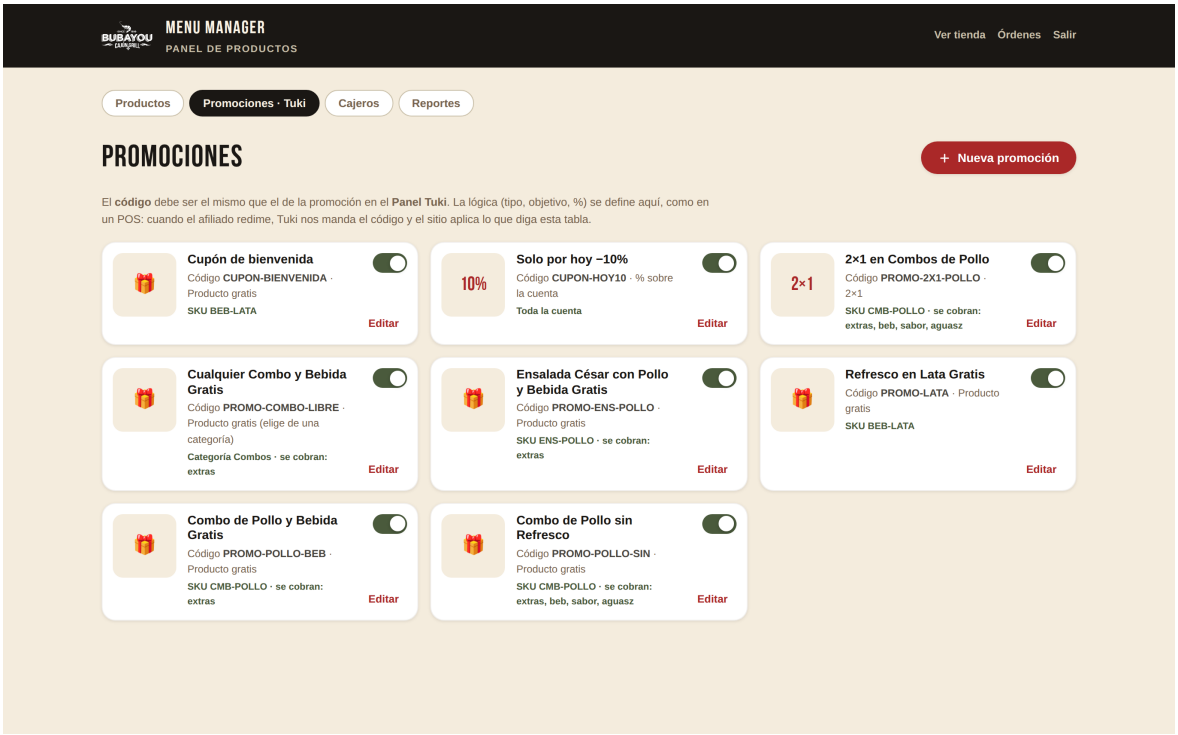


*Figura 4.1 El catálogo de promociones de Bubayou: cada tarjeta define la mecánica de un código — producto gratis, % de descuento, 2×1 — y qué grupos sí se cobran (extras, bebidas).*

## Tipos de mecánica disponibles

- **% sobre la cuenta** — descuento porcentual a todo el pedido (ej. «Solo por hoy −10%»).
- **% sobre producto o categoría** — descuento dirigido a un SKU o a toda una categoría.
- **Producto gratis** — un SKU específico en $0, o «elige de una categoría» para dejar escoger al cliente.
- **2×1 y 3×2** — el de menor precio en cortesía, exigiendo los productos pagados en el carrito.
- **Exclusiones** — grupos que sí se cobran aunque el producto salga gratis (típicamente los extras).

## Alta de una promoción nueva, de principio a fin

1. Define la mecánica en **Administración → Promociones**: nombre, código (ej. PROMO-POSTRE), tipo, objetivo (SKU o categoría) y exclusiones.

2. Crea la recompensa o cupón en el **Panel Tuki** con su costo en puntos, vigencia e imagen — y captura **el mismo código en el campo SKU** de la recompensa.

3. Listo. No hay paso tres: cuando un afiliado canjee, Tuki cobra los puntos, envía el código, y la tienda aplica la mecánica que definiste.

