



Manual de Uso

Guía operativa para el uso diario del panel mytuki.com.

★ CLAUDE ASSISTED ANALYSIS | ● TUKIMETRICS ENABLED

Un manual para que tu equipo opere Tuki sin titubeos.

Tuki es la plataforma de lealtad de MARC integrada con tu POS. Este manual documenta cada módulo del panel mytuki.com para uso diario: qué hace cada rol, cómo se usa cada pantalla, con paso a paso, capturas, consejos y errores comunes. No es una guía estratégica; para eso usa la *Guía de Configuración Tuki vEne26*. Esto es operación.

Dirigido a

Comercios afiliados a Tuki — dueños y directores que monitorean KPIs, administradores que configuran el programa, gerentes que operan en sucursal, cajeros que atienden afiliados, equipos de marketing que diseñan campañas, y colaboradores que promueven recompensas con su código de promotor.

Objetivo del manual

Que cualquier integrante del equipo pueda **entrenarse** en el panel y **consultar** el día a día sin depender de soporte. El manual abre con una guía rápida de 10 pasos para arrancar hoy; después se organiza por rol y por módulo, para servir a ambas formas de búsqueda. Cada módulo del panel incluye paso a paso con capturas reales del panel.

Lo que vas a encontrar.

- 01 Arranca hoy**
Guía rápida en 10 pasos para comercios con Soft Restaurant: lo mínimo para operar hoy, con la página del detalle en cada paso.

- 02 Operación por rol**
Director · Administrador · Gerente · Cajero · Marketing · Colaborador. Rutinas diarias, semanales y mensuales por perfil.

- 03 Referencia por módulo**
Los 18 módulos del panel mytuki.com con paso a paso, capturas, casos de uso y errores comunes.

- 04 Integración con Soft Restaurant**
Visión, alta de productos vinculados, configuración del enlace, operación de caja y mapeo de SKUs.

- 05 Anexos**
Glosario, atajos, errores comunes, calendario operativo, plantillas y casos de uso por tipo de negocio.

Aviso de responsabilidad y alcance. Este manual describe el funcionamiento del panel mytuki.com con base en su versión vigente al momento de su publicación (Tuki 4.0, septiembre 2026). Las pantallas, opciones y comportamientos pueden variar con futuras actualizaciones de la plataforma. Para procedimientos críticos del negocio el usuario debe verificar el comportamiento vigente del panel y, cuando aplique, consultar a soporte.tukicard.com. Las imágenes incluidas corresponden a un comercio demo y muestran datos de ejemplo.

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

01

PARTE UNO

Arranca hoy.

Lo mínimo para tener Tuki funcionando en tu caja hoy mismo, en 10 pasos.
Cada paso te dice en qué página del manual está el detalle.

Tuki en 10 pasos.

Lo mínimo para tener Tuki funcionando en tu caja hoy mismo. Sin tecnicismos. Lo demás lo agregas después, con calma.

Referencia rápida

Para quién. Dueños y gerentes de comercios con Soft Restaurant® que van a arrancar su programa.

Tiempo. 30 min en mytuki.com (desde cualquier computadora) + 20 min en la caja de cada sucursal.

Qué necesitas. El correo y la contraseña de mytuki.com que recibiste por correo, tu logo y acceso a Soft Restaurant.

Cómo leerla. Haz los pasos en orden. Si algo no queda claro, ve a la página que indica cada paso.

Parte 1 · En mytuki.com (30 min)

- 1. Entra a tu panel.** Abre **mytuki.com** y usa el correo y la contraseña que recibiste por correo. Si no los encuentras, revisa spam o usa “¿Olvidaste tu contraseña?”. → **Más detalle: pág. 23**
- 2. Captura la información de tu comercio.** **[Menú › Comercio]** Nombre, logo, una descripción corta (3–4 líneas), teléfono y WhatsApp. Es lo que tus clientes verán en la app. → **Más detalle: pág. 28**
- 3. Crea tus sucursales.** **[Menú › Sucursales › Nueva sucursal]** Nombre, ciudad, dirección, teléfono. **Escribe la dirección tal como aparece en Google Maps** y verifica que el pin quede sobre tu local: así tus clientes te ubican y llegan bien. → **Más detalle: pág. 42**
- 4. Crea un usuario Cajero por sucursal.** **[Menú › Usuarios › Crear usuario]** Rol **Cajero**, asigna la sucursal y elige contraseña **manual** para tenerla a la mano. **Anota correo y contraseña:** con esos datos vas a conectar Tuki en Soft Restaurant (paso 7). → **Más detalle: pág. 45**
- 5. Define cómo se ganan puntos.** **[Menú › Programa de Lealtad › Configuración]** Elige **puntos por consumo** y captura **8 %** (por cada \$100 el cliente gana 8 puntos). Vigencia de puntos: **6 meses**. Activa “Puntos de primera visita” y “Permitir pago con puntos”. Deja niveles, eventos y referidos **apagados** por ahora. → **Más detalle: pág. 48**
- 6. Ponle nombre a tu programa.** **[Menú › Programa de Lealtad › Personalización]** Por ejemplo “Club Los Compadres”. Sube una imagen de tarjeta (768×400 px) con tu logo. Listo: tu programa ya existe. → **Más detalle: pág. 47**

Con esto termina la parte en internet

Las recompensas las vas a dar de alta desde Soft Restaurant (paso 8) para que queden ligadas a tus productos sin errores.

Parte 2 · En Soft Restaurant (20 min por caja)

En Soft, Tuki aparece con el nombre “MARC Loyalty”: es lo mismo.

7. Conecta Tuki con tu caja. [Configuración > Configuración MARC Loyalty] Marca “Habilitar enlace con sistema de lealtad MARC Loyalty” y captura el correo y contraseña del usuario **Cajero** de esa sucursal (paso 4). Si todo está bien, verás los datos de tu comercio. → [Más detalle: pág. 80](#)

8. Elige cómo aplicar los puntos y da de alta tus recompensas. En la misma pantalla, en **Aplicar puntos** selecciona “Como descuento” (los puntos se aplican como descuento; no necesitas formas de pago extra). → [Modos: pág. 80](#) Luego en **Alta de recompensas**: botón **Agregar** > “...” para elegir el producto > escribe los **puntos** que cuesta > descripción > **Aplicar** y **Aceptar**. Empieza con **5 recompensas**: algo barato (postre, bebida), algo medio (entrada) y algo aspiracional (platillo estrella). → [Recompensas: pág. 82](#)

9. Ubica dónde verás los movimientos. [Reportes > Ventas > Descuentos, Cortesías y cancelaciones] Las cuentas pagadas con puntos aparecen con el comentario **DESCUENTO_MARC_POINTS** y las recompensas canjeadas con **DESCUENTO_MARC_REWARDS**. → [Más detalle: pág. 90](#)

10. Haz una prueba real antes de abrir. Descarga la app Tuki en tu celular, afíliate a tu propio programa, cobra una cuenta de prueba en Soft y escanea tu QR. Si ves los puntos en la app, **ya estás operando**. → [Más detalle: pág. 84](#)

Así se usa en el día a día

Lo que tu cajero necesita saber. Comparte esta tabla con cada turno. → [Rutina del cajero: pág. 14](#)

Situación	Qué hace el cajero	Detalle
Cliente gana puntos	Al cobrar, botón MARC POINTS (ícono QR) > escanea el QR de la app del cliente (o su tarjeta) > termina la venta. Los puntos llegan solos. En mesa: el cliente escanea el código de su ticket pagado desde su app.	pág. 84 Mesa: pág. 87
Cliente canjea recompensa	Botón PROG LEALTAD > escanea su QR; aparecen las recompensas que puede pagar > selecciona > APLICAR . El producto entra a la cuenta con 100 % de descuento ; cobra lo demás normal.	pág. 85
Cliente paga con puntos	Botón PROG LEALTAD > escanea su QR > en Aplicar puntos captura cuántos quiere usar > APLICAR . El importe aparece en DESCUENTO ; cobra el resto normal.	pág. 85

Situación	Qué hace el cajero	Detalle
Cómo se afilia un cliente	Descarga la app Tuki (iOS/Android) o entra por el QR de tu Web App > se registra en 1 minuto y busca tu comercio > ya puede escanear desde su primera compra. Imprime tu QR (Menú > Comercio > Enlace a Web App) y ponlo en caja y mesas.	pág. 30

Antes de abrir mañana, verifica

En mytuki.com	En Soft Restaurant y en piso
☐ Sucursal bien ubicada en el mapa	☐ Usuario Cajero creado y conectado en Soft
☐ Puntos por consumo al 8 %	☐ 5 recompensas visibles en la app
☐ Nombre e imagen del programa listos	☐ Aplicar puntos en modo “Como descuento”
☐ QR del programa impreso en caja y mesas	☐ Prueba real hecha con tu propio celular
	☐ Cajeros conocen los 2 botones: MARC POINTS y PROG LEALTAD

¿Y DESPUÉS?

Hoy, lo importante es que cada cliente que pague, escanee.

Cuando lles un mes operando, tu ejecutivo Tuki te ayuda a encender niveles, cupones de cumpleaños y referidos. El resto de este manual te acompaña en ese camino. ¿Dudas? WhatsApp Tuki (wa.me/529993683936) · tukicard.com · mytuki.com

02

PARTE DOS

Operación por rol.

Cada perfil tiene su rutina. Aquí están las seis vistas: qué revisa, cuándo, en qué módulos del panel y con qué frecuencia.

Director / Dueño.

El dueño no opera el panel todos los días. Su valor está en mirar el dashboard semanal, la salud trimestral del programa y empujar decisiones que el equipo no puede tomar.

Referencia rápida

Para qué entra. Revisar KPIs, ROI y decisiones estratégicas.

Cuándo. Semanal (15 min) y trimestral (1 h).

Dónde. Inicio (Dashboard) · Reportes · Programa de Lealtad.

Qué nunca hace. Configurar usuarios, crear recompensas, responder reseñas.

Rutina semanal (15 minutos los lunes)

El lunes temprano abre el panel y revisa los cuatro KPIs del Dashboard contra el mes anterior: **afiliados nuevos**, **visitas**, **redenciones** y **puntos otorgados**. Si alguno cayó más de 10%, pide al gerente una explicación antes de cierre del día.

1. Abre **mytuki.com** e ingresa con tus credenciales.
2. En **Inicio**, verifica los cuatro KPIs del mes vs. mes anterior.
3. Si una métrica cayó >10%, abre el módulo correspondiente: afiliación baja → **Cupones** (estado del cupón de bienvenida); redenciones bajas → **Recompensas** (alguna agotada o pausada).
4. Anota en tu agenda 1 acción concreta para el equipo de la semana.

Tip operativo

El Dashboard muestra el mes en curso. Para ver tendencia trimestral, cambia el filtro 'Este mes' en cada gráfica al rango que necesites. Las cuatro gráficas se actualizan de forma independiente, así que ajústalas todas al mismo periodo para que la lectura sea comparable.

Rutina trimestral (1 hora cada 3 meses)

Cada cierre de trimestre dedica una hora a tres reportes clave en **Reportes**: **Reporte de clientes afiliados** (cuánta base neta sumaste), **Reporte de redenciones** (cuánto se ejecutó del programa) y **Reporte de programa de referidos** (qué tan vivo está el efecto red de tus promotores). Exporta los tres y compáralos con el trimestre anterior.

- **Crecimiento de afiliación:** ¿la base creció >10% trimestre vs trimestre?
- **Cobertura del programa:** ¿qué % de tus clientes son afiliados activos?
- **Redención efectiva:** ¿más del 30% de tus afiliados redimió al menos una vez?
- **Promotores activos:** ¿cuántos referidos generaron redención?
- **Pasivo de puntos:** ¿cuánto debes en puntos sin redimir? Reportes → Reporte de puntos expirados muestra la fuga.

DECISIÓN DEL DUEÑO

Si el equipo lo entiende, el programa funciona.

Si tu gerente no puede explicarte qué pasó esta semana con tu programa de lealtad en 60 segundos, el problema no es Tuki. Es entrenamiento. Este manual existe exactamente para que eso no pase.

Administrador de Comercio.

El administrador es quien configura el programa, crea usuarios, mantiene actualizadas las recompensas y los cupones, y diseña las campañas de comunicación. Es el rol con visión completa del panel.

Referencia rápida

Para qué entra. Configurar el programa, mantener recompensas, lanzar campañas.

Cuándo. Diario (30 min) durante las primeras 4 semanas; luego semanal.

Dónde. Programa de Lealtad · Recompensas · Cupones · Niveles · Mensajes · Notificaciones · Usuarios · Reportes · Cartera digital · Personalizar app.

Qué nunca hace. Modificar manualmente puntos de un cliente sin registro de la razón.

Rutina diaria (30 minutos)

1. Revisa **Inicio** para detectar caídas tempranas en cualquier KPI.
2. En **Reseñas**, responde nuevas reseñas del día (no dejes pasar más de 24 h).
3. En **Mensajes**, verifica que las campañas programadas se enviaron sin error.
4. En **Clientes**, busca incidencias del día (clientes con dudas que reportó el equipo).

Rutina semanal (2 horas)

1. Revisa que todas las **Recompensas** vigentes tengan imagen, descripción y T&C completos.
2. Audita **Cupones**: ¿hay alguno vencido sin renovar? ¿alguno activo con tiraje agotado?
3. Prepara la campaña de la siguiente semana: define mensaje, segmenta y programa fecha.
4. Genera el **Reporte de mensajes** de la semana: ¿la tasa de apertura cayó? Ajusta encabezados.

Rutina mensual (medio día)

El primer lunes hábil del mes, exporta los reportes clave (**clientes afiliados**, **visitas**, **redenciones**, **cupones promocionales**, **programa de referidos**), arma un resumen de una página con tres datos: cuántos clientes nuevos, qué recompensa fue más popular, qué cupón rindió más. Eso es lo que el dueño quiere ver.

Tip operativo

Bloquea 30 minutos en tu calendario cada mañana para el panel. Si dejas que las tareas operativas se acumulen, en una semana se vuelven imposibles de poner al día y empiezas a perder visibilidad del programa.

Gerente de Sucursal.

El gerente es el puente entre el panel y el piso. Asegura que cajeros sepan operar Tuki, atiende dudas de afiliados en sucursal y revisa el desempeño local.

Referencia rápida

Para qué entra. Operación local: clientes, redenciones, reseñas de su sucursal.

Cuándo. Diario (15 min al inicio y al cierre del turno).

Dónde. Inicio (filtrado por sucursal) · Clientes · Reseñas · Reportes.

Qué nunca hace. Cambiar configuración del programa global, crear usuarios admin.

Rutina diaria

- 1. Apertura:** revisa en **Inicio** filtrado por tu sucursal cómo venía el día anterior y comparte con el equipo el dato más relevante (afiliaciones, redenciones).
- 2. Durante el turno:** ante una incidencia con un afiliado, busca su cuenta en **Clientes** y verifica puntos, redenciones recientes y tipo de cuenta.
- 3. Cierre:** revisa **Reseñas** de tu sucursal y prepara respuestas para el día siguiente; reseñas sin responder por más de 48 h erosionan la confianza.

Rutina semanal

Reúnete 15 minutos con tu equipo de caja. Repasa los errores comunes que el manual lista (Anexo C) y resuelve cualquier duda. Si hay un cajero nuevo, usa el capítulo Cajero (pág. 14) como guion de su entrenamiento.

Importante

Si un afiliado reclama puntos no acreditados, NO se los acredites manualmente desde Clientes sin antes pedir al administrador que revise el ticket. Si Tuki no los registró, hubo una razón (POS sin conexión, vinculación rota, esquema de puntos no activo). Acreditarlos a ciegas esconde el problema raíz.

Cajero.

El cajero es la cara de Tuki ante el cliente. Ayuda con la afiliación (que el cliente hace desde su app), opera las acumulaciones y redenciones desde el POS, y resuelve dudas básicas. La mayor parte de su trabajo ocurre en Soft Restaurant, no en el panel mytuki.com.

Referencia rápida

Para qué entra. Apoyar afiliación, operar acumulación y redenciones desde el POS.

Cuándo. En cada interacción con un cliente que sea afiliado o quiera serlo.

Dónde. Mayormente en el POS (Soft Restaurant). Panel: solo Clientes para consulta.

Qué nunca hace. Afiliar manualmente al cliente desde POS, configurar recompensas, responder reseñas.

La afiliación NO se hace desde POS

Importante: el cliente se afilia desde la app Tuki, Tuki Web, Tuki SC o Tuki BMP — no desde el POS. Tu rol es **ayudar a que el cliente lo haga**: indicarle dónde descargar la app o escanear el QR de afiliación, y resolver dudas básicas si pregunta.

Cómo apoyar la afiliación en piso

1. Pregunta al cliente: '*¿Tienes nuestra app Tuki / app de [marca]?*' Si no, invítalo a afiliarse.
2. Indícale dónde está el QR de afiliación (POP en mesa, mostrador, carta) o que descargue la app desde App Store / PlayStore.
3. En la app el cliente captura **nombre completo**, **correo** y **contraseña** (o usa Facebook, Apple o Google). La plataforma le envía un correo de validación.
4. Si tu comercio tiene activado el campo obligatorio de teléfono, la plataforma le envía un SMS de validación.
5. Una vez validado, el cliente entra al home del app. Ya puede redimir el cupón de bienvenida.
6. Indícale: '*En cuanto valides el correo, tu cupón de bienvenida está activo.*'

Servicio rápido vs Servicio a mesa

Soft Restaurant opera en dos modalidades, y el flujo de redención cambia en cada una:

Servicio rápido (drive-thru, mostrador): el cliente paga al cerrar ticket. Tú escaneas su QR para aplicar puntos, recompensas o cupones.

Servicio a mesa: el ticket sale con un QR del folio. El cliente escanea ese QR desde su app y preaprueba beneficios. Tú abres el folio en SR, ves los beneficios pendientes de aprobación y marcas la casilla para aplicarlos. Reimprimes el ticket y cobras.

Ver Parte 4 (Integración con Soft Restaurant) para los pasos detallados.

Flujo de redención de recompensa (servicio rápido)

1. El cliente pide redimir y te muestra el QR de la recompensa desde su app.
2. Desde el POS pulsa el botón **PROG LEALTAD** y escanea el QR del cliente.
3. El POS confirma que el cliente tiene puntos suficientes y aplica el descuento o regalo.
4. Cierra el ticket. La redención queda registrada en el panel para reportes.

Flujo de redención (servicio a mesa)

1. El cliente recibe el ticket con el **QR del folio** al solicitar la cuenta.
2. El cliente escanea el QR desde la app, elige el beneficio (pago con puntos, recompensa o cupón) y lo **preaprueba**.
3. Cuando el cliente te avisa, abres el folio en el POS y ves los beneficios pendientes de aprobación.
4. Marca la casilla del beneficio. El POS lo aplica al folio en automático.
5. Reimprime el ticket, cobra como cualquier otro y cierra.

Flujo de cupón promocional

El cliente te muestra un cupón en su app o un código promocional. Cuando captures el ticket, el POS te pide el código (si es promocional) o lo detecta automáticamente (si es de bienvenida o segmentado). Aplica el beneficio y cierra.

Importante: no improvises

Si algo no funciona en caja (puntos que no aparecen, cupón que no aplica, QR ilegible), **NO improvises con descuentos o cortesías**. Llama al gerente y explica el síntoma. La mayoría de incidencias se resuelven en 30 segundos si se reportan al instante; improvisarlas crea fugas que después nadie puede explicar.

Frases tipo (úsalas al pie de la letra)

- *'¿Tienes tu Tuki? Te tomo dos segundos para registrarte y te queda activo desde hoy.'*
- *'Tu cupón de bienvenida llega a tu correo en un minuto. Lo puedes usar la próxima visita.'*
- *'Con estos puntos ya alcanzas para [recompensa]. ¿Te lo aplico hoy o lo guardas?'*
- *'Si tienes la app abierta, escaneo tu QR directamente del celular.'*

Marketing / Comunicación.

Marketing diseña la conversación con la base afiliada: mensajes segmentados, notificaciones push, cupones temáticos, marketplace y la mecánica de referidos. Su métrica es engagement y conversión, no afiliación bruta.

Referencia rápida

Para qué entra. Planear campañas, segmentar, programar mensajes, evaluar resultados.

Cuándo. Semanal (planear) y diario (monitorear envío y respuesta).

Dónde. Mensajes · Notificaciones · Cupones · Marketplace · Programa de Referidos · Reportes.

Qué nunca hace. Modificar el esquema de puntos sin alinearse con el administrador.

Calendario quincenal recomendado

Diseña un calendario quincenal con al menos: 1 mensaje segmentado de **reconocimiento** (no es promo), 1 mensaje de **oferta** con cupón promocional adjunto, y 1 push de **novedad** (producto nuevo, evento, horario especial). Esa cadencia mantiene la base atenta sin saturarla.

