MANUAL DE CAPACITACIÓN · RESTAURANTES DE COMIDA RÁPIDA

TUKI

# Lealtad que cabe en 15 segundos.

*Todo lo que gerentes, cajeros y personal de mostrador deben saber del programa de lealtad, de las apps Tuki (App, Web App y Wallet) y de la operación en Soft Restaurant®.*

VERSIÓN SOFT RESTAURANT®

GERENTES, CAJEROS Y PERSONAL DE MOSTRADOR

Soft Restaurant®

MARC · OCTUBRE 2026 · TUKICARD.COM

## CONTENIDO


GUÍA RÁPIDA

Tuki en una página

Quién hace qué

Los dos botones de Soft Restaurant® (servicio rápido)

Las frases

Checklist de turno

MANUAL DETALLADO

1. Por qué existe nuestro programa de lealtad
2. Cómo funciona el programa: las piezas
3. Las apps del cliente: App, Web App y Wallet
4. El cliente afiliado en nuestro restaurante: quién hace qué
5. Operación en Soft Restaurant®: servicio rápido
6. Problemas típicos y qué hacer
7. Para el gerente: supervisar, medir y reconocer
8. Frases que funcionan

Datos de nuestro programa

GUÍA DE ESTUDIO

Cómo estudiar este manual

Objetivos de aprendizaje por capítulo

Conceptos clave (glosario)

Preguntas de autoevaluación

Ejercicios prácticos (juego de roles)

EVALUACIÓN ESCRITA


**Cómo usar este documento.** Son cuatro piezas en un solo documento. La **Guía rápida** (parte 1) es la hoja que se pega en el back y se lee el primer día. El **Manual** (parte 2) explica el porqué, las piezas del programa, las apps del cliente, el papel de cada puesto y la operación en caja. La **Guía de estudio** (parte 3) marca objetivos, glosario y ejercicios para preparar el **Examen** (parte 4), cuya clave de respuestas y rúbrica están en un documento aparte, solo para el instructor. Los datos propios de nuestro restaurante (nombre del programa, % de puntos, recompensas) se llenan en la hoja *Datos de nuestro programa* al final del Manual.

01

# Guía rápida

Una página para empezar hoy. Lo mínimo que todo el equipo debe saber y decir.

**TODOS LOS PUESTOS · 10 MINUTOS**

## TUKI EN UNA PÁGINA

**Léela primero; pégala en el back**

### Qué es

- Nuestro programa de lealtad: el cliente afiliado gana puntos al consumir y los cambia por recompensas.
- **Promos atraen. El reconocimiento retiene.**
- Beneficios solo para afiliados.

### Cómo llega el cliente

- **App** (Tuki o la de nuestra marca): QR de afiliado, recompensas, pago con puntos, escáner de ticket.
- **Web App**: por QR, sin instalar; no recibe push.
- **Wallet Card**: tarjeta en Apple/Google Wallet; QR seguro.

### Las piezas

- **Puntos**: % del consumo (1 pt = $1); vencen.
- **Recompensa**: cuesta puntos. **Cupón**: no cuesta puntos (bienvenida automático / promocional con código).
- **Nivel**: dice cómo tratarlo. **Colaborador**: tu código, tu reporte.

### Las 3 reglas

- Todo cliente recibe la invitación.
- Beneficios solo para afiliados identificados.
- No improvises descuentos: describe el síntoma y llama al gerente.

## QUIÉN HACE QUÉ

### Cajero

- Pregunta a todos, en todos los turnos: «¿Ya tienes tu Tuki?»
- Guion de 15 segundos + QR junto a la caja
- Beneficios **antes** de imprimir el ticket
- Identifica al cliente al cobrar; dile su saldo y su nombre

### Mostrador / empaque / runner

- Conoce el cupón de bienvenida y las 3 recompensas top
- Entrega la recompensa nombrándola
- QR de afiliación en todo empaque para llevar y delivery

### Gerente

- QR visible, escáner y enlace Soft Restaurant® activos
- Escucha el guion; corrige al instante
- No acredites puntos a ciegas
- Semanal: afiliaciones por turno y cajero; reconoce al mejor

## LOS DOS BOTONES DE SOFT RESTAURANT® (SERVICIO RÁPIDO)

- **MARC POINTS** (botón con QR) al pagar → escanea app / Wallet / tarjeta → los puntos llegan solos.
- **PROG LEALTAD** → escanea → elige recompensa → **APLICAR** (producto al 100 % o forma de pago **MARC REWARDS**) → cobra el resto.
- **Pago con puntos:** PROG LEALTAD → Aplicar puntos → importe en DESCUENTO (o **MARC PAYMENTS**).
- **Sin internet:** sigue cobrando; Soft Restaurant® envía después (Bitácora de tickets).