### La regla que no se rompe

**El código debe ser idéntico en ambos paneles.** Una recompensa en el Panel Tuki sin código capturado (o con un código que no existe en tu catálogo de promociones) no se muestra en la tienda: sin mecánica definida, la tienda prefiere ocultarla antes que prometer algo que no puede aplicar. Primero la promoción en Administración, después el código en Tuki — nunca al revés.

## El Descuento General a Domicilio

Además de las promociones por código, la pestaña incluye el **Descuento General**: un porcentaje sobre toda la cuenta, exclusivo para clientes **con sesión iniciada** en pedidos **a domicilio**. Cuando está activo, los precios se muestran tachados con el precio con descuento al lado — y a los visitantes sin sesión la tienda les muestra sola un aviso («Inicia sesión en [tu programa] y ahorra X% a domicilio») que abre el registro: el descuento trabaja también como motor de afiliación.

- **Porcentaje y vigencia.** Define el % y, si quieres, una fecha en la que se apaga solo.

- **¿Se acumula con cupones?** Con la casilla apagada, si el cliente aplica un cupón de descuento, el Descuento General no entra en ese pedido (los tachados desaparecen al aplicar el cupón y regresan al quitarlo). Los canjes de producto — recompensa gratis, 2×1 — no lo apagan.

- **¿Aplica al costo de envío?** Con la casilla apagada, el porcentaje solo descuenta los productos y el envío se cobra completo.

### Las reglas se cobran en el servidor

Las dos casillas no son cosméticas: la tienda las aplica al mostrar los precios **y el servidor las vuelve a aplicar al cobrar**. Lo que el cliente ve y lo que se cobra siempre coinciden.

CAPÍTULO · 4.3

# Usuarios cajeros.

Altas, bajas y contraseñas del equipo que opera el tablero.

La pestaña **Cajeros** administra quién puede entrar al Tablero de Órdenes. Dar de alta a alguien toma segundos: usuario y contraseña, listo. Desactivar conserva el historial pero cierra el acceso de inmediato; también puedes restablecer una contraseña olvidada sin afectar a nadie más.

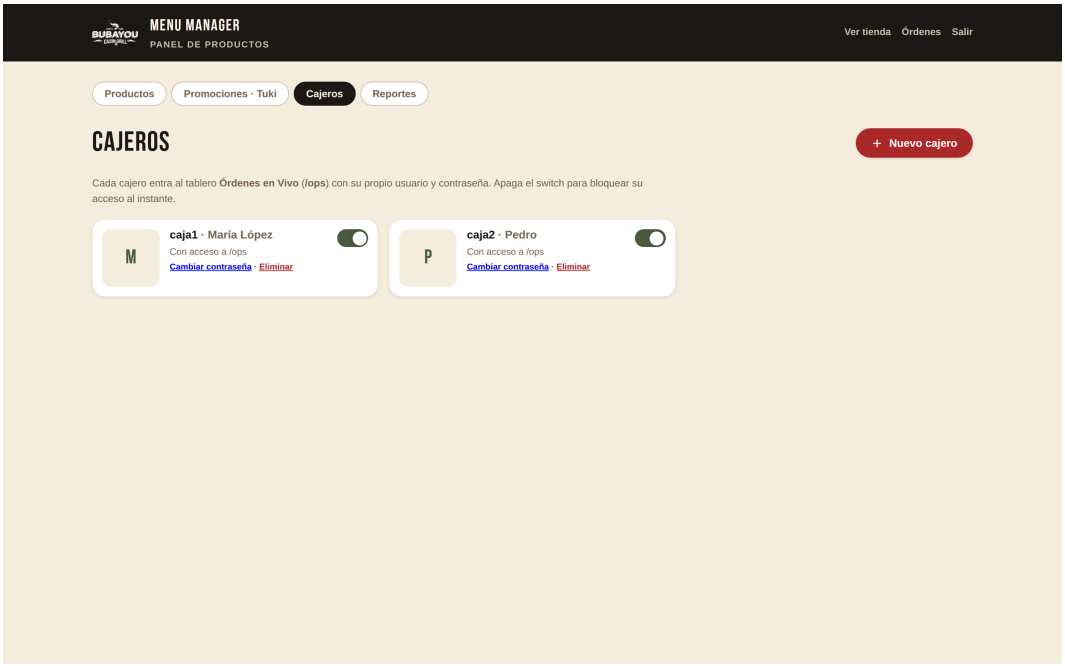


*Figura 4.2 Gestión de usuarios cajeros desde Administración.*

### Quién ve qué

Los cajeros solo acceden al Tablero de Órdenes. El panel de Administración — productos, promociones, reportes — es exclusivo de la contraseña de administrador del comercio.