Segmentación básica para empezar

- **Por edad:** útil para mensajes sobre productos diferentes por generación.
- **Por género:** útil sólo para campañas concretas (Día de la Madre, regalos).
- **Por fecha de afiliación:** separar 'nuevos' (<30 días) de 'antiguos' (>6 meses) cambia el tono.
- **Por archivo:** si tu administrador exporta una lista de IDs (top compradores, perdidos), úsala como segmentación.

Push vs Mensaje — diferencia clave

Mensaje (in-app): queda en la bandeja de la app, puedes adjuntar imagen, cupón promocional o recompensa exclusiva, y programar fecha. Sirve para piezas que el cliente debe poder reabrir.

Notificación push: no queda en bandeja, solo aparece en lockscreen. Sirve para urgencias del día ('hoy 2x1 en...'). No la uses para piezas que el cliente necesita guardar.

Tukimetrics — el motor relacional del marketing

Tuki nativo cubre la mensajería **transaccional** (atada a recompensa o cupón específico). Lo que el panel mytuki.com no hace por ti — y lo que cualquier Programa de Implementación basado en la *Guía de Configuración Tuki vEne26* exige — es la conversación **relacional**: reconocer, agradecer, alertar y recuperar al cliente correcto, en el momento correcto, sin saturarlo. Eso es Tukimetrics.

Tukimetrics es la capa analítica desktop que vive en tu Mac o PC, descarga el histórico transaccional del comercio y opera como un analista digital con Claude integrado. Convierte a la dirección de marketing de 'ver datos' a 'saber a quién contactar, cuándo y por qué', con el cupón o el mensaje ya armado.

Qué resuelve Tukimetrics para marketing

- **Campañas segmentadas por comportamiento real:** alta frecuencia, baja frecuencia, en riesgo, perdidos, top decil de gasto. Tukimetrics calcula los segmentos en vivo sobre el histórico — no dependes de listas estáticas.
- **8 eventos de mensajería relacional automatizada:** agradecimiento post-visita, subió/bajó de nivel, cumpleaños que no han venido (días 10 y 20), inactividad temprana (30 días), recuperación (60–90 días), bienvenida sin visita, hito de visitas (5/10/25/50).
- **Calendario integrado con 23 eventos relevantes en México:** Día de la Madre, fiestas patrias, Buen Fin, Navidad, San Valentín, Semana Santa, Día del Niño, etc. Cada evento incluye un brief calibrado con tono, ángulos y mecánicas sugeridas — Claude te propone la campaña con el lead time correcto.
- **Anti-spam por canal:** límite de 1 email/semana y 1 push/semana por cliente, con priorización automática cuando colisionan eventos (la recuperación gana a la felicitación).
- **Editor de campañas con preview:** seleccionas segmento, plantilla, asunto, cupón opcional y previsualizas antes de enviar.
- **Medición de impacto real:** Tukimetrics calcula visitas, gasto y frecuencia pre vs. post envío contra un grupo control con perfil similar que NO recibió la campaña. Esa diferencia es el *lift* atribuible al envío.

Cómo se conectan Tuki y Tukimetrics

Plataforma Tuki = mensajería transaccional. Cupón asignado, recompensa específica, oferta general. El cliente la recibe ligada a una mecánica concreta.

Tukimetrics = mensajería relacional. Reconocimiento, agradecimiento, alerta, recuperación. Puede o no traer incentivo; el valor está en el momento y el segmento, no en el descuento.

Ambos usan el mismo servicio de push subyacente. Operan en paralelo, no compiten. Para detalle operativo de Tukimetrics, consulta su manual dedicado.

Evaluación post-campaña

Cada lunes revisa el **Reporte de mensajes** en el panel mytuki.com: ¿qué encabezados tuvieron mayor tasa de apertura? ¿qué cupón adjunto generó redención? Cuando tengas Tukimetrics, este análisis se ejecuta automáticamente sobre el histórico transaccional con cruce de cupón único y grupo control.

Documenta los aprendizajes — al cabo de tres meses tienes una guía propia de qué tipo de comunicación funciona con tu base específica.

Colaborador.

El colaborador es un perfil especial: empleado o aliado al que el comercio le da un código único para promover recompensas exclusivas y ganar reconocimiento por las redenciones que genere.

Referencia rápida

Para qué entra. Conocer su código y las recompensas que puede promover.

Cuándo. Una vez al darse de alta; después solo si cambian las recompensas asignadas.

Dónde. El código se genera desde Usuarios; las recompensas activas se asignan al crearlas.

Qué nunca hace. Compartir su código con personas ajenas al comercio.

Cómo funciona el código de colaborador

Cuando el administrador crea un usuario con rol **Colaborador**, Tuki genera un código único asociado a ese perfil. Ese código aparece en la tabla de Usuarios del panel. El colaborador lo comparte con clientes vía WhatsApp, QR físico en mesa o impreso en su uniforme; cuando el cliente lo registra al afiliarse o redimir, Tuki atribuye la transacción a ese colaborador.

Cómo se asignan recompensas al colaborador

1. Al crear una **Recompensa** o **Cupón**, el administrador marca la casilla '**Activar para colaboradores**'.
2. Esa recompensa o cupón queda disponible para todos los colaboradores activos.
3. El colaborador la promociona con su código; las redenciones que llegan vía ese código se contabilizan en el **Reporte de colaboradores**.

Pago a colaboradores

El esquema de pago / comisión por colaborador es decisión del comercio, no de Tuki. Tuki solo provee el código y el reporte de redenciones por colaborador. Define internamente cómo se reconoce ese desempeño (bono, comisión, día libre) y aterriza esa política en tu manual interno.

EL DETALLE QUE OLVIDAN LOS COMERCIOS

Tuki te dice quién jaló el carro.

El Reporte de colaboradores es la única forma estructurada que tienes de saber qué empleados realmente promovieron tu programa. Úsalo como insumo de bono o evaluación de desempeño — el equipo entiende inmediatamente que sí cuenta.

03

PARTE TRES

Referencia por módulo.

Los 18 módulos del panel mytuki.com, uno por uno. Cada uno con para qué sirve, cuándo se usa, paso a paso con captura, casos de uso y errores comunes.

Acceso y sesión.

Es la puerta de entrada al panel. Aquí se inicia sesión, se gestiona el perfil del usuario en sesión y se cierra sesión cuando termina la jornada.

Referencia rápida

Para qué sirve. Iniciar y cerrar sesión en el panel.

Cuándo se usa. Al iniciar la jornada y al terminarla.

Quién lo usa. Todos los roles.

URL. <https://mytuki.com>

Cómo iniciar sesión

1. Abre **mytuki.com** en tu navegador. Funciona en Chrome, Safari, Edge y Firefox versiones recientes.
2. Captura tu correo electrónico y tu contraseña en los campos del formulario.
3. Si entras desde una computadora compartida, NO marques '**Recordar usuario**'.
4. Haz clic en **ENTRAR**. Llegarás al Dashboard (módulo Inicio).

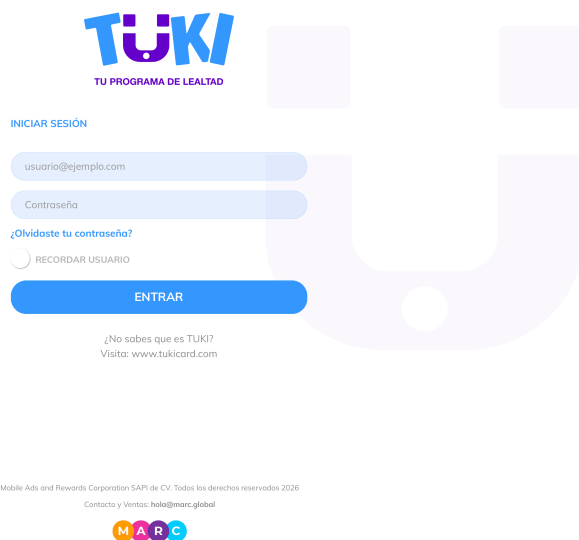


Figura 1.1 Pantalla de inicio de sesión en mytuki.com.

Cambiar contraseña / recuperar acceso

Si olvidaste tu contraseña, haz clic en '**¿Olvidaste tu contraseña?**' e ingresa tu correo. Tuki te envía un enlace de recuperación. El enlace expira en 60 minutos; si no lo recibes en 5 minutos, revisa la carpeta de spam.

Perfil del usuario en sesión

En la esquina superior derecha aparece tu foto de perfil. Al hacer clic se despliega tu nombre, correo y el botón **Cerrar sesión**. Úsalo al terminar tu jornada — especialmente si el equipo comparte computadora.

Errores comunes

- **'Usuario o contraseña incorrectos'**: verifica que el correo esté escrito sin espacios. La contraseña distingue mayúsculas.
- **No recibo el correo de recuperación**: el remitente es *no-reply@tukicard.com*. Revisa spam y marca como 'no es spam'.
- **El panel se quedó cargando indefinido**: cierra el navegador y vuelve a abrir. Si persiste, vacía caché.
- **Quiero cambiar mi correo**: debe hacerlo el Administrador de Comercio desde Usuarios → Editar usuario.

Inicio (Dashboard).

Es la vista de salud del programa: cuatro KPIs comparados con el mes anterior y cuatro gráficas con la evolución diaria del mes en curso.

Referencia rápida

Para qué sirve. Lectura rápida del estado del programa.

Cuándo se usa. Diario (15 min). Es el primer módulo que abre todo rol.

Quién lo usa. Todos los roles, con foco en Director y Administrador.

URL. mytuki.com/commerces/{id}/loyalty/home

Los 4 KPIs

- **Afiliados en {Mes}** — clientes nuevos que se afiliaron al programa este mes. Comparativo vs mes anterior.
- **Visitas en {Mes}** — tickets registrados con cliente afiliado identificado.
- **Redenciones en {Mes}** — recompensas y cupones canjeados este mes.
- **Puntos otorgados en {Mes}** — total de puntos generados por consumo de afiliados.

Las 4 gráficas (con filtro 'Este mes')

Debajo de las tarjetas hay cuatro gráficas con la evolución diaria del mes: Indicadores de clientes afiliados, Indicadores de visitas, Indicadores de redenciones e Indicadores de puntos otorgados. Cada una muestra un promedio del periodo en la esquina superior derecha. Al pasar el cursor sobre una barra, ves el valor exacto de ese día.

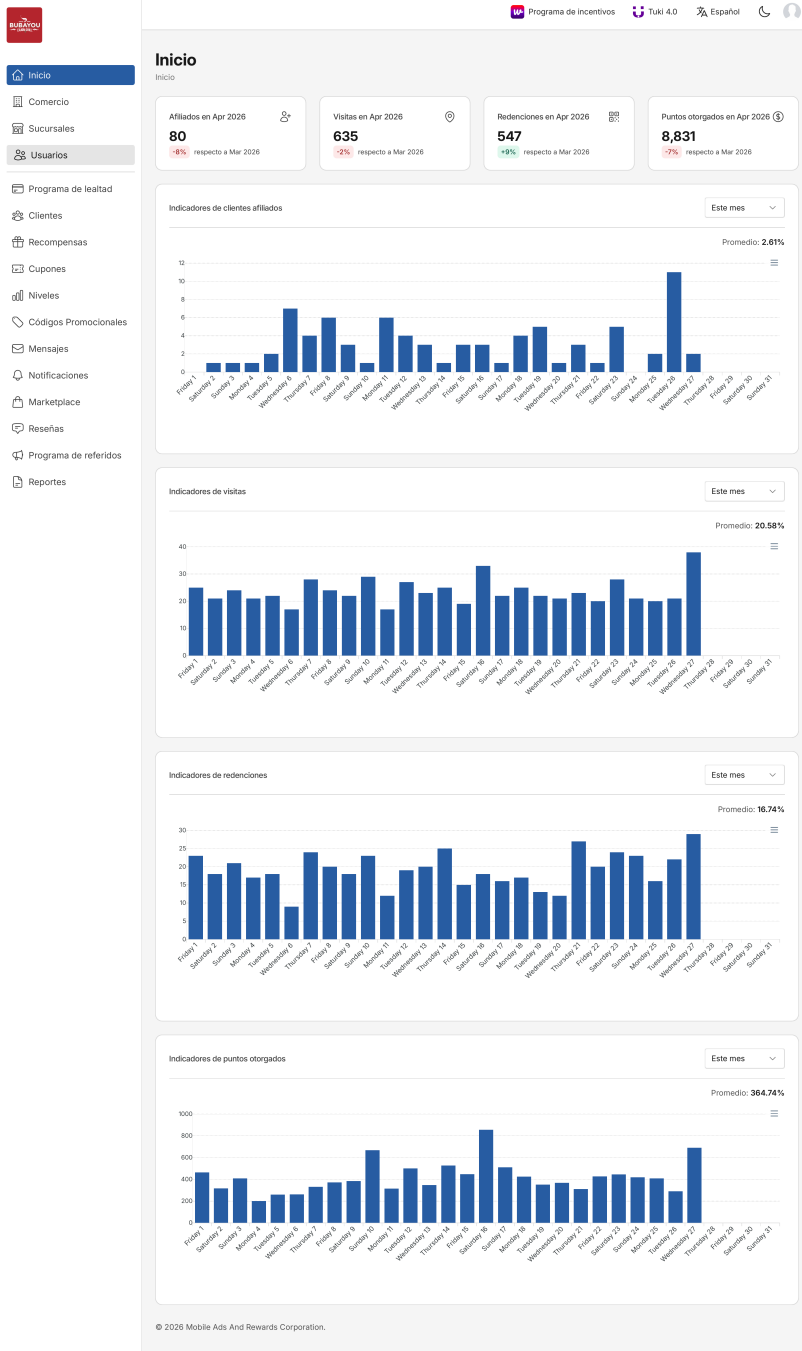


Figura 2.1 Vista del Dashboard con los 4 KPIs y las 4 gráficas.

Cómo leer el Dashboard

- 1. Empieza por las 4 tarjetas:** el % de cambio te dice si vas mejor o peor que el mes pasado.
- 2. Si una métrica cayó:** abre la gráfica correspondiente para ver en qué día se rompió la tendencia.
- 3. Cruza con el calendario:** ¿pasó algo ese día? (cierre por mantenimiento, lluvia fuerte, promoción de la competencia).
- 4. Decide:** ¿es ruido o tendencia? Si son 2+ días seguidos, abre el módulo que controla esa métrica.

Filtros del periodo

Cada gráfica tiene su propio filtro 'Este mes'. Puedes cambiar a periodos distintos en cada gráfica de forma independiente. Para análisis trimestral ajusta las cuatro al mismo periodo y compáralas lado a lado.

Errores comunes

- **Una métrica está en 0:** verifica que tu POS esté conectado (módulo Soft Restaurant) y que el esquema de puntos esté activo.
- **El % de cambio no aparece:** el mes anterior no tenía datos. Espera al cierre del segundo mes operando para tener comparativo.
- **La gráfica se ve cortada:** reduce el zoom de tu navegador (Cmd/Ctrl + -) o pasa a pantalla completa.

Comercio.

La identidad de tu comercio en Tuki: nombre, logo, eslogan, descripción, categorías, políticas y términos, enlaces a redes y delivery, y galería de imágenes.

Referencia rápida

Para qué sirve. Mantener actualizada la identidad pública del comercio en la app del cliente.

Cuándo se usa. Al implementar Tuki y cada vez que cambia un dato (logo, eslogan, enlace).

Quién lo usa. Administrador de Comercio.

Tiempo estimado. 10–15 min para una alta completa.

Información general

El bloque de información general controla cómo te ven los afiliados en la app: logo, nombre del comercio, eslogan, descripción, categorías, zona horaria, país, estado y ciudad. La descripción debe ser corta (3–4 líneas) y específica — no copies texto genérico.

restricción y pega los textos legales aprobados por tu asesor.

Información de contacto y enlaces

Aquí van todos los enlaces: correo, web, redes sociales (Facebook, Instagram, X, LinkedIn, Blog), WhatsApp, plataformas de delivery (Uber, Didi, Rappi, E-delivery), reservaciones y menú. Solo llena los que apliquen — los campos vacíos no se muestran al cliente.

Enlace a Web App

Obtén el código QR de tu Web App para imprimir en POP, mesa, mostrador o etiqueta. Ese QR lleva al cliente directo al programa, sin tener que descargar una app nativa.

Errores comunes

- **Subo el logo y se ve borroso:** el archivo era de baja resolución. Sube el original (mínimo 200×200 px).
- **Las imágenes de galería no se muestran:** superaron el tamaño máximo 320×240. Redimensiona antes de subir.
- **El cliente no ve mi WhatsApp:** verifica que el número esté escrito con código de país (529981234567 para México).
- **Quiero quitar una categoría:** haz clic en la X dentro del campo Categorías y guarda.

Cartera digital.

El diseñador de la tarjeta de lealtad para Apple Wallet y Google Wallet. El cliente la guarda en su teléfono y ahí ve sus puntos, su nivel y su código para la caja, sin abrir la app.

Referencia rápida

Para qué sirve. Diseñar y publicar la tarjeta del comercio en Apple Wallet y Google Wallet, y enviar avisos a las tarjetas activas.

Cuándo se usa. Al activar la cartera, al cambiar la imagen de marca y cada vez que quieras mandar un aviso.

Quién lo usa. Administrador de Comercio. Los demás roles no ven el módulo.

Disponibilidad. Tuki lo activa por comercio. Si no aparece en el menú, solicítalo a Tuki.

URL. mytuki.com/commerces/{id}/loyalty/pass-designer

Antes de empezar

- **Tuki activa el módulo por comercio.** Si no está activo, no aparece en el menú y tampoco se puede entrar escribiendo la dirección.
- **Activar el módulo no publica nada:** solo abre la pantalla para que configures la tarjeta.
- **El botón que ve el cliente es otra activación.** El botón “Apple Wallet” / “Google Wallet” de la pantalla “Mi código” de la app lo activa Tuki (“Guardar en Wallet”). Diseñar la tarjeta no hace que aparezca el botón.

Cómo está organizada la pantalla

Arriba a la izquierda se ve la versión publicada (por ejemplo “Versión 3”) y avisos como **“borrador sin publicar”** o **“cambios sin guardar”**. Debajo hay cuatro pestañas: **General**, **Apple**, **Google** y **Avisos**. A la derecha, una vista previa del frente y el reverso en Apple, de la tarjeta en Google y de cómo se ven los avisos. Los datos del socio que aparecen son de ejemplo. Arriba a la derecha están los botones **Guardar borrador** y **Publicar**.

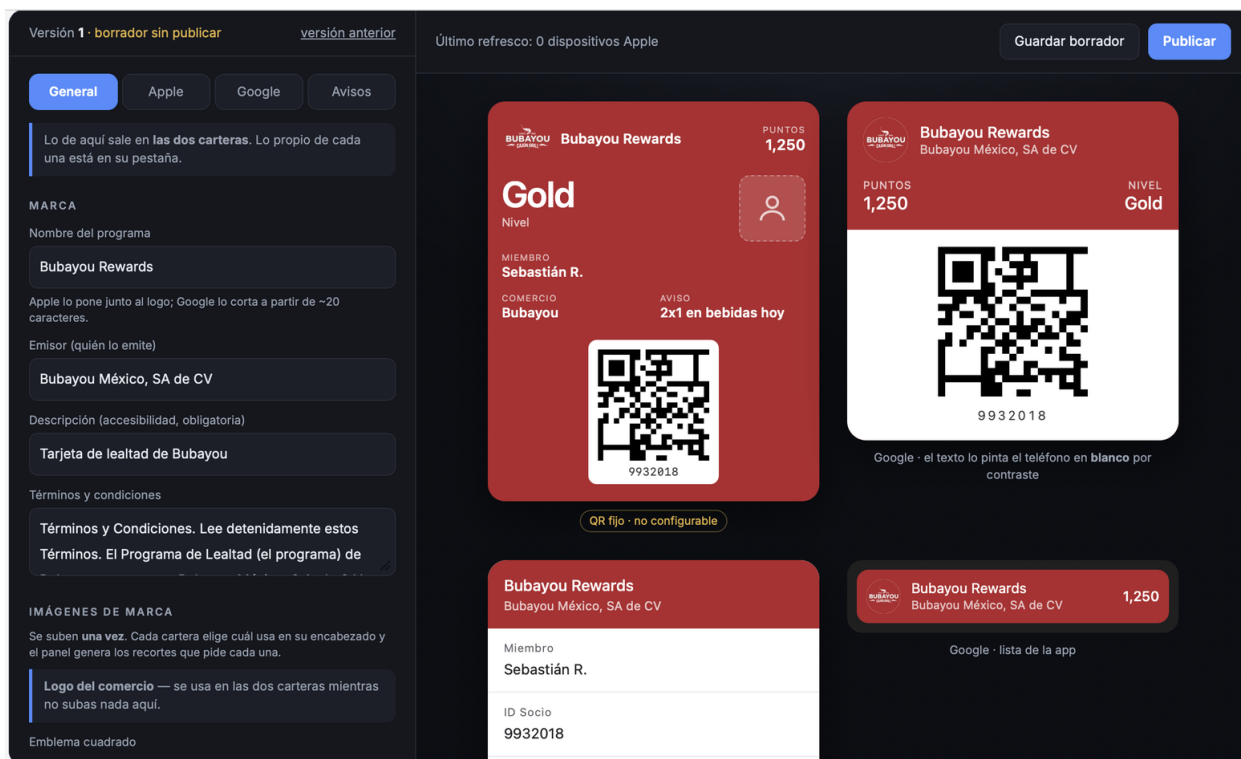


Figura 4.1 Diseñador de la Cartera digital, pestaña General, con la vista previa en Apple y Google.