> **El QR del cliente cambia cada pocos segundos.** Capturas de pantalla no sirven: que lo vuelva a abrir y escanea de inmediato. **El cliente se afilia desde su app, Web App o Wallet, nunca desde Soft Restaurant®.**

## LAS FRASES

DILAS TAL CUAL

*«¿Ya tienes tu Tuki? Escanea aquí, acumulas con esta compra y te regalamos [cupón] en tu próxima visita.»*

*«Lleva 86 puntos; ya le alcanza para [recompensa]. ¿Se la aplico hoy o la guarda?»*

*«¿Va a usar puntos, recompensa o cupón hoy?» (antes de imprimir).*

*«Gracias por ser afiliado; ya tiene sus puntos de hoy.»*

## CHECKLIST DE TURNO

- ☐ QR de afiliación visible junto a la caja y en los empaques
- ☐ Sé de memoria el cupón de bienvenida y 3 recompensas
- ☐ Bitácora de tickets sin pendientes al cierre
- ☐ Enlace Tuki activo en Soft Restaurant®
- ☐ Sé qué cortesía corresponde a cada nivel
- ☐ Incidencias reportadas con folio, hora y mensaje

02

# Manual detallado

El porqué del programa, las piezas, las apps del cliente, lo que hace cada puesto y la operación en caja, paso a paso.

**GERENTES, CAJEROS Y PERSONAL DE MOSTRADOR · 2 HORAS DE LECTURA**

## 1. POR QUÉ EXISTE NUESTRO PROGRAMA DE LEALTAD

15 min de lectura

EL PRINCIPIO QUE GUÍA TODO LO DEMÁS

**Promos atraen. El reconocimiento retiene.**

Conseguir un cliente nuevo cuesta cada vez más; perderlo sigue siendo muy fácil. Un restaurante no vive de la gente que viene una vez: vive de la gente que **regresa**. El programa de lealtad existe para que más clientes regresen, más seguido, y para que sepamos quiénes son.

Hay una diferencia que debes tener clara desde el primer día:

| | Promoción | Reconocimiento |
|---|---|---|
| Qué busca | Disparar una conducta puntual: *ven hoy, compra esto*. | Construir preferencia sostenida: *me conocen, me valoran*. |
| Cómo se siente el cliente | Consiguió un descuento. | Es alguien aquí. |
| Qué pasa después | Vuelve cuando hay otra promo. | Vuelve porque quiere. |
| Quién lo hace posible | Marketing. | **Tú**, en cada ticket. |

Esto no significa cero promociones. Significa que las promociones están al servicio del reconocimiento, no al revés. Reconocer no es regalar: es tratar diferente a quien nos elige. Saludar por su nombre, agradecerle que sea afiliado, darle un detalle que no pidió, atenderlo con prioridad.

### Qué dicen los números

No son frases motivacionales; son datos que explican por qué el restaurante invierte en esto y por qué tu papel importa:

- Subir la retención de clientes 5 % aumenta las utilidades entre 25 % y 95 % (Reichheld, Bain & Company / Harvard Business Review).
- Un cliente recurrente gasta 67 % más que uno nuevo (BIA Advisory Services).
- La probabilidad de venderle a un cliente que ya nos conoce es de 60–70 %; a un desconocido, de 5–20 % (Farris, *Marketing Metrics*).
- Un cliente con programa de lealtad tiene 3.5 veces más probabilidad de volver a comprar (Accenture).
- Entre 20 % y 70 % de los clientes que dejan de venir lo hacen porque se sintieron ignorados, no por precio ni por producto.

> **El enemigo no es el restaurante de enfrente. Es la indiferencia.** Un cliente al que nadie reconoció se va sin decir nada y, en la mayoría de los casos, no regresa.

### Qué gana el restaurante y qué ganas tú

#### El restaurante

- Clientes que regresan más seguido y gastan más por visita.
- Datos propios: sabe quién viene, cuánto, cuándo y qué pide.
- Puede hablarle al cliente directo (app, push, correo) sin pagar a un intermediario.
- Mide si lo que hace funciona.

#### Tú

- Clientes contentos que regresan a tu turno y una caja que fluye mejor.
- Herramientas para saber quién es cada cliente antes de que te lo diga.
- Visibilidad de tu trabajo: el programa registra quién afilió, quién atendió y quién entregó.
- Un argumento concreto para el reconocimiento interno (concursos, bonos, empleado del mes) que defina el restaurante.

### Las tres reglas que no se negocian

1. **Todo cliente recibe la invitación.** Afiliar no es un favor que le hacemos al cliente que parece interesado; es parte del servicio, como ofrecer la carta de bebidas.
2. **Los beneficios son solo para afiliados.** Si cualquiera recibe lo mismo, no hay razón para afiliarse. No apliques beneficios del programa a quien no se identificó.
3. **No improvises.** Si algo falla (un QR que no lee, un cupón que no aplica), no inventes descuentos ni cortesías: llama al gerente y describe el síntoma. La mayoría de las incidencias se resuelve en segundos si se reporta al instante.