CAPÍTULO·4.4

# Reportes.

Ventas, tiempos, zonas y clientes — siempre en comparativo, para decidir con contexto.

La pestaña **Reportes** responde las preguntas del negocio con una regla de diseño: **ningún número se muestra solo**. Cada periodo — mes, trimestre o año — se compara contra el periodo anterior y contra el mismo periodo del año pasado, en cifras y en gráficas superpuestas.

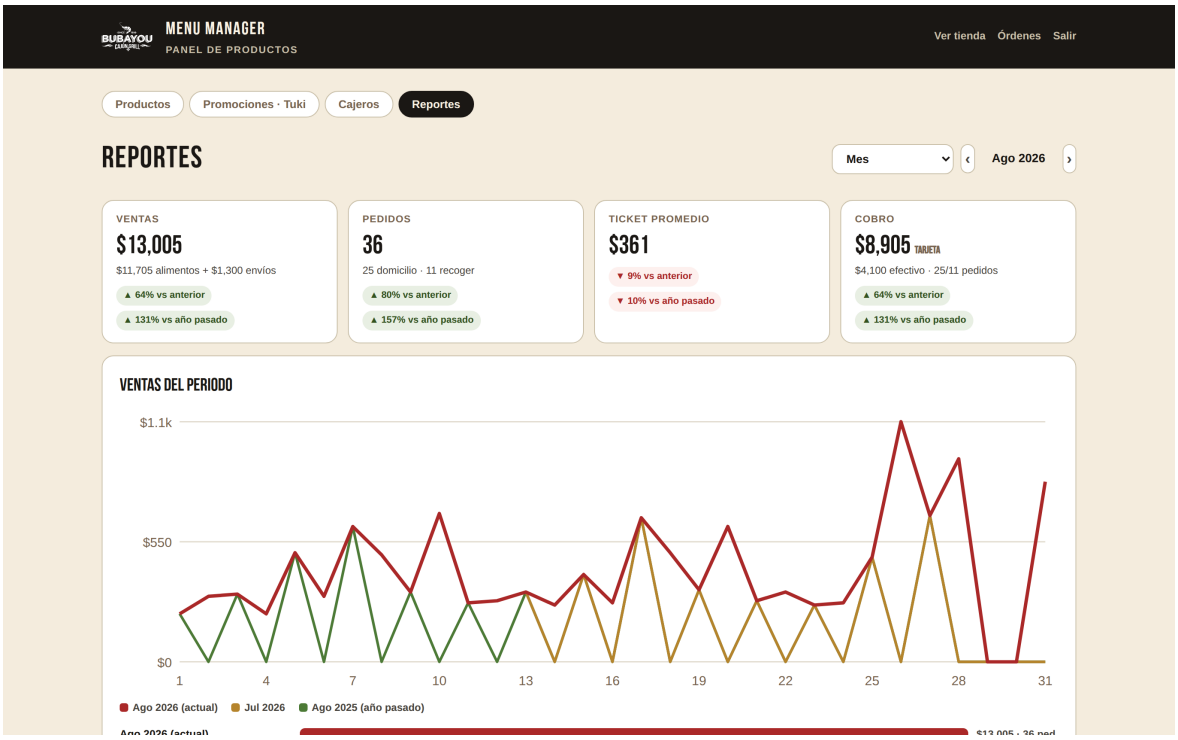


*Figura 4.3 Reportes de Bubayou: ventas del periodo con las tres series — actual, periodo anterior y año pasado.*

## Lo que encuentras en el reporte

- **Ventas y pedidos** del periodo, con ticket promedio y mezcla de cobro (tarjeta / efectivo), todo contra sus comparativos.
- **Curva de ventas** día a día con las tres series superpuestas.
- **Horas pico** en mapa de calor por día y hora — para plantillas de personal y promociones por horario.
- **Zonas de entrega** con pedidos y venta por colonia o zona.
- **Top de productos y extras** por unidades e ingreso.
- **Clientes**: nuevos vs recurrentes, top de clientes por consumo, y el efecto de promociones y cupones en la venta.