Pestaña General (sale en las dos carteras)

Sección	Qué se configura
Marca	Nombre del programa (obligatorio, máximo 60 caracteres; Google lo corta a unos 20), Emisor, Descripción y Términos y condiciones.
Imágenes de marca	Emblema cuadrado (Google lo recorta en círculo; Apple lo usa como ícono) y Logotipo rectangular (horizontal, idealmente 16:5 y con fondo transparente). Se suben una vez y el panel genera los tamaños que pide cada cartera. PNG o JPG, máximo 3 MB. Si no subes nada, se usa el logo del comercio.
Color de marca	El fondo de la tarjeta. La pantalla avisa si el texto quedaría poco legible.
Etiquetas	Cómo se llaman los datos en la tarjeta: Puntos, Nivel, Miembro, Número de tarjeta.
Enlaces	Hasta 6: Sitio web (debe empezar con https://), Teléfono o Cómo llegar (usa la sucursal principal).
Sucursales y vigencia	“Mostrar el pase cerca de las sucursales” y el vencimiento: sin vencimiento, a los N días de emitirse o en una fecha fija. La tarjeta de lealtad normalmente no vence.

Pestaña Apple

- **Plantilla:** Banda de marca, Minimalista, Credencial o Cupón. Una plantilla solo reacomoda lo que ya está configurado; después puedes cambiar cada campo.
- **Estilo del pase:** Tarjeta de lealtad, Cupón o Credencial.

- **Encabezado:** qué logo usar y si se muestra el nombre del programa junto al logo.
- **Colores** de texto y etiquetas.
- **Fondo:** color sólido, degradado o imagen propia, con textura opcional. En Apple el fondo se convierte en una franja en la parte de arriba de la tarjeta.
- **Campos del frente y Reverso:** qué datos se muestran (puntos, nivel, nombre del socio, número de tarjeta, términos, dirección y teléfono de la sucursal, etc.).
- **Relevancia:** texto que aparece en la pantalla bloqueada cuando el cliente está cerca de una sucursal (por ejemplo “¡Estás cerca de {sucursal}!”) y a cuántos metros.
- **Comportamiento:** impedir que se comparta el pase y mostrar el aviso vigente del comercio.

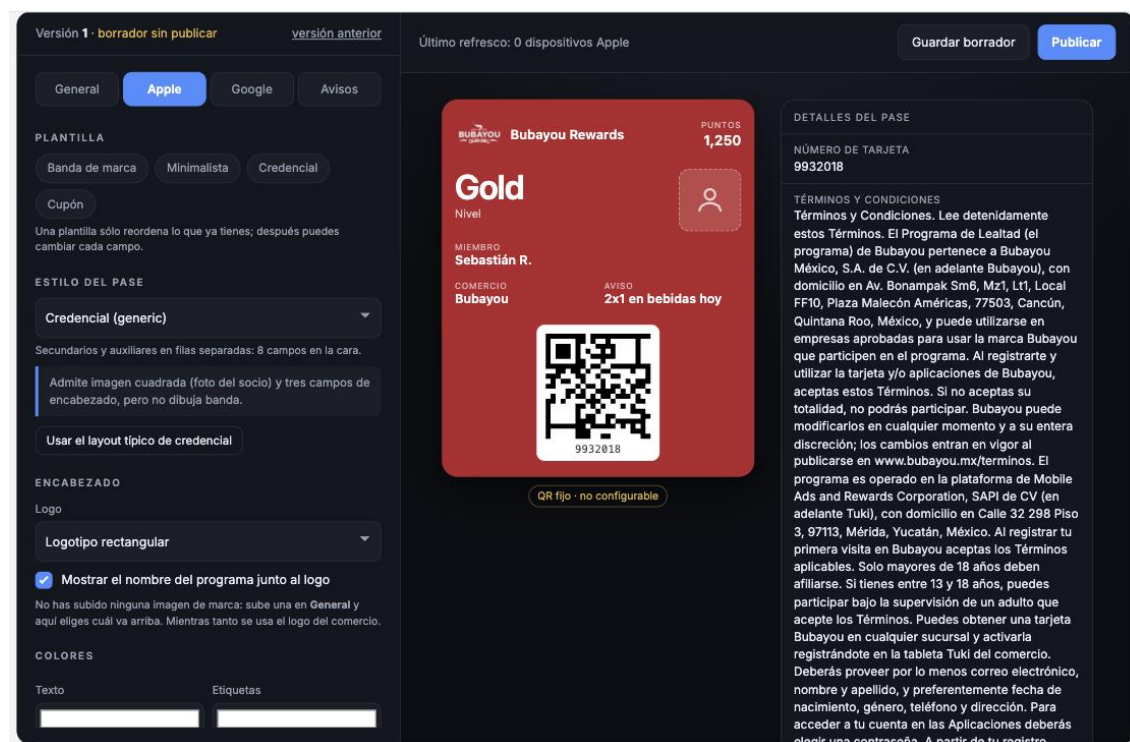


Figura 4.2 Pestaña Apple: plantilla, estilo del pase y encabezado, con el frente y el reverso de la tarjeta.

Pestaña Google

- **Plantillas:** Sólo puntos, Puntos y nivel, Tarjeta completa, Marca al frente.
- **Encabezado:** emblema en círculo con nombres, o logotipo rectangular.
- **Imagen principal** (1032×812 px). Se ve a todo el ancho debajo de los datos.
- **Cara de la tarjeta:** hasta 3 filas de 3 datos.
- **Puntos y nivel:** formato de número entero o dinero, y si se publica el nivel.
- **Código:** siempre QR; debajo puede ir el número de tarjeta o un texto propio.

- **Detalles:** hasta 10 bloques de información.
- **Comportamiento:** “Notificar cuando cambien los puntos” (Google permite máximo 3 notificaciones por día por tarjeta).
- **Botón sobre el pase:** texto y enlace.

Google guarda el diseño en su servidor: al publicar, se actualizan todas las tarjetas que tus clientes ya tienen guardadas.

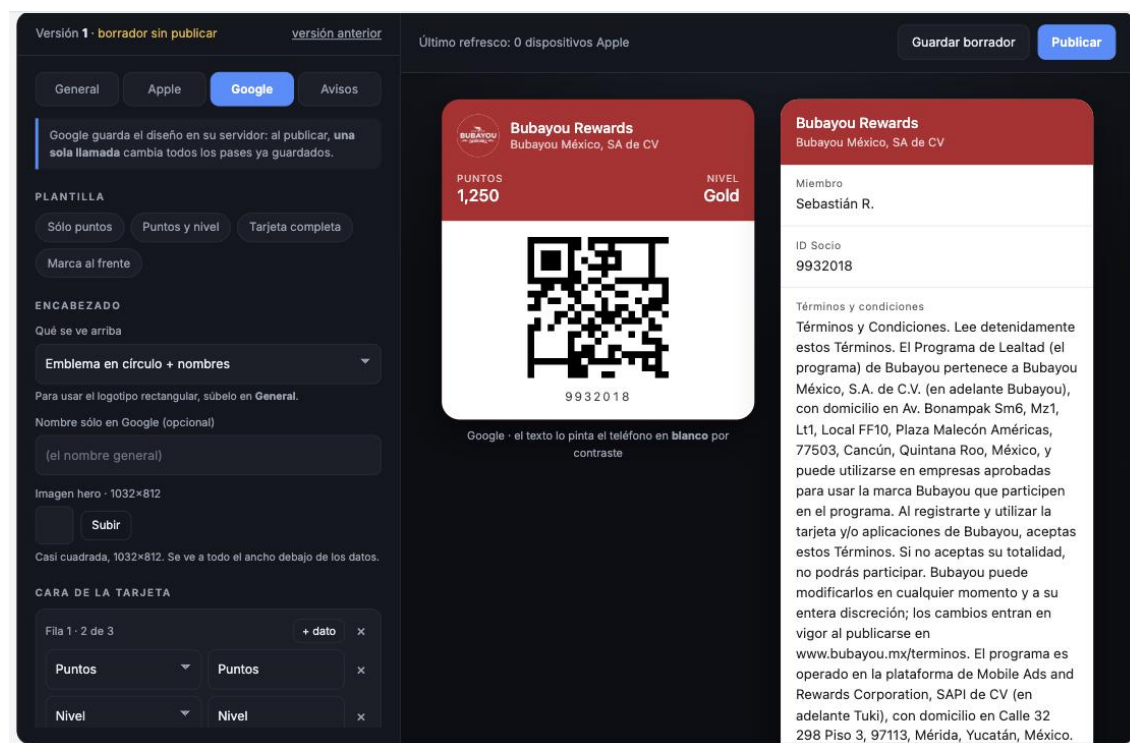


Figura 4.3 Pestaña Google: plantillas, encabezado, imagen principal y cara de la tarjeta.

Guardar borrador y Publicar

1. Configura General, Apple y Google. Revisa la vista previa de la derecha en cada pestaña.
 2. Da clic en **Guardar borrador** para guardar sin afectar a nadie. Aparece: “Borrador guardado. Los pases siguen con el diseño publicado.” El borrador vuelve a aparecer cuando entras otra vez.
 3. Cuando el diseño esté listo, da clic en **Publicar** y confirma. El diseño pasa a ser el que usan **las tarjetas nuevas y las que tus clientes ya tienen guardadas**.
 4. Si algo está mal, aparece un mensaje con el detalle (por ejemplo “La URL debe ser https” o “El color debe ser #RRGGBB”). Corrígelo y vuelve a publicar.
- **Apple:** los teléfonos que ya tienen la tarjeta reciben un aviso silencioso y la vuelven a descargar solos.
 - **Google:** se actualizan todas las tarjetas guardadas.
 - **Sin cambios, sin aviso:** si el diseño no cambió respecto al publicado, no se notifica a nadie.

Pestaña Avisos: mensaje a todas las tarjetas

Sirve para mandar un mensaje a todas las tarjetas activas, por ejemplo una promoción del día. **No cambia el diseño.**

1. Escribe el **Título** (máximo 60 caracteres) y el **Mensaje** (máximo 500).
2. Deja marcado “**Notificar al teléfono**” si quieres que le suene al cliente. Sin esta opción, en Google el mensaje queda dentro de la tarjeta sin sonar; en Apple el aviso siempre llega. Google permite máximo 3 notificaciones cada 24 horas por tarjeta; pasado el tope, el mensaje se guarda igual pero en silencio.
3. Da clic en **Enviar aviso** y confirma.

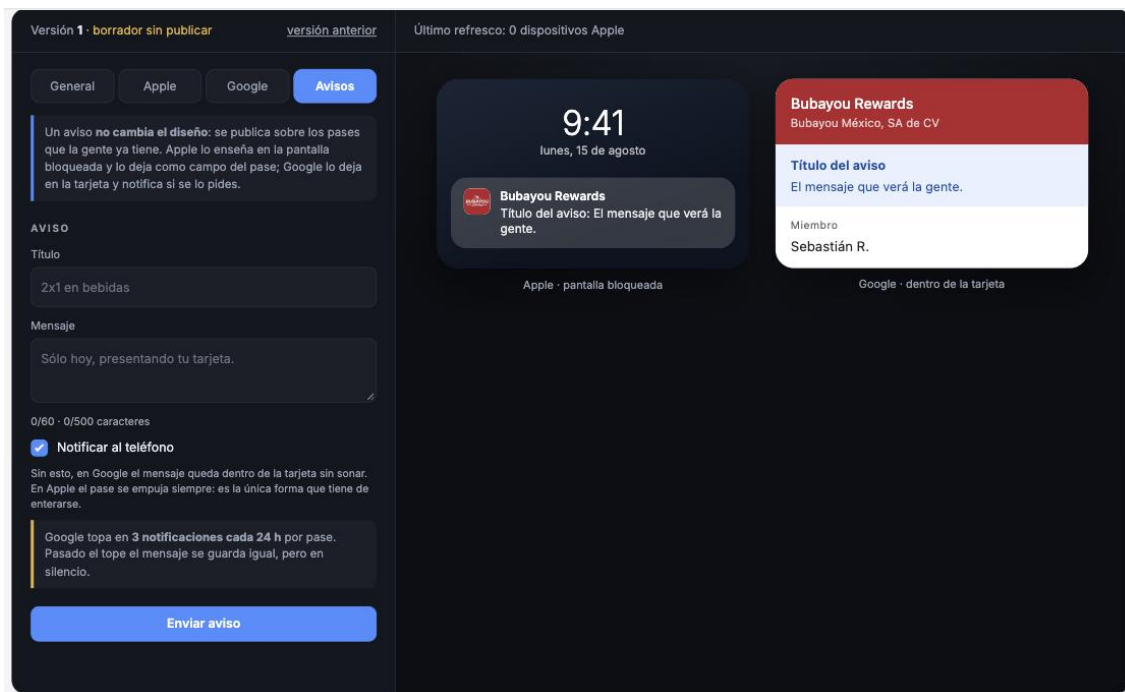


Figura 4.4 Pestaña Avisos con la vista previa en la pantalla bloqueada de Apple y dentro de la tarjeta de Google.

Importante

El aviso **no se puede deshacer**. Al terminar, la pantalla muestra a cuántas tarjetas llegó. Quien no tiene la tarjeta registrada para actualizaciones no recibe nada. Revisa ortografía, fechas y vigencia de la promoción antes de enviar.

Caso de uso

Un restaurante publica su tarjeta con plantilla **Puntos y nivel** en Google y **Banda de marca** en Apple, con el texto de relevancia “¡Estás cerca de {sucursal}! Pide tu 2x1 en bebidas” a 100 metros. Un martes flojo manda desde **Avisos** “2x1 en bebidas hoy” con notificación al teléfono. El cliente lo ve en la pantalla bloqueada sin haber abierto la app.

La tarjeta en el Wallet es presencia, no un folleto.

Cada aviso compite por atención en la pantalla bloqueada del cliente. Úsalos para ofertas con fecha y razón concreta; si mandas avisos genéricos, el cliente desactiva las notificaciones y pierdes el canal.

Errores comunes

- **No veo “Cartera digital” en el menú:** Tuki no lo ha activado para el comercio, o tu usuario no es Administrador de Comercio.
- **Publiqué la tarjeta y mis clientes no ven el botón para guardarla:** el botón de la app lo activa Tuki (“Guardar en Wallet”). Solicítalo a Tuki.
- **El cajero no puede escanear la tarjeta del Wallet:** el código de la tarjeta va siempre en formato seguro. Soft Restaurant sí lo lee; las tabletas con Tuki Comercio no. Si cobras con Tuki Comercio, el cliente debe mostrar el código desde la app.
- **El nombre del programa se ve cortado en Google:** Google lo corta a unos 20 caracteres. Usa un nombre corto o llena “Nombre sólo en Google” en la pestaña Google.
- **Guardé y mis clientes siguen viendo el diseño anterior:** guardaste borrador. Solo **Publicar** actualiza las tarjetas.
- **“La URL debe ser https”:** los enlaces de sitio web deben empezar con https://.

Personalizar app.

Cambia los colores de la app propia del comercio y elige qué datos se le piden a los clientes. Los cambios llegan a las apps ya instaladas, sin publicar una versión nueva en las tiendas.

Referencia rápida

Para qué sirve. Ajustar los colores de la app y definir qué datos se piden al registrarse y en el perfil.

Cuándo se usa. Al lanzar la app propia, en un cambio de imagen o al decidir qué información necesitas de tus clientes.

Quién lo usa. Administrador de Comercio. Los demás roles no ven el módulo.

Disponibilidad. Solo comercios con **app propia** (app con su marca en las tiendas) y con el módulo activado por Tuki. Los cambios se ven en esa app, no en la app Tuki.

URL. mytuki.com/commerces/{id}/loyalty/appearance

Al entrar aparece “¿Qué quieres personalizar?” con dos opciones. **Colores del app** muestra a la derecha los colores en uso (o “Sin configurar”); **Datos y seguridad** define qué datos se le piden al cliente.

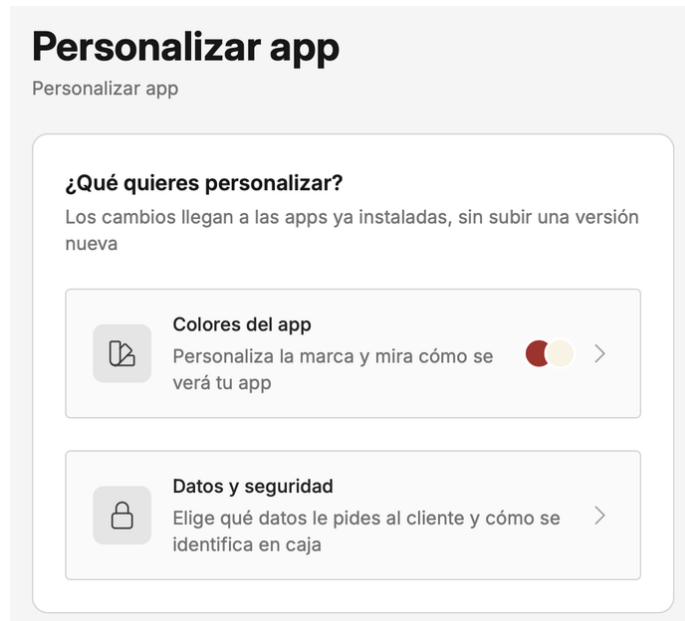


Figura 5.1 Pantalla de entrada de Personalizar app.

Colores del app: paso a paso

1. Entra a **Personalizar app > Colores del app**.

2. Elige los tres colores (tabla abajo). Cada uno se puede elegir con el selector o escribiendo el código, por ejemplo #B0292E.
3. Revisa la **vista previa**: dos teléfonos con las pantallas “Inicio” y “Mi código”, en modo **Claro** u **Oscuro**. Los puntos y recompensas que aparecen son de ejemplo.
4. Da clic en **Guardar y aplicar a la app**. Aparece: “Colores guardados: se aplican en el app al volver a abrirla”.

Campo	Para qué se usa	Valor inicial
Color principal	El color de la marca. Pinta la tarjeta de puntos y los fondos más importantes.	#B0292E
Color de detalles	El que llama la atención: botones, etiquetas de puntos, ofertas y el menú activo.	#FFD700
Color de fondo (modo claro)	El fondo de las pantallas cuando la app está en modo claro. Sugerencias: Gris claro, Blanco, Crema, Azulado y Oscuro.	#F5F5F7

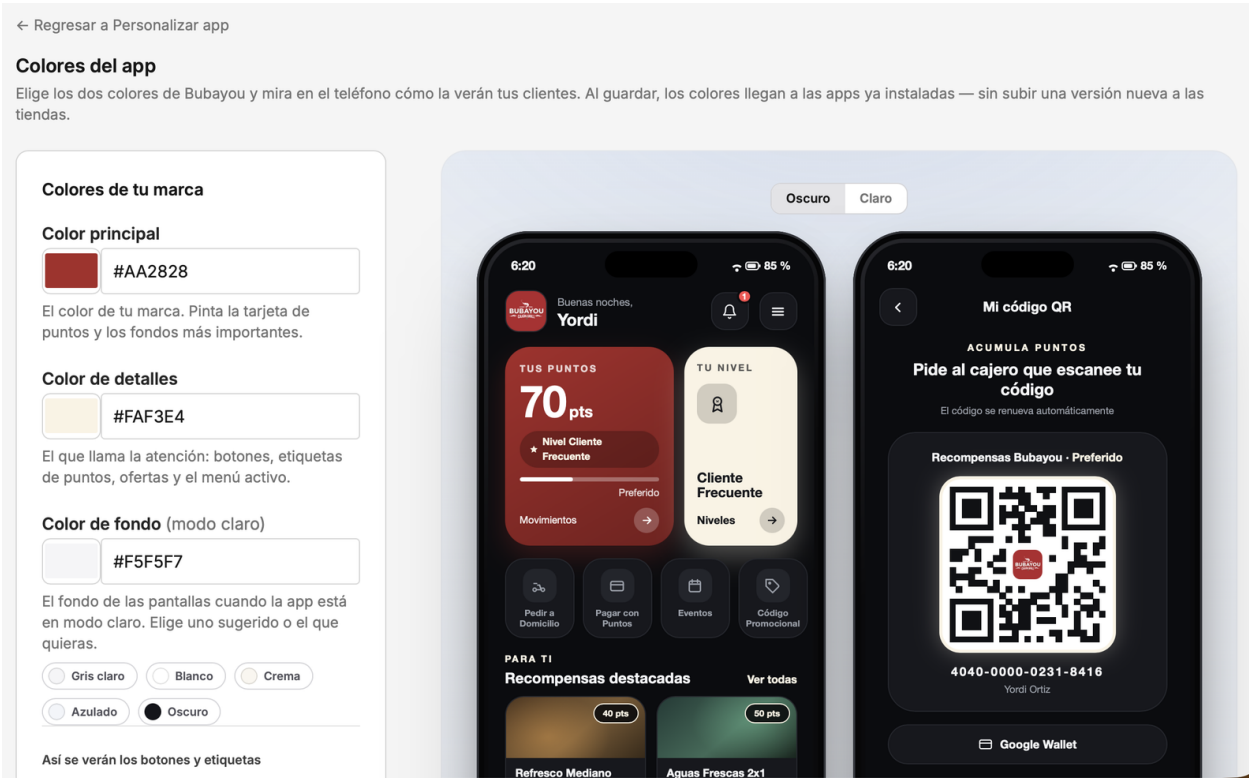


Figura 5.2 Colores del app con la vista previa en modo oscuro de las pantallas Inicio y Mi código.