## 2. CÓMO FUNCIONA EL PROGRAMA: LAS PIEZAS

20 min

Tuki es la plataforma sobre la que corre nuestro programa. El restaurante decide las reglas (cuántos puntos, qué recompensas, qué cupones) y Tuki las ejecuta: registra cada consumo del afiliado, le abona puntos, le entrega sus beneficios y se comunica con él. Estas son las piezas con las que vas a tratar todos los días.

### Puntos

El cliente afiliado gana puntos cada vez que consume y se identifica. Nuestro programa los otorga **por consumo** (un porcentaje del ticket; por ejemplo, con 8 % un ticket de $500 da 40 puntos) o **por visita** (los mismos puntos cada vez que viene). Un punto equivale a un peso al momento de usarlo. Los puntos se calculan sobre el subtotal, antes de propina e IVA (configuración estándar; nuestro restaurante puede tenerla distinta: ver la hoja *Datos de nuestro programa*).

- Los puntos **vencen**: el restaurante define la vigencia (suele ser de 6 meses). La app avisa al cliente antes de que expiren.
- Puede haber límites: tiempo mínimo entre visitas, tickets máximos por día. Si el sistema no da puntos por un límite, muestra un aviso: no es una falla.
- Si un ticket se cancela en el punto de venta, Tuki revierte los puntos que había otorgado.
- El cliente ve su saldo en su app, en la Web App o en su tarjeta de Wallet. Tú también puedes consultarlo (ver capítulo 5).

## Recompensas

Son el catálogo permanente de cosas que el cliente **compra con sus puntos**: un postre, una bebida, un platillo, un upgrade. El cliente elige la recompensa en su app y la canjea en el restaurante. Cada recompensa tiene un costo en puntos, una vigencia y, en muchos casos, condiciones al pie (*presentar el QR al ordenar; sujeto a disponibilidad*). Hay recompensas generales, recompensas **Solo hoy** (visibles únicamente en una fecha o rango de fechas) y recompensas **para eventos** exclusivos de afiliados.

## Cupones

Son beneficios que **no cuestan puntos**. Dos tipos:

- **Cupón de bienvenida.** Se otorga automáticamente a todo cliente nuevo al afiliarse (sin código). Lo recibe una sola vez y lo ve en la sección de cupones o *Regalos* de su app. Tiene fecha de vencimiento. Es el gancho para que el cliente se afilie hoy: tú debes conocerlo de memoria.
- **Cupón promocional.** Se obtiene con un código (campañas, cumpleaños, segunda visita, recuperación de clientes). El cliente lo captura en su app; el código distingue mayúsculas y minúsculas y tiene vigencia y tiraje. Un cupón vencido no se renueva.

> **Regla de oro para no confundirte.** Si el beneficio le cuesta puntos al cliente, es una **recompensa**. Si no le cuesta puntos, es un **cupón**. Ambos se entregan en el restaurante contra el QR que muestra el cliente.

## Niveles

El restaurante puede clasificar a sus afiliados en niveles (por ejemplo, tres o cuatro, con nombre propio). Los **niveles automáticos** se ganan al alcanzar cierta cantidad de puntos en un periodo (*40 puntos en 3 meses*) y se pierden si el cliente deja de cumplir el criterio. Los **niveles manuales** los asigna el restaurante a clientes específicos. Un cliente recién afiliado no tiene nivel; cuando sube, recibe una notificación y ve su distintivo en la app. Para ti, el nivel es la señal de **cómo tratar a ese cliente**: qué cortesía le corresponde, qué prioridad tiene.

## Pago con puntos

Si el restaurante lo tiene activado, el cliente puede pagar toda la cuenta o una parte con sus puntos. En caja se registra como descuento (o como forma de pago, según cómo esté configurado nuestro punto de venta). El resto se cobra normal.

## Referidos y códigos de colaborador

- **Referidos (promotores).** Un cliente activado como promotor tiene un código único que comparte con amigos; cuando el amigo se afilia y lo usa, ambos reciben un beneficio.
- **Código de colaborador.** Un empleado dado de alta con rol *Colaborador* también recibe un código. Las recompensas o cupones que el cliente obtiene con ese código quedan registrados a nombre del colaborador en el *Reporte de colaboradores*. Es la base de concursos e incentivos internos. **Nunca compartas tu código con personas ajenas al restaurante.**

## Tarjetas de regalo y Marketplace

El cliente puede comprar tarjetas de regalo (con puntos o con dinero) y regalarlas; al usarse, otorgan puntos del programa a quien la recibe, que debe estar afiliado. En el Marketplace de la app también puede cambiar puntos por tarjetas de otros negocios. En caja, lo que llega es siempre lo mismo: un cliente afiliado con saldo de puntos.