- **Tiempos de etapa**: cuánto tarda un pedido de nuevo a preparación, a camino y a entrega — el pulso operativo del comercio.

### El reporte que llega solo

Además del panel, Tuki Delivery envía por **correo** un resumen diario (ayer contra antier), uno semanal cada lunes y uno mensual el día primero con comparativo contra el año anterior — a las direcciones que el comercio defina. Cada bloque incluye además los **descuentos otorgados** y el **efectivo pagado a repartidores** del periodo — los mismos números del Corte del día (capítulo 3.4), para que dueño y sucursal lean la misma cifra. El pulso del negocio en tu bandeja, sin entrar a ningún panel.

CAPÍTULO·4.5

# Tu marca, tu programa y el interruptor de la tienda.

La tienda se viste con tu identidad — y sale al público cuando tú decidas.

En **Administración → Negocio** vive la identidad visual de la tienda: logo, imagen o color de portada, y los colores del sitio. Al subir tu logo, la tienda **propone automáticamente** una paleta a partir de él — color de acento para botones, color de marca y tono oscuro — que puedes ajustar antes de guardar (o recalcular con el botón **Colores del logo**). Sin colores propios, la tienda usa un fondo gris claro neutro.

En **Conexiones** se captura el **nombre de tu programa de lealtad** (por ejemplo «Recompensas Bubayou»). Ese nombre es el que ven tus clientes en la tienda — en el aviso del Descuento General, en el carrito y en el detalle de producto. Tu programa con tu marca, nunca con nombres de plataforma.

### El interruptor «Tienda pública»

Toda tienda nueva nace **apagada**: mientras la vistes y cargas el menú, el público ve una página de «Muy pronto» con tu logo y ningún pedido puede entrar. Cuando todo está listo, el interruptor **Tienda pública** (en Negocio) la abre al mundo con un toque — y puede apagarse igual de rápido si hace falta.

05

PARTE CINCO

# Lealtad en acción.

Las reglas del programa dentro de Delivery — y cómo convertir puntos en recompra.

CAPÍTULO·5.1

# Cómo acumulan y pagan tus clientes.

Automático para el cliente, transparente para el comercio.

En Tuki Delivery la acumulación no depende de nadie: **cada pedido pagado se notifica a Tuki automáticamente**, con el detalle de productos (SKU, cantidad y precio). El porcentaje de puntos que se otorga lo define tu programa en el Panel Tuki — y puede ser distinto por nivel o grupo de afiliados: la tienda reporta la transacción, Tuki aplica la regla.

### Las tres reglas de los puntos

**Base de acumulación.** Se acumula sobre lo **efectivamente pagado en dinero**: el total ya con descuentos aplicados y menos lo pagado con puntos. El costo de envío no acumula.

**Valor de canje.** Al pagar con puntos, **1 punto = $1**. El cliente decide en el checkout: toda la cuenta, todo su saldo, u otra cantidad.

**Confirmación.** Puntos y recompensas se reservan al canjear y solo se cobran cuando el pago del pedido se confirma; toda reserva termina confirmada o devuelta — nunca en el limbo.

Para el comercio esto significa una contabilidad de lealtad sin fricción: nada de escanear tickets, capturar folios ni conciliar a mano. La misma transacción que ve tu tablero es la que ve tu programa de lealtad.

CAPÍTULO·5.2

# Recompensas y cupones en la práctica.

Qué ve el cliente, qué valida la tienda, qué registra Tuki.

Todo lo canjeable sale de tu Panel Tuki: **recompensas** con costo en puntos y **cupones** sin costo (regalos de campaña, bienvenidas, cortesías por nivel). La tienda los muestra en dos lugares — el panel Rewards del cliente y la sección «Recompensas disponibles» del menú — siempre con la mecánica ya resuelta por el catálogo de promociones del comercio.

- **Un cupón, un uso.** Los cupones usados quedan marcados y no se pueden repetir en el mismo pedido ni en los siguientes.
- **Requisitos que se validan solos.** Un cupón «gratis con tu compra» exige el producto pagado en el carrito; un 2×1 exige las unidades pagadas. La tienda lo explica al cliente en lugar de fallar en silencio.
- **Canje reversible.** Quitar el canje del carrito devuelve los puntos y reactiva la recompensa — el cliente puede arrepentirse sin llamar a nadie.
- **Sin sesión no hay canje.** Las recompensas solo existen para afiliados con sesión Tuki — el incentivo perfecto para que tus clientes se afilien.