Ayudas de la pantalla

- “¿Buscas inspiración?”: combinaciones listas para probar (Rojo y oro, Azul marino, Bosque, Uva, Nocturno, Cítrico).
- “¿Te mandaron un diseño?”: sube o pega (Ctrl+V) una imagen del diseño de la marca y la pantalla propone sus colores principales. Con “Usar de principal” o “Usar de detalles” se aplican. La imagen no se guarda; solo se usa para tomar los colores.

- **“Tomar un color de mi pantalla”:** toma un color de cualquier parte de la pantalla. Solo en Chrome y Edge.
- **Avisos automáticos:** si los dos colores se parecen mucho, avisa que los botones no se van a distinguir. En modo oscuro la app usa una versión ajustada del color y la pantalla muestra cuál. Si el fondo es oscuro, la app usa textos claros.
- **“Deshacer mis cambios”** regresa a los colores principal y de detalles que están en uso.

Cuándo lo ven los clientes

La próxima vez que abran la app o regresen a ella. No hay borrador: al guardar, el cambio queda activo. El **logo, el ícono y el nombre de la app no cambian desde aquí**; eso requiere una versión nueva de la app y se solicita a Tuki.

Datos y seguridad

Define qué datos se piden al registrarse y en el perfil. **El correo y la contraseña siempre se piden.** Cada dato tiene tres opciones:

Opción	Qué pasa en la app
No se ve	El dato no aparece en el registro ni en el perfil. Lo que el cliente ya había guardado no se borra.
Opcional (valor inicial)	Aparece, pero el cliente puede dejarlo vacío.
Obligatorio	Se pide a todos, incluidos los clientes que ya tenían cuenta.

Dato	Nota
Apellido	Aparece junto al nombre.
Teléfono	—
Fecha de nacimiento	Se captura una sola vez; después el cliente no la puede cambiar.
Género	Masculino, femenino u otro.
Nombre corto	Cómo prefiere que le llamen. Solo aparece en el perfil, no en el registro. Recomendación: déjalo como Opcional.

← Regresar a Personalizar app

Datos y seguridad

Qué información le pides a tus clientes en Bubayou y cómo se identifican en caja. Los cambios llegan a las apps ya instaladas, sin subir una versión nueva.

Datos que le pides a tus clientes

Elige qué información aparece al registrarse y en su perfil. El correo y la contraseña siempre se piden.

Apellido Aparece junto al nombre.	No se ve Opcional Obligatorio
Teléfono Ojo: pedirlo obligatorio manda un SMS de verificación por cada registro.	No se ve Opcional Obligatorio
Fecha de nacimiento Solo se registra una vez; después no se puede cambiar.	No se ve Opcional Obligatorio
Género Masculino, femenino u otro.	No se ve Opcional Obligatorio
Nombre corto Cómo prefiere que le llamen. Solo en el perfil.	No se ve Opcional Obligatorio

Lo **obligatorio** se le pide a todos: a quien le falte un dato obligatorio no podrá usar la app hasta completarlo (le aparece una pantalla para llenarlo). Por defecto todo es opcional, así que sin cambios nada se bloquea.

Figura 5.3 Datos y seguridad: qué datos se piden y con qué nivel de obligatoriedad.

Importante sobre “Obligatorio”

Si a un cliente le falta un dato obligatorio, al abrir la app le aparece la pantalla **“Completa tu perfil”** y no puede usar la app hasta llenarlo. Esto aplica también a clientes que ya tenían cuenta. Como todo viene en Opcional, sin cambios no se bloquea a nadie. Cada dato obligatorio es fricción: pide solo lo que de verdad vas a usar (por ejemplo, fecha de nacimiento si tienes recompensa de cumpleaños).

Campo personalizado

Permite pedir un dato propio además de los anteriores, por ejemplo RFC o número de socio.

1. Escribe el **nombre del dato** (máximo 40 caracteres). Es el nombre que verá el cliente. Si lo dejas vacío, no se pide nada.
2. Si el nombre se reconoce (RFC, CURP, código postal, teléfono, placa, NSS, número de socio), aparece una **Sugerencia** con las reglas típicas. Con **Aplicar** se llenan solas.
3. Elige el **Tipo de dato**: Texto, Número o Fecha.
4. Elige si **es obligatorio**: Opcional u Obligatorio.
5. Define las **Reglas de validación** (no aplican para Fecha): Mínimo y Máximo de caracteres (o de dígitos si es Número), que son obligatorios, y **Permitir** (solo Texto): Cualquier caracter, Solo letras, o Letras y números.
6. Da clic en **Guardar y aplicar a la app**. Aparece “Cambios guardados: se aplican en la app al volver a abrirla”. No hay borrador.

Campo personalizado

Pide un dato propio además de los de arriba (RFC, número de socio, etc.). Escribete un nombre y define su tipo, si es obligatorio y cómo se valida.

Campo personalizado sin usar

El nombre que verá el cliente. Déjalo vacío para no pedir nada.

Escribe el nombre del dato (ej. RFC)

Tipo de dato

Texto

¿Es obligatorio?

Opcional Obligatorio

Reglas de validación

Mínimo * Máximo * Permitir

— — Cualquier caracter

Mínimo y máximo son obligatorios (la longitud cuenta caracteres, o dígitos si el tipo es Número).

Guardar y aplicar a la app

Figura 5.4 Campo personalizado con tipo de dato, obligatoriedad y reglas de validación.

El campo personalizado aparece en el registro y en el perfil. Si el cliente escribe algo que no cumple las reglas, la app le dice qué corregir (por ejemplo “Debe tener al menos 12 caracteres”).

Caso de uso

Un club deportivo con app propia sube el manual de marca en “¿Te mandaron un diseño?”, aplica sus colores y los revisa en modo claro y oscuro. En Datos y seguridad pone **Fecha de nacimiento** como Obligatorio (para su recompensa de cumpleaños) y crea el campo personalizado **Número de socio**, tipo Número, de 6 a 8 dígitos, Obligatorio. Antes de guardar, avisa a sus socios que la próxima vez que abran la app se les pedirán esos dos datos.

Errores comunes

- **No veo “Personalizar app” en el menú:** Tuki no lo ha activado, tu usuario no es Administrador de Comercio, o el comercio no tiene app propia.
- **Cambié los colores y mis clientes no los ven:** se aplican cuando el cliente vuelve a abrir la app. No hace falta actualizarla desde la tienda.
- **¿Puedo cambiar el logo o el nombre de la app desde aquí?** No. Eso requiere una versión nueva de la app; se solicita a Tuki.
- **Puse un dato como obligatorio y los clientes ya no pueden entrar:** así funciona; hasta que llenen el dato, la app les pide completarlo. Si no es indispensable, regrésalo a Opcional.

Sucursales.

Donde se crean, editan y consultan las sucursales del comercio. Tener bien capturada esta información permite que tus clientes localicen tus puntos de venta y reciban experiencias diferenciadas por sucursal.

Referencia rápida

Para qué sirve. Alta, edición y consulta de sucursales del comercio.

Cuándo se usa. Al implementar Tuki y cada vez que cambia un dato (apertura, cierre, traslado).

Quién lo usa. Administrador de Comercio (alta y edición) · Gerente de sucursal (consulta).

Tiempo estimado. 5 min por sucursal.

Cómo crear una sucursal

Crear una sucursal toma menos de cinco minutos. Antes de empezar, ten a la mano: nombre comercial, dirección con código postal, teléfono y zona horaria. Si manejas reservaciones por web, también el enlace.

- 1. Abre el módulo Sucursales** — desde el menú lateral, haz clic en 'Sucursales'.
- 2. Haz clic en la pestaña Nueva sucursal** — encima de la tabla de sucursales existentes.
- 3. Captura los datos obligatorios** — Nombre, Ciudad, Dirección completa, Teléfono. La zona horaria se autocompleta con la del comercio; ajústala si esta sucursal opera en otra.
- 4. Agrega los datos opcionales** — enlace de reservaciones, horario y notas internas.
- 5. Guarda** — al hacer clic en Almacenar, la sucursal aparece en la tabla y queda disponible para asignar a usuarios.

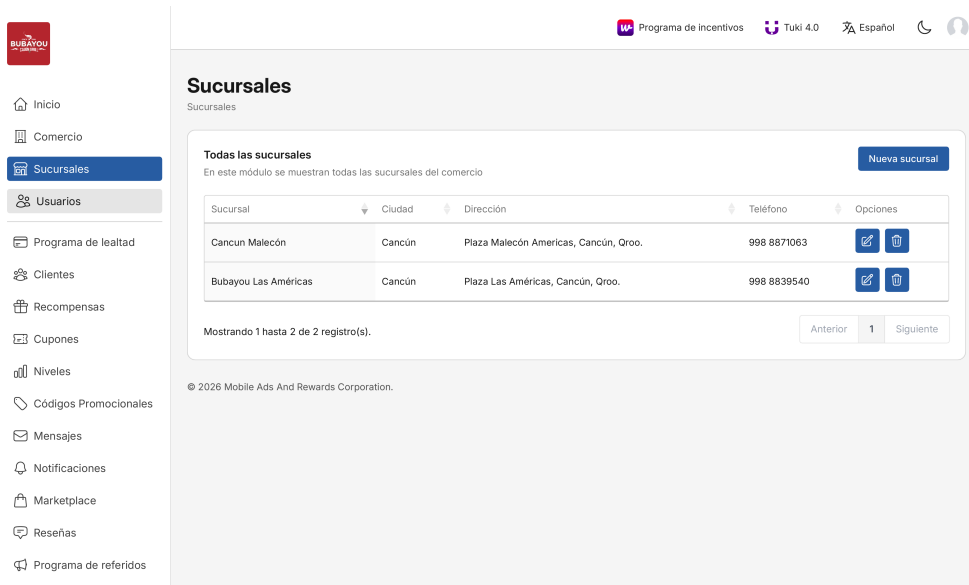


Figura 6.1 Vista del módulo Sucursales con la lista actual.

Tip operativo

Captura la dirección tal como aparece en Google Maps. Cuando los clientes piden navegación desde la app, Tuki abre Maps con esa misma cadena — si la escribes 'a tu manera', la ruta puede fallar.

Cómo editar una sucursal

En la tabla principal, haz clic en el ícono de editar (lápiz) de la sucursal que quieres modificar. Actualiza los campos que correspondan y guarda. Los cambios se reflejan en la app del cliente en menos de un minuto.

Errores comunes

- **La sucursal no aparece en la app del cliente:** revisa que la zona horaria y la dirección estén capturadas; sin esos campos Tuki la deja oculta.
- **No puedo asignar usuarios a una sucursal recién creada:** actualiza la página de Usuarios (Cmd+R en Mac, Ctrl+R en Windows).
- **Quiero eliminar una sucursal:** no se eliminan, se desactivan. Si necesitas removerla del todo, escribe a soporte@tukicard.com con la razón.
- **Costo de sucursal extra:** añadir una sucursal puede tener costo adicional según tu producto contratado. Confirma con tu comercial antes de habilitarla.

Usuarios y Roles.

Donde se gestionan las cuentas del equipo del comercio: altas, ediciones, asignación de rol y de sucursal. Cinco roles posibles, cada uno con permisos distintos.

Referencia rápida

Para qué sirve. Crear, editar y desactivar usuarios del equipo del comercio.

Cuándo se usa. Al implementar Tuki, contratar nuevo personal o cambiar puestos.

Quién lo usa. Administrador de Comercio (exclusivamente).

Roles. Admin de Comercio · Gerente de sucursal · Cajero · Soporte · Colaborador.

Los 5 roles del sistema

- **Admin. de Comercio:** visión completa. Configura el programa, gestiona usuarios, crea recompensas y campañas.
- **Gerente de sucursal:** opera su sucursal. Ve clientes, reseñas y reportes filtrados por su sucursal.
- **Cajero:** permisos mínimos. Consulta clientes para resolver dudas en piso. No configura nada.
- **Soporte Comercio:** atiende clientes de varias sucursales. Útil para call center interno.
- **Colaborador:** rol especial que genera un código único para promover recompensas exclusivas.

- Inicio
- Comercio
- Sucursales
- Usuarios**
- Programa de lealtad
- Cientes
- Recompensas
- Cupones
- Niveles
- Códigos Promocionales
- Mensajes
- Notificaciones
- Marketplace
- Reseñas
- Programa de referidos
- Reportes

Programa de incentivos
 Tuki 4.0
 Español

Usuarios

Usuarios

Ver todos los usuarios
 En este módulo se muestran todos los usuarios del comercio
 [Crear usuario](#)

Usuario	Rol	Sucursal	Código de colaborador	Fecha de creación	Opciones
Emiliano Jiménez emij03@hotmail.com	Admin. de Comercio			12 Jan 2026	
María del Carmen Pablo Luciano Maricarmen.mp45@gmail.com	Gerente de sucursal	Bubayou Las Américas		4 Aug 2025	
Cruz cante Ana María cruzcantanamaría4@gmail.com	Cajero	Bubayou Las Américas		4 Aug 2025	
Zeydy Tatiana escalante Brito tatis220293@gmail.com	Cajero	Bubayou Las Américas		4 Aug 2025	
Mirella Pablo Luciano Mirelapablo79@gmail.com	Cajero	Bubayou Las Américas		4 Aug 2025	
Fernanda Arvizu fernanda.arvizumendez@gmail.com	Admin. de Comercio			11 Jun 2025	
Xenia Campos xenicacampo2@gmail.com	Admin. de Comercio			11 Jun 2025	
Sofia sofia.26mi@gmail.com	Admin. de Comercio			11 Jun 2025	
Alberto Gerente Alberto941214@gmail.com	Gerente de sucursal	Cancun Malecón		4 Feb 2025	
Felipe Jimenez Lopez j.felipejunior@gmail.com	Cajero	Cancun Malecón		27 Jan 2025	

Mostrando 1 hasta 10 de 44 registro(s).

Anterior
 1
 2
 3
 4
 5
 Siguiente

© 2026 Mobile Ads And Rewards Corporation.

Figura 7.1 Lista de usuarios con su rol y sucursal asignada.

Cómo crear un usuario

1. Abre el módulo **Usuarios** y haz clic en la pestaña **Crear usuario**.
2. Captura **Nombre**, **Correo electrónico** (debe ser único), elige **Rol** y **Sucursal asignada**.
3. Define **Contraseña**: automática (Tuki genera y envía por correo) o manual (la fijas tú y la entregas en persona).
4. Haz clic en **Almacenar**. El usuario recibe el correo de bienvenida y puede entrar inmediatamente.

Cómo editar un usuario o cambiar contraseña

En la tabla principal, haz clic en el ícono de editar del usuario. Puedes actualizar Nombre, Rol y Sucursal, y restablecer contraseña (Tuki la envía por correo nuevamente). No es posible cambiar el correo electrónico — para eso debes desactivar al usuario y crear uno nuevo.

Generar código de Colaborador

Al crear o editar un usuario con rol **Colaborador**, Tuki genera automáticamente su código único. Ese código aparece en la tabla de Usuarios (columna 'Código de colaborador'). El colaborador lo usa para promover recompensas activadas para colaboradores (ver rol Colaborador, pág. 20).

TUKI · MANUAL DE USO · 2026

Versión 30 sep 2026

45 / 102

Importante

No reutilices correos electrónicos. Si un cajero deja de trabajar y entra otro, **desactiva** al anterior y crea uno nuevo. Reutilizar correos rompe la trazabilidad de quién hizo qué — y en una auditoría de operación es exactamente lo que vas a necesitar.

Errores comunes

- **'Este correo ya existe':** el correo ya está asociado a otro usuario (tuyo o de otro comercio Tuki). Usa otro.
- **El usuario no recibe el correo de bienvenida:** revisa spam. Si no llega, restablece su contraseña manualmente.
- **El cajero ve más módulos de los que debería:** verifica que su Rol esté como Cajero y guarda. Algunos roles cachan al cambiar.
- **Quiero dar de baja a un empleado:** haz clic en el ícono de basura en la tabla y confirma. Eso desactiva el acceso al instante.

Programa de Lealtad.

El corazón configurable del programa. Aquí se define cómo se otorgan puntos, su vigencia, qué funcionalidades están habilitadas (niveles, eventos, referidos) y las reglas de transacción.

Referencia rápida

Para qué sirve. Configurar el esquema de puntos y las reglas operativas del programa.

Cuándo se usa. Al implementar (configuración inicial) y cada vez que se decide cambiar una regla.

Quién lo usa. Administrador de Comercio.

Cuidado. Cambios aquí afectan a TODOS los afiliados. Documenta cualquier ajuste.

Personalización (pestaña 1)

- **Nombre del programa** — cómo lo nombras en la app del cliente (por defecto: 'Recompensas {Comercio}').
- **Nombre de puntos + abreviatura** — palabra que ves en pantalla (Puntos, Estrellas, Kilómetros, etc.).
- **Imagen de tarjeta de visita** — 768×400 px. Es la imagen que ve el cliente al abrir tu programa en la app.

- **Autoregistro de puntos** — el cliente puede registrar él mismo su ticket (escaneando foto), con vigencia X horas.
- **Vigencia de tarjetas físicas** — fechas de validez para tarjetas impresas.
- **Vigencia de puntos** — meses tras los cuales un punto sin redimir expira. Recomendado: 6 meses.
- **Restablecimiento de puntos** — borra periódicamente los puntos sin redimir.
- **Permitir pago con puntos** — el cliente paga total o parcialmente con puntos.
- **Permitir compra de puntos** — el cliente compra puntos con dinero desde la app.
- **Permitir otorgar créditos** — el equipo (gerente/cajero/soporte) puede dar crédito al cliente.
- **Permitir reseñas + puntos por reseña** — habilita el módulo Reseñas y opcionalmente recompensa con puntos.
- **Habilitar niveles + prioridad automáticos/manuales** — activa el módulo Niveles.
- **Habilitar eventos** — habilita recompensas tipo evento.
- **Habilitar programa de referidos** — activa el módulo Programa de Referidos.

Recomendación de configuración inicial

Para arrancar limpio: esquema por consumo a 5–7%, vigencia 6 meses, tiempo de espera entre visitas 6 horas, otorgar puntos de primera visita ON, niveles ON (con prioridad a manuales para usar Socio Canirac y Empleado de Plaza si aplica), eventos OFF (los habilitas cuando lances tu primer evento), referidos ON después del primer mes operando.

Errores comunes

- **Los clientes acumulan puntos sin gastar más:** revisa 'Tiempo de espera entre visitas' — si está en 0, cada ticket suma.
- **Cambié el esquema y los puntos viejos no se ajustaron:** correcto — los cambios aplican prospectivamente. Para corregir el pasado debes contactar a soporte.
- **Habilité niveles y no aparecen en la app del cliente:** verifica que tengas al menos UN nivel creado en el módulo Niveles. Sin niveles creados, el toggle queda vacío.
- **El cliente reclama que no le acreditaron sus puntos:** primer chequeo, ¿el ticket está dentro del límite diario? Segundo, ¿el POS estaba conectado?

Clientes.

Es la base de datos completa de afiliados. Aquí consultas su estado de cuenta (puntos y créditos), historial de movimientos y, si tu rol lo permite, ajustes manuales.

Referencia rápida

Para qué sirve. Consultar y gestionar afiliados individuales.

Cuándo se usa. Ante una consulta o queja específica de un afiliado.

Quién lo usa. Admin (acceso total) · Gerente (consulta) · Cajero (consulta básica).

Volumen típico. Decenas a miles. Bubayou demo tiene 57,402 registros.

Lista principal

La tabla muestra ID del afiliado, nombre y correo, tipo de cuenta (Principal o Secundaria), teléfono, género, dispositivo (android/iOS), última actividad y opciones. Puedes buscar por nombre, correo o teléfono usando el buscador, y ordenar por cualquier columna haciendo clic en su encabezado.

- Inicio
- Comercio
- Sucursales
- Usuarios
- Programa de lealtad
- Clientes**
- Recompensas
- Cupones
- Niveles
- Códigos Promocionales
- Mensajes
- Notificaciones
- Marketplace
- Reseñas
- Programa de referidos
- Reportes

Programa de incentivos

Tuki 4.0

Español

Clientes

Clientes

Todos los clientes

En este módulo podrás acceder a la información de tus clientes y ver sus movimientos

Buscar

ID	Cliente	Tipo de cuenta	Teléfono	Género	Dispositivo	Última actividad	Opciones
#4040000302302	cruz alejandra uc ucalejandra23@gmail.com	Principal	+52 9982151462			28 May 2026	
#4040000075216	Gustavo Sacramento Sacramento gsacramento@gmail.com	Principal	9981858839	Masculino	android	28 May 2026	
#4040000740321	Haydee Ortiz ortizhaydee@gmail.com	Principal	+52 9982255216			27 May 2026	
#4040000814319	Jocelyn Gabriela Cruz jocelyn.gabriela81@gmail.com	Principal	+52 9984869839			27 May 2026	
#4040000079290	Jose Roberto Brindis Cruz rbrindis2002@clout.com	Principal	+52 9981401424			27 May 2026	
#4040000330310	Mariangel Perez mariangel_perez_renda@hotmail.com	Principal	+52 9997496683			27 May 2026	
#4040000155310	Rebeca Pool poolnatalia9@gmail.com	Principal				27 May 2026	
#4040000811319	Alison Garcia alisongr114@gmail.com	Principal	+52 7442233331			27 May 2026	
#4040000333317	Carlos Vazquez sup2@pro.mx	Principal	+52 9995511389			27 May 2026	
#4040000195298	Estanislao zurian azur1981@gmail.com	Principal				27 May 2026	

Mostrando 1 hasta 10 de 57,402 registro(s).

Anterior

1

2

3

4

5

...

5741

Siguiente

© 2026 Mobile Ads And Rewards Corporation.

Figura 9.1 Lista de clientes afiliados con búsqueda y paginación.

Detalle del afiliado

Al hacer clic sobre un cliente entras a su detalle. Verás: **Resumen de estado de cuenta** (puntos disponibles y crédito), **datos personales** (nombre, apellidos, fecha de nacimiento) editables, y la **tabla de movimientos** con todas sus transacciones: visitas, recompensas canjeadas, puntos expirados, ajustes manuales. Cada fila incluye fecha y hora, sucursal, tipo de transacción, detalles, ticket y balance al cierre.

Cómo investigar una incidencia

1. Busca al cliente por correo, teléfono o ID y abre su detalle.
2. Revisa **Última actividad** — ¿coincide con lo que reporta el cliente?
3. Abre la **Tabla de movimientos** y filtra por la fecha del reclamo.
4. Cruza con el ticket reportado por el cliente. Si la transacción no aparece, el POS no la registró.
5. Si hay que ajustar, documenta el caso (correo a soporte, nota interna) ANTES de hacer cualquier cambio.

Exportar movimientos

El detalle del cliente tiene botón **Exportar** para descargar todos sus movimientos en CSV. Útil para reclamaciones, demandas o análisis específicos. No abuses — solo cuando la situación lo requiera, por privacidad.

Errores comunes

- **No encuentro al cliente:** verifica que esté escrito como se afilió. Prueba con teléfono completo (529981234567).
- **El cliente tiene cuenta duplicada:** reporta a soporte con los dos IDs. NO intentes consolidar tú; se hace en backend.
- **Quiero ajustar puntos:** solo el rol Admin puede. Y siempre con justificación documentada.
- **El cliente dice que su última visita fue ayer y no aparece:** revisa esquema de puntos activo y conexión del POS de la sucursal donde estuvo.

Recompensas.

El catálogo de lo que el cliente puede obtener con sus puntos. Cuatro tipos distintos según el momento del customer journey en que se entregan.

Referencia rápida

Para qué sirve. Definir qué recompensas pueden canjear los afiliados.

Cuándo se usa. Al lanzar el programa (5–10 recompensas iniciales) y cada cambio de menú/temporada.

Quién lo usa. Administrador de Comercio.

Tipos. General · Para cupones · Solo hoy · Para evento.

Los 4 tipos de recompensa

- **Recompensa (general):** redimible por todos los clientes. Cuesta puntos. Es el catálogo permanente.
- **Recompensa para cupones:** se adjunta a un cupón promocional. El cliente no la ve sola; aparece al canjear el cupón.
- **Recompensa solo hoy:** disponible solo durante el rango de fechas que defines (Disponible desde / Disponible hasta).
- **Recompensa para evento:** se adjunta a un evento. Requiere que tengas 'Habilitar eventos' ON en Programa de Lealtad.

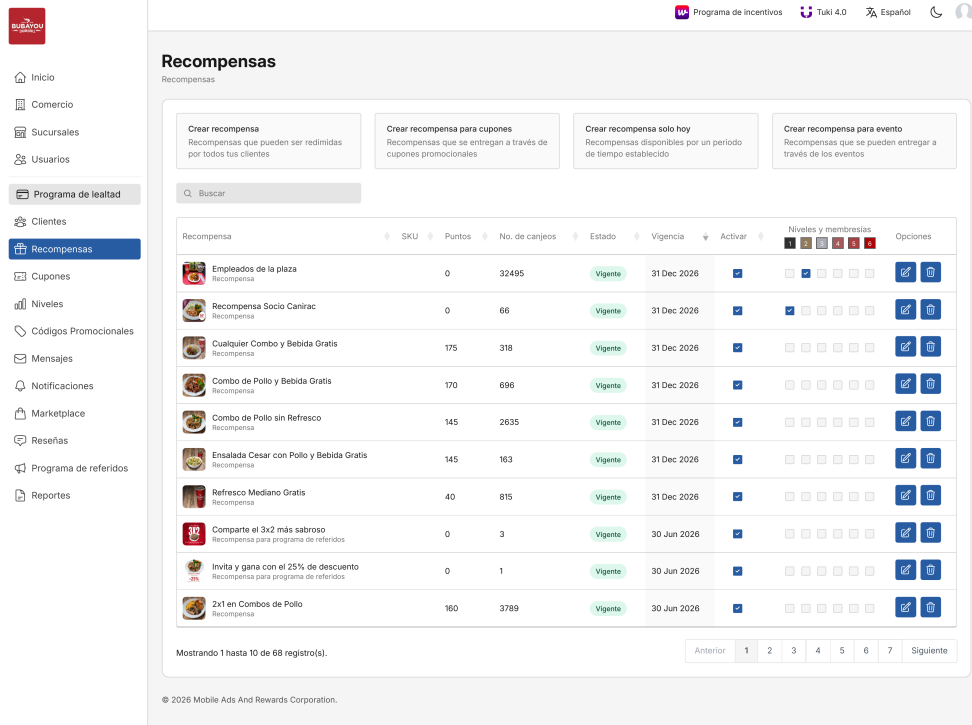


Figura 10.1 Lista de recompensas con SKU, puntos requeridos, redenciones y vigencia.

Cómo crear una recompensa general

1. Abre **Recompensas** y haz clic en **Crear recompensa**.
2. Sube una **imagen** (PNG/JPG, 440×330 px máx) — fotos atractivas de tu producto.
3. Captura **Nombre** simple, **Puntos** requeridos, **SKU** (debe coincidir con el ID en tu POS).
4. Define **Vigencia** (fecha tope), escribe **Descripción** y **Términos y condiciones**.
5. Si la recompensa otorga porcentaje de descuento, activa **Otorgar descuento** y define el %.
6. Asigna a **Niveles** automáticos y manuales (puedes dejar sin asignar para que esté disponible para todos).
7. Haz clic en **Crear**. La recompensa queda activa y visible en la app del cliente.

Cómo diseñar buenas recompensas

Cinco reglas: (1) alcanzables en 30–100 días para el cliente promedio, (2) costo controlado para ti, (3) deseables — productos que tus clientes realmente quieren, no lo que no se vende, (4) escala incremental (algo a 20 puntos, algo a 40, algo a 100), (5) acompáñalas con imagen atractiva.

Catálogo inicial sugerido: 5–10 recompensas. Más de 30 satura al cliente. Empieza modesto y crece con datos.

Recompensa para cupón promocional

Es una recompensa que solo se activa al canjear un cupón promocional. Útil para campañas específicas (cumpleaños, recuperación, día de la madre). El cliente no la ve en el catálogo general — aparece solo cuando aplica el cupón y recibe el beneficio.

Recompensa solo hoy

Recompensas con vigencia corta y específica (un día, un fin de semana, una semana). Útiles para sacudir el día más lento de la semana o aprovechar un exceso de inventario. Define **Disponible desde** y **Disponible hasta** y la recompensa solo será canjeable en ese rango.

Recompensa para evento

Adjutable a un evento (concierto, degustación, cata, clase). Requiere 'Habilitar eventos' activado en Programa de Lealtad. El evento define el marco; la recompensa es lo que recibe el cliente que paga su entrada con puntos o asiste.

Errores comunes

- **El cliente redime y el POS no aplica el descuento:** el SKU de la recompensa no coincide con el del producto en el POS. Verifica que sean idénticos.
- **La recompensa no aparece en la app:** revisa que esté activa (toggle en la tabla) y que su vigencia no haya pasado.
- **Cambié los puntos requeridos y la app sigue mostrando los viejos:** el cliente debe refrescar la app (cerrar y volver a abrir). El cambio se propaga en minutos.
- **Quiero quitar una recompensa antes de su vigencia:** desactívala con el toggle, no la elimines. Eliminarla rompe los reportes históricos.

Cupones.

El motor táctico del programa. A diferencia de las recompensas, los cupones no cuestan puntos al cliente — se otorgan por bienvenida, segmentación o código promocional, y empujan a una acción concreta.

Referencia rápida

Para qué sirve. Distribuir beneficios sin costo de puntos: bienvenida, oferta táctica, cumpleaños, recuperación.

Cuándo se usa. Continuamente. Es la herramienta de marketing táctica del programa.

Quién lo usa. Administrador de Comercio · Marketing.

Tipos. Bienvenida · Promocional.

Los 2 tipos de cupón

- **Cupón de bienvenida:** se otorga automáticamente a todo cliente nuevo al afiliarse. Sin código. Es la mecánica de adquisición.
- **Cupón promocional:** se entrega por código (impreso, en redes, en mensajes). El cliente lo introduce en la app y obtiene el beneficio.

Cupón	Código	Sku	Estado	Válido desde	Válido hasta	Opciones
3X2 en combos demo Cupón promocional	#3X2BUBA		Vigente	23 Oct 2019	31 Dec 2030	[Icono de compartir] [Icono de eliminar]
Cupón de Bienvenida Cupón de bienvenida			Vigente		31 Dec 2026	[Icono de compartir] [Icono de eliminar]
Día de las madres 3X1 Cupón de bienvenida			No vigente		10 May 2026	[Icono de compartir] [Icono de eliminar]
30% de Desc. en Cualquier Combo Cupón de bienvenida			No vigente		30 Nov 2025	[Icono de compartir] [Icono de eliminar]
Lanza los Dados y Gana Cupón promocional	GANACONBUBAYOU		No vigente	10 Oct 2025	13 Nov 2025	[Icono de compartir] [Icono de eliminar]
Cupón de Cumpleaños Agosto Cupón promocional	Cupónagosto		No vigente	26 Aug 2025	26 Sep 2025	[Icono de compartir] [Icono de eliminar]
2x1 en cualquier combo Cupón promocional	#2X1BBY		No vigente	2 Jul 2024	4 Jul 2024	[Icono de compartir] [Icono de eliminar]
Día del Maestro 50% de Desc Cupón promocional	#MBUBA		No vigente	15 May 2024	16 May 2024	[Icono de compartir] [Icono de eliminar]
20% de desc combo Cupón promocional	#20BUBA		No vigente	3 Mar 2021	4 Mar 2021	[Icono de compartir] [Icono de eliminar]
El amor está en el aire Cupón promocional	#TUKILOVEBUBA		No vigente	14 Feb 2020	15 Feb 2020	[Icono de compartir] [Icono de eliminar]

Mostrando 1 hasta 10 de 13 registro(s).

Anterior 1 2 Siguiente

© 2026 Mobile Ads And Rewards Corporation.

Figura 11.1 Lista de cupones con código, estado y vigencia.

Cómo crear un cupón de bienvenida

1. Abre **Cupones** y haz clic en **Crear cupón de bienvenida**.
2. Sube imagen (PNG/JPG 440×330 máx), define **Nombre** y **SKU**.
3. Establece **Fecha de vencimiento** del cupón (cuándo expira tras ser otorgado).
4. Escribe **Descripción** y **Términos y condiciones**.
5. Si otorga porcentaje de descuento, actívalo. Si quieres que tus colaboradores también puedan promoverlo, marca **Activar para colaboradores**.
6. Guarda. Cada cliente nuevo lo recibirá automáticamente al afiliarse.

Solo un cupón de bienvenida a la vez

Si tienes varios cupones de bienvenida activos, Tuki entrega solo el más reciente. Antes de crear uno nuevo, desactiva el anterior para evitar confusión operativa y reportes ambiguos.

Cómo crear un cupón promocional

1. Abre **Cupones** y haz clic en **Crear cupón promocional**.
2. Captura **Nombre** y **Código** (el cliente lo va a introducir, hazlo memorable).
3. Escribe **Descripción**.
4. Define **Vigencia** (Desde / Hasta).
5. Establece **Tiraje** — cantidad máxima de cupones a entregar. Cuando se agotan, ya no se otorgan más.
6. **Añadir recompensa**: selecciona una *recompensa para cupón promocional* previamente creada en el módulo Recompensas.
7. **Asignar nivel**: el cliente accederá al nivel seleccionado al canjear el código.
8. **Asignar empleado**: vincula el cupón al programa de incentivos de un empleado (opcional).
9. Guarda. Distribuye el código por tus canales.

Cupones típicos en un restaurante

- **Bienvenida**: postre cortesía, refresco gratis, 20% off en primer ticket.
- **Segunda visita**: 2x1 con caducidad 14 días desde la primera visita.
- **Cumpleaños**: beneficio simbólico + cortesía visible.

- **Recuperación de perdidos:** incentivo agresivo a clientes sin visita en >3× su frecuencia.
- **Rentabilidad:** upgrade a tamaño mayor o producto premium.
- **Eventos:** cupones temáticos (Día del Maestro, Día del Padre, Mundial, etc.).

Errores comunes

- **El cliente introduce el código y dice 'no es válido':** revisa vigencia, tiraje y mayúsculas/minúsculas (los códigos distinguen).
- **El cupón se aplicó pero el descuento no se ve en POS:** verifica SKU de la recompensa adjunta vs SKU del producto en POS.
- **Quiero relanzar un cupón vencido:** no se renuevan. Crea uno nuevo con código distinto y comunícalo como 'segunda ronda'.
- **Cliente afiliado hace tiempo no recibió cupón de bienvenida:** los cupones de bienvenida son para nuevos afiliados. Para reactivar, dale un cupón promocional con código.

Niveles.

El sistema de jerarquía de tu base de afiliados. Dos modalidades: automáticos (se ganan por desempeño) y manuales (se asignan por decisión). Cada nivel puede tener beneficios y multiplicadores de puntos distintos.

Referencia rápida

Para qué sirve. Diferenciar a los afiliados por valor o relación, dar beneficios distintos.

Cuándo se usa. Al madurar el programa (mes 2–3), no al inicio.

Quién lo usa. Administrador de Comercio.

Modalidades. Automáticos (por puntos en periodo) · Manuales (asignación directa).

Niveles automáticos

Se obtienen cuando el cliente alcanza un objetivo de puntos en un periodo de tiempo (ej: 40 puntos en 3 meses). Se pierden cuando deja de cumplir el criterio. Útiles para premiar frecuencia y gasto sostenido.

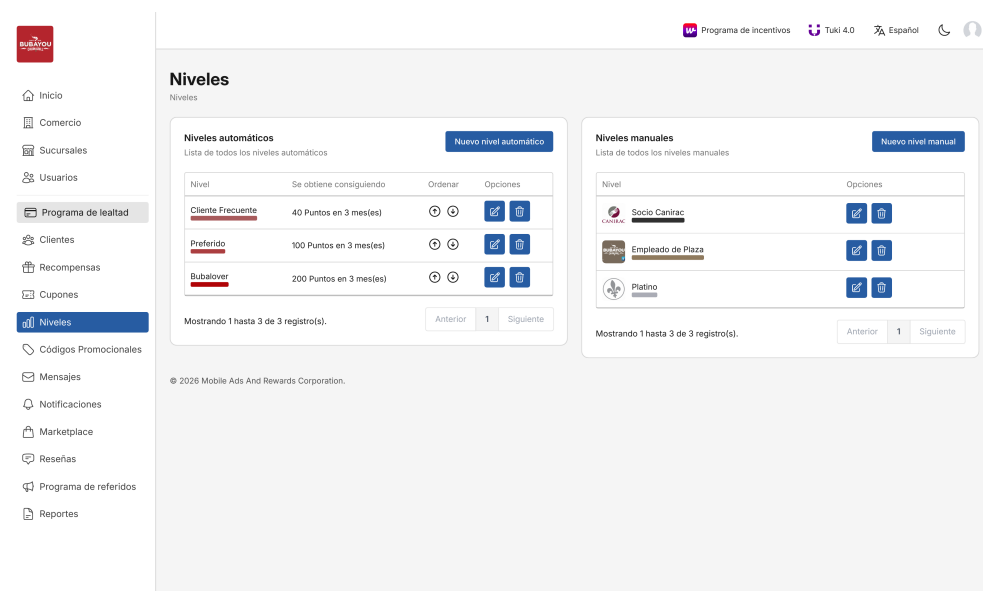


Figura 12.1 Niveles automáticos (a la izquierda) y niveles manuales (a la derecha).

Cómo crear un nivel automático

1. Abre **Niveles** → pestaña **Niveles automáticos** → botón **Nuevo nivel automático**.
2. Define **Color** y **Color de fuente** (cómo se ve el badge en la app).

3. Captura **Nombre y Descripción**.
4. En **Se accede**: define el criterio. Ej: 'Consiguiendo 40 puntos en 3 mes(es)'.
5. En **Se despoja cuando**: define el criterio inverso. Ej: 'No consigue 40 puntos en 3 mes(es)'.
6. Opcional: activa **Otorgar monto de puntos distintos al esquema por consumo** — los clientes de este nivel ganan más (o menos) puntos por gasto.
7. Escribe **Términos y condiciones** y guarda.

Niveles manuales

Se asignan a clientes específicos por decisión del comercio (Socio Canirac, Empleado de Plaza, Cliente VIP, Platino, Influencer). No se ganan; se otorgan. Útiles para reconocimientos estratégicos (B2B, prensa, comunidad).

Cómo crear un nivel manual

1. Abre **Niveles** → pestaña **Niveles manuales** → botón **Nuevo nivel manual**.
2. Sube **Imagen** (200×200 px máx) — un ícono o emblema distintivo.
3. Define **Color, Nombre, Descripción, Términos y condiciones**.
4. Opcional: activa **Otorgar monto de puntos distintos al esquema por consumo**.
5. Guarda. La asignación a clientes se hace caso por caso desde el módulo Clientes.

Cómo nombrar los niveles

Evita Silver / Gold / Platinum — son genéricos y no construyen marca. Usa nombres que suenen a tu identidad: Bubalover, Bobby Lover, Capitán, Embajador, Aficionado, Primera Mesa. El nivel debe sentirse como un reconocimiento, no como un trámite.

Errores comunes

- **Los niveles no aparecen en la app**: verifica que 'Habilitar niveles' esté ON en Programa de Lealtad.
- **El cliente subió de nivel y dice que no ve el beneficio**: el beneficio debe estar configurado en sus recompensas (asignación a nivel) y/o como multiplicador de puntos.
- **Quiero pasar a un cliente al nivel manual 'Socio'**: ve a Clientes → busca al cliente → asignación de nivel manual en su detalle.
- **Mezclar niveles automáticos y manuales confunde a la app**: en Programa de Lealtad puedes definir prioridad entre automáticos y manuales. Configúrala antes de crear el primer cliente con ambos.