CAPÍTULO · 5.3

# Buenas prácticas comerciales.

Lo que hemos visto funcionar: el programa como motor de recompra, no como descuento disfrazado.

- **Ten siempre una recompensa alcanzable.** Una recompensa pequeña (una bebida, un postre) que se alcanza en 2–3 compras mantiene la barra de progreso «Te faltan X pts» trabajando a tu favor en cada visita.
- **Cupón de bienvenida con compra.** Un regalo condicionado a un producto pagado convierte la primera visita en transacción completa — y deja al cliente afiliado y con el hábito de iniciar sesión.
- **Promociones por código, no por edición de menú.** Resiste la tentación de crear «productos promocionales» en el catálogo: una promoción bien definida se enciende y se apaga sin ensuciar el menú ni los reportes.
- **Usa las horas valle.** El mapa de calor de horas pico te dice exactamente dónde poner un cupón «solo por hoy» para llenar los huecos de demanda.
- **Revisa el reporte de recurrencia.** El objetivo del programa es mover clientes de 1 compra a 2, y de 2 a frecuentes; el reporte de clientes recurrentes es la medida honesta de si tu lealtad está funcionando.

EL PRINCIPIO

## La lealtad se diseña, no se espera.

Tuki Delivery pone la mecánica; el comercio pone la estrategia. Un programa con recompensas deseables, alcanzables y visibles en el flujo de compra convierte cada pedido en la antesala del siguiente.

06

PARTE SEIS

# Puesta en marcha.

Lo que tu comercio necesita para arrancar, el proceso de alta, y a quién acudir después.

CAPÍTULO · 6.1

# Qué necesita tu comercio para arrancar.

El equipo Tuki instala y configura; tú aportas la materia prima.

## Checklist de arranque

1. **Programa Tuki activo.** Tu comercio ya opera Tuki (afiliados, puntos, Panel Tuki). Tuki Delivery se monta sobre ese programa.

2. **Dominio de la tienda.** Un subdominio de tu marca (ej. **pedidos.tucomercio.mx**); el equipo Tuki lo configura con tu proveedor de dominio.

3. **Menú y fotos.** Catálogo con nombres, descripciones, precios por canal y fotografías de producto. Buenas fotos venden: invierte aquí.

4. **Cuenta de Stripe.** El alta la completa el comercio con sus datos fiscales y bancarios (RFC y CLABE); las ventas con tarjeta se depositan directo a tu cuenta.

5. **Zona y tarifas de entrega.** Punto de origen, cobertura y esquema de costos de envío por distancia.

6. **Correos del negocio.** Las direcciones que recibirán los reportes diarios, semanales y mensuales.

7. **Usuarios del equipo.** La lista de cajeros para el Tablero y la contraseña de administración del dueño.

> ### El día uno
> El arranque típico incluye pedidos de prueba de punta a punta (tarjeta, efectivo y pago con puntos), la verificación de la acumulación en una cuenta Tuki real, y la capacitación del equipo de mostrador sobre el Tablero — este manual es el material de esa capacitación.

CAPÍTULO · 6.2

# Soporte.

Canales, tiempos de respuesta y qué información enviar.

Para dudas de operación, ajustes del programa o incidencias de la tienda, el canal es el equipo Tuki. Al reportar una incidencia, incluye siempre el **folio del pedido**, la hora aproximada y una captura de pantalla si la hay: reduce el diagnóstico de horas a minutos.

### Canales de atención

**Soporte operativo:** soporte@tukicard.com — incidencias de la tienda, el tablero o el panel.

**Enlace comercial:** enlace@tukicard.com — programa de lealtad, promociones, nuevos módulos.

**Niveles de atención:** incidencia crítica (tienda caída, cobros): respuesta objetivo 30 minutos · incidencia media: 2 horas · consultas y ajustes: 24 horas hábiles.

TUKI DELIVERY

## Bienvenido a tu canal directo.

Gracias por operar con Tuki. Este manual crece con el producto: cada nueva versión se publica con su registro de cambios, y tu retroalimentación — lo que falta, lo que estorba, lo que quisieras ver — es la materia prima de la siguiente.