Códigos Promocionales.

Módulo administrativo del comercio para gestionar códigos de descuento aplicables a los planes de pago de Tuki. NO confundir con Cupones (que son beneficios para clientes finales).

Referencia rápida

Para qué sirve. Gestionar códigos de descuento sobre tu suscripción Tuki.

Cuándo se usa. Al recibir una promoción de Tuki o tu distribuidor.

Quién lo usa. Administrador de Comercio.

Importante. Distinto de Cupones (beneficio al cliente final).

Funcionalidad

Este módulo permite capturar y consultar códigos de descuento aplicables a los planes de pago del comercio con Tuki. La pantalla muestra KPIs (Total Códigos, Activos, Total Canjes, Descuento Otorgado) y una tabla con los códigos cargados.

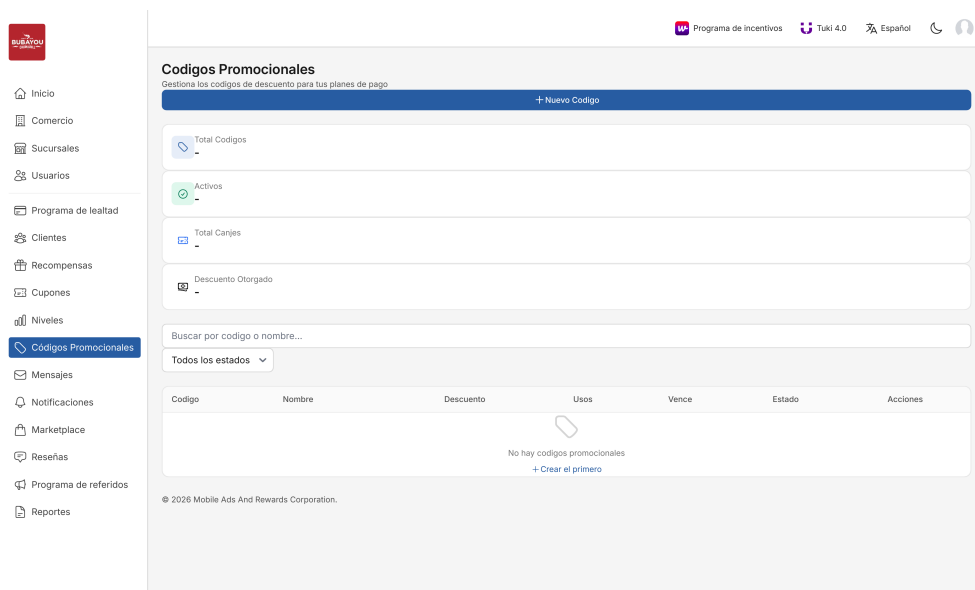


Figura 13.1 Vista del módulo Códigos Promocionales.

Sección en desarrollo

El detalle operativo de este módulo está pendiente de documentación interna por parte del equipo Tuki. Si recibiste un código promocional de tu distribuidor o de Tuki, escríbele a tu contacto comercial para que te indique el flujo correcto de carga. Este capítulo se actualizará en la siguiente versión del manual.

Mensajes.

El canal principal de comunicación in-app con tus afiliados. Permite mensajes segmentados con imagen, texto, enlaces y adjuntar cupones o recompensas. Se programan a futuro o se envían al instante.

Referencia rápida

Para qué sirve. Enviar comunicación in-app segmentada a la base afiliada.

Cuándo se usa. Campañas planeadas (quincenal o mensual).

Quién lo usa. Marketing · Administrador de Comercio.

Diferencia con Notificaciones. Los Mensajes Sí quedan en bandeja; las Notificaciones no.

Dos formas de envío

- **Crear mensaje** — para segmentación dentro de la plataforma (por género, edad, fecha de afiliación, etc.).
- **Enviar mensaje a partir de un archivo** — para listas externas: subes un CSV/XLS/XLSX con IDs específicos y Tuki envía a esos.

The screenshot shows the 'Mensajes' (Messages) section of the Tuki app. On the left is a sidebar with navigation options: Inicio, Comercio, Sucursales, Usuarios, Programa de lealtad, Clientes, Recompensas, Cupones, Niveles, Códigos Promocionales, Mensajes (highlighted), Notificaciones, Marketplace, Reseñas, Programa de referidos, and Reportes. The main area has two tabs: 'Crear mensaje' and 'Enviar mensaje a partir de un archivo'. Below these is a search bar and a table of messages.

Mensaje	Segmentación	Elemento adicional	Reenvío	Estado	Fecha de envío	Opciones
Prueba Disfruta estos 220 puntos de regalo...	Archivo			✓ Enviado	21 May 2026 01:17 PM	
Prueba Prueba	Archivo			✓ Enviado	21 May 2026 01:00 PM	
Día de las Madres ¡Es hoy! Celebra este 10 de mayo en...	Todos los clientes			✓ Enviado	10 May 2026 03:02 AM	
Día de las Madres Recuerda que este 10 de mayo, co...	Todos los clientes			✓ Enviado	5 May 2026 12:33 PM	
Si Jale Este es mensaje de prueba.	Archivo			✓ Enviado	30 Apr 2026 02:04 PM	
ORDENA Y DISFRUTA Ordenar nunca fue tan fácil 🍕🍔...	Todos los clientes			Pendiente	26 Apr 2026 12:46 PM	
Te extrañamos Hola, No te hemos visto en un rat...	Archivo			✓ Enviado	22 Apr 2026 12:51 PM	
¡Gracias! Hola, solo una nota para agradecer...	Archivo			✓ Enviado	22 Apr 2026 12:06 PM	
"Caliente, listo... y tuyo" Llegó Bubayou... 🍕🍔 Y sabes que e...	Todos los clientes			✓ Enviado	12 Apr 2026 01:06 PM	
"Tú y Bubayou... ya es algo serio" Lo sabemos... No puedes vivir sin Bub...	Todos los clientes			✓ Enviado	28 Mar 2026 01:34 PM	

Mostrando 1 hasta 10 de 200 registro(s).

Anterior 1 2 3 4 5 ... 20 Siguiente

© 2026 Mobile Ads And Rewards Corporation.

Figura 14.1 Historial de mensajes con su segmentación, estado y fecha de envío.

Cómo crear un mensaje segmentado

1. Abre **Mensajes** → **Crear mensaje**.
2. **Segmentación**: define tipo (Todos / Personalizado), rango de fecha de afiliación (Desde / Hasta), Género (Todos / M / F), Edades. Tuki te muestra en vivo la lista de clientes que califican.
3. **Mensaje**: sube imagen (opcional), captura encabezado y contenido. Si quieres incluir un enlace al final, agrégalo en el campo Enlace.
4. Opcional: activa **Otorgar puntos** (el cliente puede reclamar X puntos al abrir), **Adjuntar cupón promocional**, o **Adjuntar recompensa**.
5. **Envío**: elige **Programar fecha** (define día y hora) o envía al instante.
6. Revisa el preview y haz clic en **Crear**.

Envío por archivo

Si tu administrador tiene una lista específica (top clientes, perdidos, VIP), exporta los IDs como CSV o XLS, descarga la plantilla desde el botón '**Descargar la plantilla**' para ver el formato exacto, llena los IDs y sube el archivo. El resto del flujo (encabezado, contenido, adjuntos) es idéntico al de mensaje segmentado.

Encabezados que funcionan

Los encabezados cortos y específicos rinden más que los genéricos. Ejemplos que funcionan: 'Tu cupón de cumpleaños ya está aquí', 'Hoy sólo: 2x1 en alitas', 'Te extrañamos, aquí va un detalle'. Lo que no funciona: '¡Nueva promoción!', 'Aprovecha esta oferta'.

Errores comunes

- **Programé el mensaje y nunca se envió**: revisa el estado en la tabla. Si dice 'Pendiente' es que aún no llegó la fecha. Si dice 'Error', es problema en backend — escribe a soporte.
- **Adjunté una recompensa pero los clientes no la pueden canjear**: debe ser una *recompensa para cupón promocional*, no una recompensa general. Verifica al crearla.
- **La segmentación me da 0 clientes**: probablemente combinaste filtros muy restrictivos (ej. mujeres de 18–25 afiliadas en marzo). Relaja un filtro a la vez.
- **El archivo CSV no se acepta**: descarga la plantilla y compárala. Causas comunes: header mal escrito, formato de fecha, BOM en UTF-8.

Notificaciones.

Push notifications a la app del cliente. A diferencia de Mensajes, NO quedan guardadas en bandeja — son útiles para urgencia del día (un 2x1 que termina hoy, evento esta noche).

Referencia rápida

Para qué sirve. Avisar al instante sobre algo que pasa hoy.

Cuándo se usa. Urgencias y novedades del día. Máximo 2–3 por semana.

Quién lo usa. Marketing · Administrador de Comercio.

Diferencia con Mensajes. Push NO queda guardado. Mensaje SÍ. Usa Push solo para urgencia.

Cómo enviar una notificación

1. Abre **Notificaciones** → bloque **Enviar notificación**.
2. Escribe **Encabezado** (máx ~50 caracteres, lo que cabe en lockscreen).
3. Escribe **Contenido** (cuerpo corto, máx 2 líneas).
4. Haz clic en **Enviar**. La notificación va al instante a todos los afiliados con app instalada.

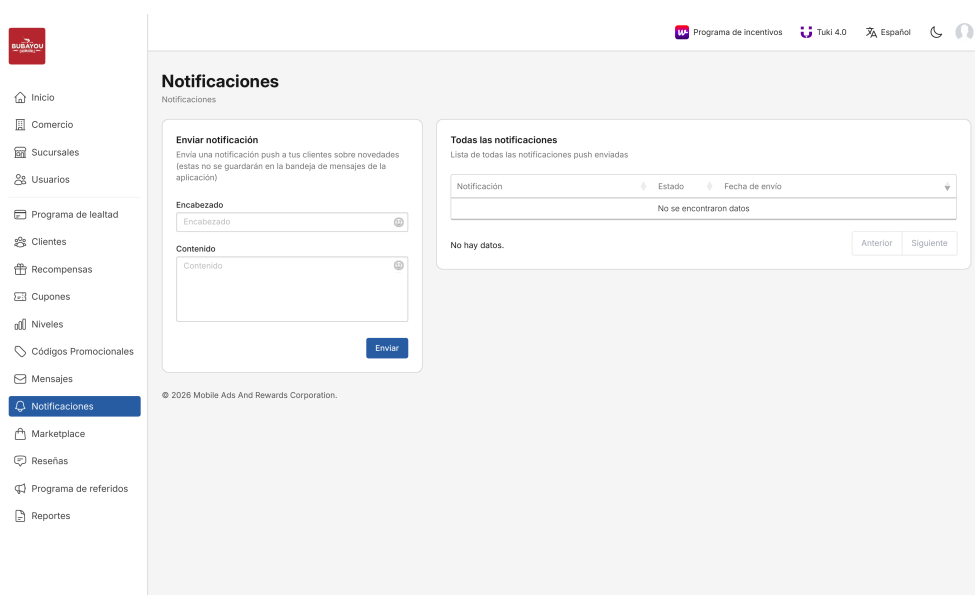


Figura 15.1 Vista del módulo Notificaciones con el formulario y el historial de envíos.

No abuses

Las notificaciones push son una herramienta poderosa pero invasiva. Si envías más de 3 por semana, los clientes desactivan permisos de notificación de tu app — y los pierdes para siempre como canal directo. Reserva el push para lo realmente urgente y usa Mensajes para todo lo demás.

Cuándo usar push y cuándo usar mensaje

- **Push:** 'Hoy 2x1, hasta las 9 pm'. '¡Ya empezó el evento, ven!'. 'Disponible solo por 24 h'.
- **Mensaje:** contenido que el cliente debe poder reabrir, cupón adjunto, recompensa exclusiva, plan del mes.
- **Push y mensaje juntos:** envía el mensaje primero (queda en bandeja) y un push corto que lo anuncia el día del lanzamiento.

Errores comunes

- **La notificación no aparece en celulares iOS:** el cliente no concedió permisos de notificación al instalar. Tu equipo en piso debe pedírselo verbalmente.
- **Envíé y no veo el push en mi celular:** los push se entregan al cliente que tiene LA APP instalada. Si tú estás en Web App, no te llega.
- **El historial dice 'Enviado' pero los clientes dicen no recibirlo:** el envío fue correcto desde Tuki, pero hay un eslabón en proveedores (APNs/FCM). Espera 5 min y verifica.

Marketplace.

El marketplace colaborativo de Tuki. Tu comercio puede ofrecer productos de OTROS comercios en tu programa, y viceversa. Además, puedes crear tus propias tarjetas de regalo que otorgan puntos.

Referencia rápida

Para qué sirve. Ampliar el catálogo del cliente con productos cross-comercio y crear tarjetas de regalo propias.

Cuándo se usa. Después del primer mes operando, una vez estabilizado tu propio catálogo.

Quién lo usa. Administrador de Comercio · Marketing.

Modalidad. Colaborativo — Tuki conecta comercios entre sí.

Todos los proveedores

En esta pestaña ves la lista de comercios proveedores disponibles en el marketplace de Tuki. Selecciona uno y configura qué productos de ese proveedor quieres que aparezcan en TU marketplace. Tus clientes podrán adquirirlos usando los puntos que ganaron en tu programa.

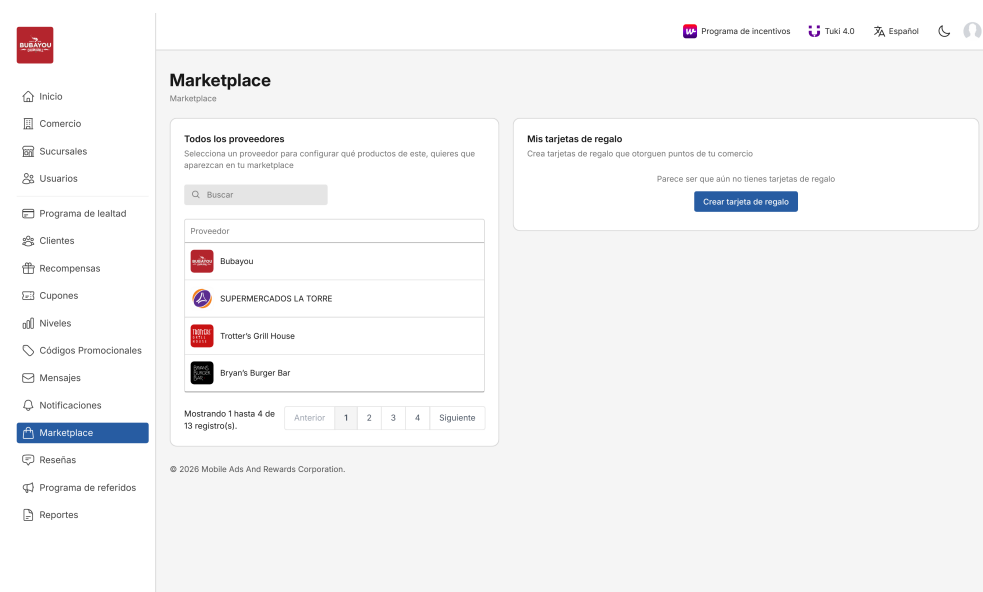


Figura 16.1 Lista de proveedores del marketplace colaborativo.

Requisito: saldo prepagado con Tuki

Para que tus clientes vean en su app las tarjetas de regalo de otros comercios, tu cuenta Tuki debe tener un **saldo prepagado**. Las tarjetas adquiridas por tus clientes y otros cargos a tu cuenta se descuentan de ese saldo. Cuando el saldo cae por debajo del valor monetario de una tarjeta de regalo, esa tarjeta deja de aparecer automáticamente en la app de tus clientes.

Para abrir, recargar o consultar tu saldo prepagado, escribe a **enlace@tukicard.com** con copia a tu contacto comercial.

Mis tarjetas de regalo

En esta pestaña creas tarjetas de regalo de TU comercio. Los clientes las compran (con puntos o dinero) y las regalan a otros — al usarse, otorgan puntos de tu programa al receptor. Es una mecánica poderosa para adquisición viral.

Cómo crear una tarjeta de regalo

1. **Marketplace** → pestaña **Mis tarjetas de regalo** → botón **Crear tarjeta de regalo**.
2. Sube **Imagen** (PNG/JPG 200×200 máx), captura **Nombre**, **Descripción**, **Términos y condiciones**.
3. Elige **Categoría** (Electrónica, Alimentos, etc.), define **Fecha de vencimiento**.
4. Define **Puntos que otorga** (cuántos puntos recibe el receptor) y **Precio en puntos** (cuánto cuesta al comprador).
5. Define **Costo** en MXN (referencia interna) y **Moneda**.
6. Guarda. La tarjeta queda disponible en el marketplace de tus afiliados.

Cuándo activar el marketplace

El marketplace tiene sentido cuando tu programa ya está maduro (mes 2+) y tienes una base con puntos acumulados que buscan en qué gastar. Activarlo antes confunde — el cliente no entiende por qué le ofreces productos de comercios que no conoce. Empieza con tarjetas de regalo propias y, al ver tracción, suma proveedores.

Errores comunes

- **Selecciono un proveedor y no me deja activarlo:** probablemente requiere acuerdo comercial entre ambos comercios. Contacta a tu ejecutivo Tuki.
- **Mi tarjeta de regalo no aparece en la app:** verifica fecha de vencimiento y que esté activa.

- **Los puntos que otorga la tarjeta no llegan al receptor:** el receptor debe estar afiliado a tu programa antes de redimir la tarjeta.

Reseñas.

Donde se concentran y se responden las reseñas que tus afiliados dejan sobre cada sucursal. Es el módulo de feedback más directo — y el más subestimado.

Referencia rápida

Para qué sirve. Leer y responder las reseñas dejadas por los afiliados.

Cuándo se usa. Diario. No dejes pasar más de 24 h sin responder una reseña.

Quién lo usa. Administrador de Comercio · Gerente de Sucursal.

Requisito. 'Permitir reseñas' debe estar ON en Programa de Lealtad.

Lista de reseñas

La tabla muestra cada reseña con reseñante, calificación, comentario, sucursal y fecha. El icono de respuesta en Opciones te lleva al formulario para responder. Las reseñas respondidas se marcan visualmente como tales.

Reseñas

Reseñas

Ver todas las reseñas
En este módulo se muestran todas las reseñas que han realizado tus clientes

Q Buscar Filtros

Reseñante	Calificación	Comentario	Sucursal	Fecha	Opciones
Gustavo Sacramento Sacramento	★★★★★		Cancun Malecón	28 May 2026	▶
Gustavo Sacramento Sacramento	★★★★★		Cancun Malecón	28 May 2026	▶
carlos vazquez	★★★★★		Cancun Malecón	27 May 2026	▶
Estanislao zurian	★★★★★		Cancun Malecón	27 May 2026	▶
Estanislao zurian	★★★★★		Cancun Malecón	27 May 2026	▶
Rosalía Silva	★★★★★		Cancun Malecón	27 May 2026	▶
Rosalía Silva	★★★★★		Cancun Malecón	27 May 2026	▶
Jose eduardo flores lopez	★★★★★		Cancun Malecón	27 May 2026	▶
Jose eduardo flores lopez	★★★★★		Cancun Malecón	27 May 2026	▶
Jose eduardo flores lopez	★★★★★		Cancun Malecón	27 May 2026	▶

Mostrando 1 hasta 10 de 4,761 registro(s).

Anterior 1 2 3 4 5 ... 477 Siguiente

© 2026 Mobile Ads And Rewards Corporation.

Figura 17.1 Lista de reseñas con filtros por sucursal y por fecha.

Cómo filtrar

1. Haz clic en **Filtros** arriba de la tabla.
2. Elige **Sucursal** (todas o una específica).
3. Define **Desde** y **Hasta** para el rango de fechas.
4. Haz clic en **Aplicar**. La tabla se actualiza al instante.

Cómo responder una reseña

1. En la fila de la reseña, haz clic en el ícono de **Responder**.
2. Captura **Encabezado** (saludo corto, ej. 'Hola Gustavo, gracias por tu visita').
3. Escribe el cuerpo de **Mensaje**. Personaliza con el nombre y, si aplica, el comentario específico.
4. Haz clic en **Enviar**. La respuesta queda asociada a la reseña y le llega al cliente.

La respuesta es unidireccional

Cuando respondes una reseña, **el cliente NO puede enviarte una respuesta de vuelta** por ese canal. La conversación termina ahí. Si la reseña deja abierto un asunto que requiere seguimiento (reclamación, queja específica, interés comercial), busca al cliente en el módulo **Cientes** por nombre y fecha, obtén su correo y escríbele directamente.

Cómo responder reseñas (regla de oro)

Las reseñas se responden con tres principios: (1) **nombre propio** — saludar por su nombre construye conexión, (2) **específico al comentario** — no respuestas plantilla, (3) **solución si aplica** — si reportó un problema, menciona qué vas a hacer (no prometas lo imposible). El cliente que se siente leído convierte en defensor; el que se siente ignorado en detractor.

Otorgar puntos por reseña

En el módulo **Programa de Lealtad** puedes activar 'Otorgar X puntos por reseña' — Tuki suma esos puntos automáticamente cuando el cliente deja una. Recomendado: 5 puntos. Suficiente para motivar, sin ser inflación.

Errores comunes

- **El cliente no puede escribir reseña:** verifica que 'Permitir reseñas' esté activo en Programa de Lealtad.

- **La respuesta no le llegó al cliente:** las respuestas se envían como mensaje in-app. Si el cliente tiene la app desinstalada, no le aparece.
- **Quiero eliminar una reseña injusta:** no se eliminan. Solo puedes responder. Si es un caso de difamación o spam, contacta a soporte.
- **Recibo muchas reseñas iguales del mismo cliente:** probablemente está reseñando cada visita. Cambia 'Otorgar puntos por reseña' a OFF si genera spam.

Programa de Referidos.

El sistema que convierte a tus afiliados activos en promotores. Cada promotor tiene un texto y un código de recompensa para compartir; cuando un nuevo cliente lo redime, todos ganan.

Referencia rápida

Para qué sirve. Activar viralidad: que tus afiliados traigan más afiliados.

Cuándo se usa. Después del primer mes operando, con base afiliada estable.

Quién lo usa. Administrador de Comercio · Marketing.

Requisito. 'Habilitar programa de referidos' debe estar ON en Programa de Lealtad.

Cómo funciona

Los **promotores** son afiliados activos que comparten recompensas con sus contactos. Cada promotor tiene un **código único** ligado a su perfil. Cuando un nuevo cliente usa ese código al afiliarse o redimir, Tuki le acredita al promotor las redenciones generadas — y ambos pueden recibir beneficios.

Programa de referidos
Programa de referidos

Texto predeterminado del enlace
Define el texto para el enlace de los promotores al compartir una recompensa

Texto
Canjea mi código en Bubayou y aprovecha las promos. ¡Gana tú y gana yo!
Guardar

Todos los promotores
Lista de todos los promotores de tu comercio

ID	Promotor	Estado	Se unió el	Opciones
#4040000478321	Josue Delgado josvalte221294@gmail.com	Activo	18 May 2026	[Opciones]
#4040000772204	Freddy Santiago freddy_x@live.com.mx	Activo	17 Apr 2026	[Opciones]
#4040000003320	Ashanty ashantyrevil@gmail.com	Activo	1 Apr 2026	[Opciones]
#4040000351316	Milton Rene Cauch Nuñez cauchnuñez@gmail.com	Activo	17 Feb 2026	[Opciones]
#4040000062317	Jennifer Sanchez Jenifer06.sanchez@gmail.com	Activo	15 Feb 2026	[Opciones]

Mostrando 1 hasta 5 de 79 registro(s). Anterior 1 2 3 4 5 ... 16 Siguiente

© 2026 Mobile Ads And Rewards Corporation.

Figura 18.1 Texto predeterminado del enlace (izquierda) y lista de promotores activos (derecha).

Texto predeterminado del enlace

Es el copy que aparece cuando un promotor comparte una recompensa. Personalízalo con tono propio. Ejemplo: 'Canjea mi código en Bubayou y aprovecha las promos. ¡Gana tú y gana yo!'. Edítalo y guarda.

Cómo gestionar promotores

1. La tabla **Todos los promotores** lista a tus promotores activos con su nombre, correo, estado y fecha de alta.
2. Haz clic sobre un promotor para ver el detalle: las recompensas que promueve, su código único por recompensa, veces compartido, redenciones y puntos totales obtenidos.
3. Para que un afiliado se vuelva promotor, debe activarse explícitamente desde su perfil de cliente (módulo Clientes → detalle del cliente → opciones de promotor).

Cuándo activar referidos

Espera al mes 2 mínimo. Antes, tu base afiliada no está madura y los promotores no tienen suficiente experiencia con la marca como para recomendarla con convicción. Lanzar referidos demasiado pronto te trae afiliados de baja calidad.

Errores comunes

- **Nadie usa los códigos de promotor:** probablemente el texto predeterminado es genérico. Personalízalo con el tono de tu marca.
- **El promotor no tiene 'Recompensas para programa de referidos' visibles:** debes crear recompensas específicas tipo 'Recompensa para programa de referidos' (similares a las generales pero marcadas para referidos).
- **El cliente nuevo no obtiene el beneficio al usar el código:** verifica que el código del promotor esté vigente y que la recompensa asociada esté activa.

Reportes.

El centro de inteligencia del programa. 22 reportes agrupados por categoría (operativos, clientes, puntos, redenciones, marketing, colaboradores, financieros). Todos exportables.

Referencia rápida

Para qué sirve. Analizar comportamiento del programa, generar insights, alimentar decisiones.

Cuándo se usa. Semanal (revisión rápida) y mensual (análisis profundo).

Quién lo usa. Administrador de Comercio · Marketing · Director.

Total reportes. 22 distintos.

Estructura de un reporte

Cada reporte muestra una tabla con filtros (rango de fechas, sucursal, etc.) y un botón de **Exportar** que descarga CSV/XLS. Todos los reportes se filtran al menos por periodo y, cuando aplica, por sucursal.

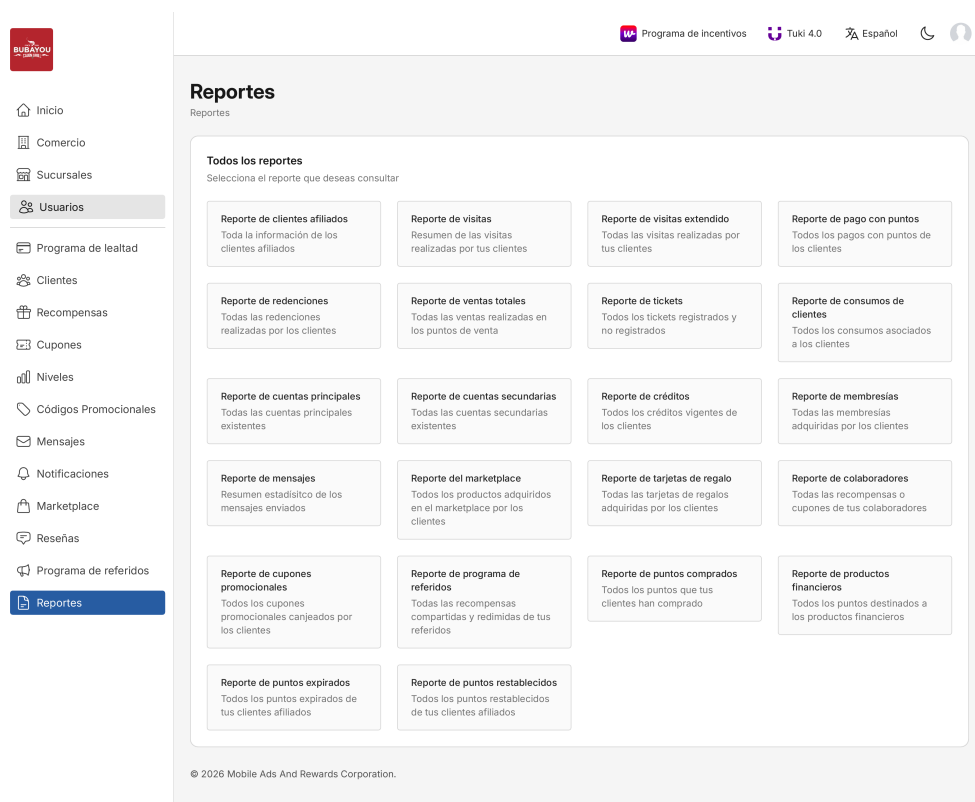


Figura 19.1 Vista del módulo Reportes con los 22 reportes disponibles.

Reportes operativos (5)

- **Reporte de visitas** — resumen de visitas realizadas por tus clientes.
- **Reporte de visitas extendido** — detalle de cada visita registrada.
- **Reporte de tickets** — todos los tickets, registrados y no registrados al programa.
- **Reporte de ventas totales** — todas las ventas en puntos de venta del periodo.
- **Reporte de consumos de clientes** — consumos asociados a cada cliente.

Reportes de clientes (4)

- **Reporte de clientes afiliados** — toda la información de los afiliados (base completa).
- **Reporte de cuentas principales** — cuentas principales existentes.
- **Reporte de cuentas secundarias** — cuentas secundarias existentes.
- **Reporte de membresías** — todas las membresías adquiridas por los clientes.

Reportes de puntos y crédito (5)

- **Reporte de pago con puntos** — pagos con puntos efectuados.
- **Reporte de créditos** — créditos vigentes otorgados.
- **Reporte de puntos comprados** — puntos que tus clientes han comprado.
- **Reporte de puntos expirados** — puntos que expiraron sin redimir.
- **Reporte de puntos restablecidos** — puntos restablecidos por configuración del esquema.

Reportes de redenciones y marketing (6)

- **Reporte de redenciones** — todas las redenciones realizadas.
- **Reporte de cupones promocionales** — cupones promocionales canjeados.
- **Reporte de tarjetas de regalo** — tarjetas adquiridas y usadas.
- **Reporte del marketplace** — productos adquiridos en marketplace.
- **Reporte de mensajes** — resumen estadístico de los mensajes enviados.
- **Reporte de programa de referidos** — recompensas compartidas y redenciones generadas por referidos.

Reportes especiales (2)

- **Reporte de colaboradores** — recompensas y cupones promovidos por tus colaboradores. Insumo para incentivos internos.
- **Reporte de productos financieros** — puntos destinados a productos financieros.

Los 4 reportes que de verdad importan

Si no tienes tiempo de revisar los 22, prioriza estos cuatro: **Clientes afiliados** (cuántos hay y cuánto crecen), **Redenciones** (qué tanto se ejecuta el programa), **Mensajes** (qué encabezados rinden) y **Programa de referidos** (vitalidad de la red). Con esos cuatro tienes el 80% del valor analítico del módulo.

Cómo exportar y trabajar fuera del panel

1. Abre el reporte que necesitas.
2. Ajusta el filtro de fechas (y sucursal si aplica).
3. Haz clic en **Exportar** — Tuki genera un CSV/XLS.
4. Importa el archivo a tu hoja de cálculo o herramienta analítica preferida.
5. Para análisis recurrentes, considera Tukimetrics — el módulo analítico con dashboards persistentes (ver Manual de Tukimetrics).

Errores comunes

- **El reporte tarda mucho en cargar:** reduce el rango de fechas. Periodos >6 meses pueden tomar minutos en bases grandes.
- **Exporté y el archivo está vacío:** probablemente el filtro no devolvió resultados. Ajusta y reintenta.
- **Los números no cuadran entre reportes:** cada reporte tiene su propia lógica. Por ejemplo, 'tickets' incluye no registrados; 'visitas' solo registradas. Lee la descripción de cada uno.
- **Quiero un reporte que no existe:** Tukimetrics es la siguiente capa. Pídelo en tu próxima reunión con tu ejecutivo Tuki.

04

PARTE CUATRO

Integración con Soft Restaurant.

Tuki opera nativamente integrado con Soft Restaurant® v11. Esta parte cubre la configuración del módulo MARC Loyalty en SR, los flujos de operación en servicio rápido y servicio a mesa, y los reportes que SR expone para el programa de lealtad.

Visión general de la integración.

Cómo se conectan Soft Restaurant y Tuki, qué hace cada uno, y los dos modos de operación (servicio rápido y servicio a mesa) que cambian el flujo del cajero.

Referencia rápida

POS. Soft Restaurant v11 (softrestaurant.com).

Integración. Módulo MARC Loyalty integrado en SR v11.

Modos POS. Servicio Rápido (mostrador/drive-thru) y Servicio Comedor (mesa).

Modos de puntos. Como Forma de Pago o como Descuento.

Qué hace cada lado

Soft Restaurant es tu POS: comandas, cuentas, facturación, inventarios, kitchen display. Es la fuente de verdad operativa del restaurante. **Tuki** es tu plataforma de lealtad: recibe los tickets de afiliados, registra acumulaciones y redenciones, comunica con el cliente y expone el panel mytuki.com.

Cómo se conectan

SR v11 incluye el módulo **MARC Loyalty**. Una vez activado y vinculado con tu cuenta Tuki, cada ticket cerrado en SR con cliente identificado se envía a Tuki, y Tuki devuelve a SR los puntos otorgados, recompensas redimidas y cupones aplicados.

Servicio Rápido vs Servicio Comedor

El POS opera en dos modalidades — y la integración se comporta distinto en cada una:

- **Servicio Rápido (cuentas abre-cierra):** mostrador, drive-thru o cualquier flujo donde el cliente paga al cerrar el ticket. El cajero interactúa directamente con la app del cliente — escanea su código para acumular o redimir.
- **Servicio Comedor (cuentas en mesa):** el cliente consume y al pedir la cuenta el ticket sale con un **QR del folio**. El cliente escanea ese QR desde la app, **preaprueba** beneficios (pago con puntos, recompensa o cupón), y el cajero los aplica al folio al cobrar.

Dos modos de aplicar puntos

En la configuración MARC Loyalty se elige uno de dos modos:

- **Como Forma de Pago:** SR usa dos formas de pago dedicadas (**MARC PAYMENT** para pago con puntos y **MARC REWARDS** para redención de recompensas). Los movimientos se identifican como tales en el corte de caja.
- **Como Descuento (Cuenta o Producto):** SR aplica un descuento general por importe a la cuenta (DESCUENTO_MARC_POINTS) o un descuento del 100% a un producto-recompensa (DESCUENTO_MARC_REWARDS).

Si se cae Internet

SR sigue operando normalmente y registra los tickets localmente. La **Bitácora de envío de tickets** en MARC Loyalty muestra cuáles quedaron pendientes de envío. Cuando se recupera la conexión, los tickets se sincronizan automáticamente al cerrar la siguiente cuenta o manualmente con el botón **ENVIAR PENDIENTES**.

Configuración inicial en Soft Restaurant.

Procedimiento de una sola vez por sucursal: habilitar el enlace, capturar usuario y contraseña, definir el modo de aplicación de puntos y dar de alta las formas de pago de lealtad.

Referencia rápida

Cuándo se hace. Al implementar Tuki en una sucursal.

Quién lo hace. Técnico SR del distribuidor + Administrador Tuki.

Ruta en SR. Configuración » Configuración MARC Loyalty.

Tiempo. 30–60 min por sucursal.

Habilitar el enlace MARC Loyalty

En SR, abre **Configuración » Configuración MARC Loyalty**. Activa la casilla **Habilitar enlace con sistema de lealtad MARC Loyalty**. Eso desbloquea los campos de configuración.

Referencia visual

Para ver la pantalla correspondiente, consulta la **página 3** del *Manual de Usuario SR-Marc Mar24*.

Usuario y contraseña

Captura el **Usuario** y **Contraseña** proporcionados por los administradores de MARC al contratar el plan. Posteriormente, esa misma configuración te permite visualizar los datos del comercio registrado, idénticos a los del panel mytuki.com.

Elegir el modo de aplicar puntos

En el campo **Aplicar puntos** elige uno de los dos modos:

- **Como Forma de Pago** — requiere dar de alta las formas de pago MARC PAYMENT y MARC REWARDS.
- **Como Descuento (Cuenta/Producto)** — SR aplica descuentos etiquetados DESCUENTO_MARC_POINTS y DESCUENTO_MARC_REWARDS.

Dar de alta las formas de pago (si elegiste Forma de Pago)

Ir a **Configuración » Formas de pago** y dar de alta:

- **MARC PAYMENT** — registra movimientos de cuentas pagadas con puntos.
- **MARC REWARDS** — registra movimientos al redimir recompensas.

Referencia visual

Para ver la pantalla correspondiente, consulta la **página 4** del *Manual de Usuario SR-Marc Mar24*.

Importante

Al dar de alta cada forma de pago, selecciona el **Subtipo** correspondiente. SR no acepta la forma de pago sin Subtipo definido.

Guardar y aplicar

Al cerrar la pantalla de configuración, presiona **ACEPTAR** para resguardar y aplicar la configuración del sistema. La sucursal queda lista para operar el programa Tuki.

Alta de recompensas desde Soft Restaurant.

Cómo registrar en SR los productos que funcionanán como recompensas en Tuki, cómo se sincronizan con el panel web y cómo mantener consistente el catálogo entre ambos sistemas.

Referencia rápida

Dónde. Configuración MARC Loyalty » Alta de recompensas.

Sincronización. Al pulsar Aplicar, las recompensas viajan al panel web.

Vigencia default. 1 año si no se especifica.

Quién lo hace. Administrador de Comercio + responsable de catálogo SR.

Pasos de alta

1. Presiona el botón **Agregar** en la sección de Alta de recompensas.
2. Se agrega un registro a la lista. Pulsa el botón “...” para buscar productos previamente dados de alta en SR.
3. Indica el valor de la recompensa en **puntos** que el comensal redimirá.
4. Ingresa una **descripción** de la recompensa.
5. Define la **vigencia** — el tiempo que la recompensa será visible en la app del comensal. Si no se indica, queda en 1 año por defecto.
6. Pulsa **Aplicar**. La recompensa se sincroniza con el panel mytuki.com y queda visible para los afiliados.

Referencia visual

Para ver la pantalla correspondiente, consulta la **página 4** del *Manual de Usuario SR-Marc Mar24*.

Sincronización con el panel web

Las recompensas dadas de alta en SR aparecen automáticamente en el módulo **Recompensas** de mytuki.com tras aplicar. Desde el panel se puede ajustar imagen, términos y condiciones, asignación a niveles y estado activo / inactivo. El SKU — crítico para que el descuento aplique en POS — se preserva.

Regla del SKU

El SKU es el **contrato** entre SR y Tuki. Cualquier cambio en el catálogo de SR (renombrado, retiro, modificación) debe replicarse o comunicarse a la administración Tuki inmediatamente. Mantener una hoja maestra de SKUs activos en ambos sistemas evita la fuente número uno de incidencias en redención.

Operación en Servicio Rápido.

Modo cuentas abre-cierra: mostrador, drive-thru, cualquier flujo donde el cliente paga al cerrar el ticket. El cajero interactúa directamente con la app del cliente.

Referencia rápida

Aplicable a. Mostrador, drive-thru, food truck.

Quién opera. Cajero.

Botones POS clave. MARC POINTS (acumular) y PROG LEALTAD (redimir).

Tiempo por operación. 10–30 segundos.

Acumulación de puntos

1. Inicia una cuenta de servicio rápido y captura los productos que el cliente solicita.
2. Al momento de pagar, pulsa el botón con QR **MARC POINTS**.
3. El sistema te solicita escanear el código de tarjeta o el QR de la aplicación del comensal afiliado.
4. Al finalizar la transacción SR se comunica con Tuki y aplica los puntos correspondientes al comensal.

Referencia visual

Para ver la pantalla correspondiente, consulta la **página 5** del *Manual de Usuario SR-Marc Mar24*.

Pago con puntos — modo Forma de Pago

1. Inicia la cuenta y captura los productos.
2. Localiza la forma de pago **MARC PAYMENTS** e ingresa el importe que el comensal desea utilizar.
3. Pulsa **ACEPTAR**. SR solicita el código o número de tarjeta del comensal.
4. El cajero pulsa **ACEPTAR** para finalizar. El importe y la tarjeta se aplican y el comensal puede consultarlo en su historial de movimientos.

Referencia visual

Para ver la pantalla correspondiente, consulta la **página 6** del *Manual de Usuario SR-Marc Mar24*.

Pago con puntos — modo Descuento Cuenta

1. Localiza el botón **PROG LEALTAD** en la pantalla de POS y pulsa.
2. Aparece la pantalla MARC Loyalty esperando el código o número de tarjeta del comensal.
3. En **Aplicar puntos**, ingresa la cantidad de puntos que el comensal indica usar.
4. Pulsa **APLICAR**. El importe se posiciona en el campo **DESCUENTO** en la sección de totales de la cuenta.
5. Al pagar la cuenta, el descuento se aplica con el comentario *DESCUENTO_MARC_POINTS*, identificable en los reportes de descuentos.

Referencia visual

Para ver la pantalla correspondiente, consulta la **página 7** del *Manual de Usuario SR-Marc Mar24*.

Redimir recompensa — modo Forma de Pago

1. Pulsa **PROG LEALTAD**. Aparece la pantalla MARC Loyalty.
2. Indica el código o número de tarjeta del comensal que redimirá.
3. Selecciona la recompensa elegida por el comensal y pulsa **APLICAR**. La recompensa se agrega a la cuenta con la forma de pago **MARC REWARDS**.
4. Pulsa **ACEPTAR**. La cuenta se almacena con el proceso normal pero asignada a MARC REWARDS. El comensal lo ve en el estado de cuenta de la app.

Referencia visual

Para ver la pantalla correspondiente, consulta la **página 8** del *Manual de Usuario SR-Marc Mar24*.

Redimir recompensa — modo Descuento Producto

1. Pulsa **PROG LEALTAD** e indica el código o número de tarjeta del comensal.
2. Visualiza las recompensas con las que el comensal cuenta con saldo suficiente para redimir.
3. Selecciona la recompensa y pulsa **APLICAR**.
4. La recompensa se agrega como un producto más a la cuenta, con un descuento del 100% sobre su valor. El valor en puntos se descuenta del saldo del cliente.

Referencia visual

Para ver la pantalla correspondiente, consulta la **página 9** del *Manual de Usuario SR-Marc Mar24*.

Operación en Servicio Comedor.

Modo cuentas en mesa: el comensal interactúa directamente con su app escaneando un QR que se genera al solicitar la cuenta. Preaprueba beneficios y el mesero/cajero los aplica al cobrar.

Referencia rápida

Aplicable a. Restaurantes con servicio en mesa.

Quiéén opera. Mesero abre y captura; cajero aplica beneficios al cobrar.

Elemento clave. QR del folio impreso en el ticket de consumo.

Botón POS. PROG LEALTAD (al cobrar).

Lógica del flujo

El mesero abre la cuenta y captura los consumos. Al finalizar, el comensal solicita la cuenta. SR imprime el ticket de consumo **con un código QR** del folio. El comensal escanea ese QR desde la app Tuki y elige qué hacer: pagar con puntos, redimir una recompensa o aplicar un cupón. La operación queda **preaprobada**. El mesero/cajero abre el folio al cobrar y aplica los beneficios pendientes.

Pago con puntos — modo Forma de Pago

1. El mesero abre cuenta de consumo y captura productos.
2. El comensal solicita la cuenta. SR imprime el ticket con un **QR del folio**.
3. Desde la app Tuki, el comensal elige **Pagar con puntos** y escanea el QR.
4. Indica el importe o cantidad de puntos que desea usar (puede ser parcial o total).
5. La app indica que el pago está en **preaprobación**.
6. El cajero selecciona la forma de pago **MARC PAYMENTS**. SR consulta el importe preaprobado y lo aplica.
7. Si no cubre el total, compensa con otra forma de pago a elección del comensal.
8. Al finalizar, el comensal ve el cargo en su estado de cuenta.

Referencia visual

Para ver la pantalla correspondiente, consulta la **página 10** del *Manual de Usuario SR-Marc Mar24*.

Pago con puntos — modo Descuento Cuenta

1. El flujo de preaprobación desde la app es idéntico al anterior.
2. El mesero pulsa **PROG LEALTAD** para cargar la pantalla MARC Loyalty.
3. SR busca por servicio el importe preaprobado por el comensal.
4. El importe se carga en el campo **DESCUENTO** sobre la cuenta y se aplica al pagar.
5. Se identifica en reportes de descuento con el comentario *DESCUENTO_MARC_POINTS*.

Referencia visual

Para ver la pantalla correspondiente, consulta la **página 11** del *Manual de Usuario SR-Marc Mar24*.

Acumulación de puntos

Para acumular, la cuenta debe estar **debidamente pagada** primero — hasta que el folio se registra como pagado, no está disponible para acumulación. Después de pagar:

1. El comensal escanea desde la app el código de barras de la cuenta pagada.
2. La app indica que los puntos han sido entregados a su cuenta.

Referencia visual

Para ver la pantalla correspondiente, consulta la **página 13** del *Manual de Usuario SR-Marc Mar24*.

Redimir recompensa — modo Forma de Pago

1. El comensal elige una recompensa disponible en la app.
2. Escanea el QR de la cuenta pagada para **preaprobar** la recompensa.
3. El mesero selecciona la cuenta y pulsa **PROG LEALTAD**.
4. Visualiza la recompensa preaprobada y pulsa **APLICAR**.
5. SR genera una cuenta automática con forma de pago **MARC REWARDS** y el valor en puntos.

6. Pulsa **ACEPTAR** para finalizar la venta rápida y redimir.

Referencia visual

Para ver la pantalla correspondiente, consulta la **página 14** del *Manual de Usuario SR-Marc Mar24*.

Redimir recompensa — modo Descuento Producto

1. El comensal elige la recompensa en la app y escanea el QR de la cuenta pagada para preaprobar.
2. El mesero pulsa **PROG LEALTAD** en la cuenta seleccionada.
3. Visualiza la recompensa preaprobada y pulsa **APLICAR**.
4. La recompensa se agrega como un producto más a la cuenta con descuento de 100%.
5. El valor en puntos se descuenta del saldo del cliente.

Referencia visual

Para ver la pantalla correspondiente, consulta la **página 15** del *Manual de Usuario SR-Marc Mar24*.

Protocolo de redención en mesa

Cada redención es un momento emocional. Al ver beneficios pendientes en el folio, el equipo en piso debe (1) llamar al comensal por su nombre, (2) agradecerle por usar el programa, (3) entregar el producto con cuidado especial. Cuesta cero y construye preferencia mucho más que cualquier descuento.

Reportes SR, bitácora y troubleshooting.

Cómo SR expone los movimientos del programa Tuki en su propio corte y reportes de descuentos, qué hacer cuando hay tickets pendientes de envío, y los síntomas más comunes con su primera acción.

Referencia rápida

Corte de caja. Desglosa MARC PAYMENTS y MARC REWARDS por separado.

Reporte de descuentos. Identifica DESCUENTO_MARC_POINTS y DESCUENTO_MARC_REWARDS.

Bitácora. Tickets pendientes con botón ENVIAR PENDIENTES.

Soporte. soporte@tukicard.com (Tuki) + distribuidor SR.

Corte de caja

Si configuraste las formas de pago MARC PAYMENTS y MARC REWARDS, el corte de caja del sistema las muestra desglosadas como cualquier otra forma de pago, identificando los importes por pago con puntos y los importes por redención de recompensas.

Referencia visual

Para ver la pantalla correspondiente, consulta la **página 17** del *Manual de Usuario SR-Marc Mar24*.

Reporte de descuentos

Si elegiste el modo Descuento, los movimientos viven en los reportes de descuentos de SR. Ruta:

- **Reportes » Ventas » Descuentos, Cortesías y cancelaciones.**
- Para ver productos y recompensas canjeados (detalle por producto): identificados con *DESCUENTO_MARC_REWARDS*.
- Para ver cuentas pagadas con puntos: identificadas con *DESCUENTO_MARC_POINTS*.

Referencia visual

Para ver la pantalla correspondiente, consulta la **página 18** del *Manual de Usuario SR-Marc Mar24*.

Bitácora de envío de tickets

Dentro de la pantalla de Configuración MARC Loyalty existe el botón **Bitácora de tickets**, que permite visualizar el envío de tickets cada vez que se cierra una cuenta. Muestra fecha, folio y problema en caso de no haberse enviado. Los tickets pendientes se intentan reenviar automáticamente al cerrar la siguiente cuenta, o manualmente con el botón **ENVIAR PENDIENTES**.

Referencia visual

Para ver la pantalla correspondiente, consulta la **página 19** del *Manual de Usuario SR-Marc Mar24*.

Síntomas comunes y primera acción

- **El cliente no recibe puntos al cerrar ticket:** (1) verifica que el cliente esté identificado en SR, (2) confirma que el esquema de puntos esté activo en Programa de Lealtad, (3) revisa la Bitácora — puede ser un ticket pendiente de envío.
- **'Producto no encontrado' al redimir:** el SKU de la recompensa no coincide con el del producto en SR. Audita el SKU.
- **'Sin conexión a Tuki':** verifica Internet. Si Internet está OK, revisa la configuración Usuario/Contraseña en MARC Loyalty.
- **El cupón se aplica pero no descuenta:** el cupón tiene recompensa adjunta con SKU mal mapeado. Audita.
- **Servicio Comedor: el comensal escaneó pero al cobrar no aparece preaprobación:** el QR del folio puede haber expirado o la app del comensal puede no haber confirmado. Pide al comensal que revise el estado en su app antes de cerrar el folio.

Cómo reportar bien

1. Documenta: fecha y hora, sucursal, cajero involucrado.
2. Captura el ID del cliente y el número de folio de SR.
3. Describe el síntoma en una frase y la acción que ya intentaste.
4. Envía a soporte@tukicard.com o a tu distribuidor SR según corresponda.

PRINCIPIO OPERATIVO

Lo que no se documenta, no se resuelve.

La integración SR ↔ Tuki es robusta cuando se opera con disciplina. La mayoría de incidencias se resuelven en minutos si se reportan con datos completos. Sin datos, soporte y tu distribuidor van a ciegas y la fricción se acumula.

05

PARTE CINCO

Anexos.

Glosario, atajos del panel, mensajes de error frecuentes y sus soluciones, calendario operativo por rol, plantillas listas para usar, y casos de uso por tipo de negocio.

Glosario.

Términos clave de Tuki y de programas de lealtad. Cuando una palabra te suene ambigua, búscala aquí — el manual la usa exactamente con este significado.

Afiliado

Cliente final que se ha registrado al programa de lealtad de un comercio. Tuki lo identifica por correo, teléfono o ID.

Cartera digital (Wallet)

Tarjeta de lealtad del comercio guardada en Apple Wallet o Google Wallet del cliente. Muestra puntos, nivel y código para la caja sin abrir la app. Se diseña en el módulo Cartera digital.

Comercio

El negocio que contrata Tuki. Es el cliente de MARC. Su panel es mytuki.com.

Cupón

Beneficio que se otorga sin costo de puntos. Dos tipos: **bienvenida** (automático al afiliarse) y **promocional** (vía código).

Esquema de puntos

Reglas con las que se acumulan puntos. Dos modalidades principales: por consumo (% del ticket) o por visita (puntos fijos).

Estado de cuenta

Vista del cliente: puntos disponibles, créditos vigentes, historial de movimientos.

Movimiento

Toda transacción que afecta el saldo del cliente: visita (acumula), redención (resta), expiración (resta), ajuste manual (suma o resta).

Nivel

Categoría jerárquica del afiliado. Dos modalidades: **automático** (se gana por desempeño) o **manual** (se asigna directamente).

Programa de Lealtad

El conjunto de reglas (esquema de puntos, vigencia, niveles, beneficios) que define cómo opera la lealtad para el comercio.

Promotor

Afiliado activado para promover recompensas mediante su código único. Cuando un nuevo cliente lo redime, el promotor obtiene crédito.

Recompensa

Beneficio que el cliente obtiene canjeando puntos. Cuatro tipos: general, para cupones, solo hoy, para evento.

Redención

El acto de canjear puntos o un cupón por una recompensa. Es el momento emocional crítico — protocolo recomendado: nombre, agradecimiento, atención diferenciada.

Rol

Perfil con permisos específicos. Cinco roles: Admin de Comercio, Gerente de sucursal, Cajero, Soporte Comercio, Colaborador.

SKU

Identificador único de un producto. En el contexto Tuki ↔ SR, el SKU debe ser idéntico en ambos sistemas para que la redención aplique.

Tiraje

Cantidad máxima de un cupón promocional disponible para entrega. Cuando se agotan, Tuki deja de otorgarlo.

Vigencia

Periodo durante el cual algo es válido. Aplica a puntos (cuándo expiran), recompensas (hasta cuándo se pueden canjear), cupones (rango de validez), tarjetas físicas.

Atajos y trucos del panel.

Pequeños trucos para moverte más rápido por mytuki.com. Son los favoritos del equipo Tuki.

Navegador y caché

- **Cmd+R (Mac) / Ctrl+R (Windows):** refrescar la página. Soluciona muchas inconsistencias visuales menores.
- **Cmd+Shift+R / Ctrl+Shift+R:** refrescar ignorando caché. Úsalo cuando el panel muestra una versión vieja.
- **Cmd+- / Ctrl+-:** reducir zoom del navegador. Útil para ver el Dashboard completo en una pantalla.
- **Cmd+0 / Ctrl+0:** volver al zoom default.

Filtros y tablas

- Las cabeceras de las tablas son ordenables: clic en la flecha para ordenar ascendente/descendente.
- Los filtros de fechas usan formato YYYY-MM-DD. Si pegas un rango desde otro lado, asegúrate del formato.
- En módulos con buscador, el buscador filtra en vivo a medida que escribes. No necesitas presionar Enter.

Productividad diaria

- **Pin el panel** en una pestaña fija de tu navegador. Lo encuentras siempre y no se cierra.
- **Modo oscuro:** al lado del selector de idioma hay un toggle. Útil para revisar de noche.
- **Idioma:** el selector Español permite cambiar a otros idiomas (cuando disponibles).
- **Cerrar sesión:** haz clic en tu foto de perfil arriba a la derecha → Cerrar sesión. Especialmente importante en computadoras compartidas.

Mensajes de error y soluciones.

Compendio de los errores más frecuentes en el panel y en la operación de caja, con la causa probable y la primera acción a tomar.

Errores en el panel mytuki.com

- **'Usuario o contraseña incorrectos'**: verifica espacios extra en el correo, mayúsculas en contraseña. Si persiste, restablece contraseña.
- **'Sesión expirada'**: el panel cierra sesión tras inactividad larga. Vuelve a entrar.
- **'Este correo ya existe'**: al crear usuario. El correo ya está asociado a otro usuario. Usa otro o desactiva el viejo.
- **'No se pudo guardar'**: revisa que todos los campos obligatorios estén llenos. Si todo está bien, refresca y reintenta.
- **'Imagen demasiado grande'**: excediste el límite (320×240, 440×330 o 200×200 según módulo). Redimensiona antes de subir.
- **Pantalla en blanco / no carga**: vacía caché (Cmd+Shift+R), si persiste reporta a soporte indicando navegador y versión.

Errores en operación de caja (Soft Restaurant)

- **'Producto no encontrado al redimir'**: SKU desincronizado. Cajero debe llamar al gerente.
- **'Sin conexión a Tuki'**: revisa Internet de la caja. Si Internet OK, la clave de la sucursal puede estar mal configurada.
- **'Cupón no válido'**: verifica vigencia y tiraje. Mayúsculas/minúsculas distinguen.
- **'Cliente no encontrado'**: el cliente no está afiliado en este programa. Ofrécele afiliarse.
- **'Saldo insuficiente'**: el cliente no tiene puntos suficientes para la recompensa. Muéstrale cuánto le falta.
- **El POS se congela al escanear QR**: reinicia la app del cliente. Si persiste, cierra y reabre el módulo MARC Loyalty.

Calendario operativo sugerido.

Qué hace cada rol diario, semanal y mensual. Imprímelo y compártelo con tu equipo — funciona mejor pegado a la vista que en un PDF guardado.

DIARIO

Cajero: en cada ticket — identificar cliente, ofrecer afiliación, aplicar redención/cupón. Reportar al gerente cualquier incidencia.

Gerente: apertura — revisar Dashboard de su sucursal. Cierre — preparar respuestas a reseñas del día.

Administrador: 30 min — Dashboard, reseñas, estado de campañas, incidencias.

SEMANAL

Director (lunes 15 min): revisar 4 KPIs del Dashboard y exigir acción si hay caídas.

Administrador (lunes 2 h): auditar recompensas y cupones vigentes; preparar campaña de la semana.

Gerente (lunes 15 min con equipo): repaso de errores comunes, dudas, novedades del programa.

Marketing (lunes 1 h): revisar reporte de mensajes; afinar próximas piezas.

MENSUAL

Administrador (medio día primer lunes): exportar reportes clave y armar resumen ejecutivo de 1 página.

Director (cierre de mes): leer el resumen, decidir 1 acción concreta para el mes siguiente.

Marketing: documentar aprendizajes de campañas (qué encabezados, qué segmentaciones, qué cupones).

Todos los roles: auditoría SKU de catálogo (ver pág. 82).

TRIMESTRAL

Director (1 h): revisar reportes clave del trimestre y decidir ajustes estratégicos.

Administrador: renovar recompensas según temporada, lanzar al menos 1 cupón temático del trimestre.

Gerente: entrenamiento profundo del equipo (1 h) — revisar capítulos relevantes del manual.

Plantillas listas para usar.

Mensajes y respuestas de uso recurrente. Cópialas, adapталas a tu marca y úsalas como punto de partida.

Mensaje de bienvenida (in-app)

Plantilla

Encabezado: Bienvenid@ a {Programa}

Contenido: Hola {Nombre}, gracias por unirse. Cada visita te suma puntos que cambias por recompensas. Tu primer detalle ya está disponible — míralo en tus cupones.

Adjunto: cupón de bienvenida.

Mensaje de cumpleaños

Plantilla

Encabezado: Hoy es tu día, {Nombre}

Contenido: Que tu cumpleaños esté lleno de buenos momentos. Te esperamos en {Comercio} con un detalle exclusivo — válido durante el mes de tu cumpleaños.

Adjunto: cupón de cumpleaños.

Mensaje de recuperación (cliente perdido)

Plantilla

Encabezado: Te extrañamos, {Nombre}

Contenido: Hace un par de semanas que no nos vemos. Sea cual sea la razón, queremos verte de vuelta. Te dejamos esto para tu próxima visita — válido por 14 días.

Adjunto: cupón promocional agresivo (2x1 o 30% off).

Respuesta a reseña positiva

Plantilla

Encabezado: ¡Gracias, {Nombre}!

Mensaje: Nos hace muy felices leer esto. {Comentario específico de lo que mencionó}. Te esperamos pronto.

Respuesta a reseña negativa

Plantilla

Encabezado: Lo lamentamos, {Nombre}

Mensaje: Tu comentario es importante para nosotros. {Reconocer específicamente lo que falló}. Tomamos nota internamente y queremos darte una mejor experiencia la próxima vez. Si quieres contarnos más, escríbenos a {contacto}.

Respuesta a queja de puntos no acreditados

Plantilla

Mensaje: Hola {Nombre}, gracias por avisarnos. Vamos a revisar tu última visita y ajustar si corresponde. Nos puedes compartir el número de ticket o la fecha y sucursal para localizarlo más rápido. Te confirmamos en las próximas 24 h.

Casos de uso por tipo de negocio.

Recomendaciones de configuración por modelo de negocio. No son recetas únicas, sino puntos de partida para adaptar.

Restaurante de mesa (ticket medio-alto, frecuencia media)

- **Esquema:** por consumo, 5–7%.
- **Vigencia puntos:** 6 meses.
- **Cupón bienvenida:** postre cortesía o copa de cortesía.
- **Niveles:** 3 automáticos (Cliente Frecuente, Preferido, VIP) + 1 manual (Socio Casa).
- **Marketing:** 2 mensajes/mes — uno de reconocimiento, uno temático.
- **Reseñas:** ON, 5 pts por reseña, responder en <24 h.

Fast casual / smash burger (ticket bajo-medio, frecuencia alta)

- **Esquema:** por consumo, 6–8% (margen permite ser generoso).
- **Vigencia puntos:** 4 meses (frecuencia alta).
- **Cupón bienvenida:** 2x1 en producto estrella.
- **Niveles:** 3 automáticos con nombres de marca (ej. Bobby Lover, Capitán, Embajador).
- **Cupón 2ª visita:** casi obligatorio. Postre o refresco cortesía con caducidad 14 días.
- **Marketing:** 1 push semanal + 1 mensaje quincenal.
- **Referidos:** ON desde mes 2 — mecánica viral natural.

Cafetería (ticket bajo, frecuencia muy alta)

- **Esquema:** por visita (10 pts/visita) + por consumo en upgrades.
- **Vigencia puntos:** 3 meses.
- **Cupón bienvenida:** bebida cortesía o size upgrade.
- **Recompensa escalonada:** 20 pts → relleno; 40 pts → postre; 70 pts → 2x1; 100 pts → comida completa.

- **Reseñas:** ON, sin puntos (volumen alto).

Retail especializado (ticket alto, frecuencia baja)

- **Esquema:** por consumo, 3–5%.
- **Vigencia puntos:** 12 meses (frecuencia baja).
- **Cupón bienvenida:** 10–15% en primer ticket sobre catálogo selecto.
- **Niveles:** 3 automáticos con asistencia personalizada como beneficio principal.
- **Marketing:** 1 mensaje al mes, muy curado. Calidad > cantidad.
- **Eventos:** ON — exclusividad de acceso es la moneda principal.

REGLA FINAL

Lo que mide se mejora.

Ningún tipo de negocio funciona igual al de junto. Empieza con la configuración recomendada de tu tipo, opera 2–3 meses, mide en Reportes y ajusta. La configuración del mes 1 nunca es la configuración óptima del año 1 — y eso está bien.