### Mensajes, notificaciones y reseñas

- **Mensajes in-app** quedan en la bandeja de la app; pueden traer un cupón, una recompensa o puntos que el cliente reclama al abrirlos.
- **Notificaciones push** llegan al instante solo a quien tiene la app instalada y aceptó recibirlas. En iPhone, el permiso lo da el cliente: cuando lo afilies, pídele que lo acepte.
- **Reseñas.** Después de cada compra registrada, la app le pide al cliente calificar su experiencia de 1 a 5 estrellas y dejar un comentario. El restaurante las lee y responde. Lo que haces en el servicio se refleja ahí.

## 3. LAS APPS DEL CLIENTE: APP, WEB APP Y WALLET

20 min

El cliente puede vivir el programa de tres maneras. Las tres comparten la misma cuenta, los mismos puntos y las mismas recompensas; lo que cambia es la experiencia y lo que puede hacer desde cada una. Tu trabajo es reconocer con cuál llega el cliente y saber qué pedirle.

| | App Tuki (o app propia del restaurante) | Web App (Tuki Web) | Wallet Card |
|---|---|---|---|
| Qué es | App para iPhone y Android. Puede ser la app Tuki, donde el cliente ve varios comercios, o una app con la marca del restaurante (Tuki SC / BMP). Un restaurante con app propia aparece también en la app Tuki y tiene su propia Web App y Wallet. | El programa en el navegador del teléfono, sin instalar nada. Se abre con un enlace o escaneando el QR del restaurante. | La tarjeta de lealtad del restaurante guardada en Apple Wallet o Google Wallet. |
| Cómo entra el cliente | Descarga la app (App Store / Google Play), crea su cuenta y busca el restaurante. | Escanea el QR de Web App impreso en caja, mesas o carta; crea su cuenta con correo y contraseña. | Desde la app (pantalla *Mi código* › botón Apple Wallet / Google Wallet) o desde el enlace/QR del restaurante. |
| Qué ve | Puntos, nivel, historial, recompensas, cupones (*Regalos*), mensajes, QR de afiliado, QR de recompensa, QR de pago, escáner de tickets, sucursales. | Puntos, recompensas y cupones; registra puntos y canjea. | Puntos, nivel, nombre, número de tarjeta y QR. Se actualiza solo. Recibe avisos del restaurante y alertas al estar cerca de una sucursal. |
| Lo que te muestra en caja | Su **QR de afiliado** (cambia cada pocos segundos), el **QR de una recompensa** ya elegida o un **QR de pago** con puntos. | Su código de afiliado. | El **QR del pase**, en formato seguro. Soft Restaurant® lo lee sin problema. |
| Lo que no puede | — | No recibe notificaciones push. | No escanea tickets ni genera QR de pago: para eso necesita la app. |

> **El QR cambia cada pocos segundos.** Una captura de pantalla, una foto o un QR reenviado por WhatsApp no sirven. Si el escáner dice *Código inválido o expirado*, pide al cliente que vuelva a abrir su QR y escanéalo de inmediato.

### Cómo se afilia un cliente (y qué parte te toca)

**El cliente se afilia desde su app, la Web App o la Wallet; no desde Soft Restaurant®.** Tu parte es invitarlo, mostrarle el QR y acompañarlo si tiene dudas. El proceso toma alrededor de un minuto:

1. El cliente escanea el **QR de afiliación** (impreso en caja, mesas o carta) o descarga la app.

2. Captura nombre, correo y contraseña (o entra con Google, Apple o Facebook). Si el restaurante lo pide, también su teléfono.
3. Recibe un correo de validación (y un SMS si el teléfono es obligatorio). Al validar, entra al programa.
4. Su **cupón de bienvenida** ya está en su sección de cupones. Dile dónde verlo y cuándo puede usarlo.
5. Si llega con la app y es su primera vez con nosotros, el primer escaneo de su QR en caja lo afilia al restaurante: ahí la pantalla le da la bienvenida y le pide (opcionalmente) nombre y correo. **Pide el correo: ahí empieza la relación.**

**QUÉ DECIR EN EL MOMENTO DE AFILIAR**

*«¿Ya tienes tu Tuki? Te toma un minuto: escaneas este código, pones tu correo y tu cupón de bienvenida queda activo desde hoy.»*

*«Si prefieres no descargar nada, con este mismo QR entras desde el navegador o guardas la tarjeta en tu Wallet.»*

*«Acepta las notificaciones: así te avisamos cuando tengas puntos por vencer o una recompensa nueva.»*

## Preguntas que te van a hacer los clientes

| Pregunta | Respuesta correcta |
|---|---|
| ¿Tengo que descargar una app? | No es obligatorio: puede entrar por el QR de la Web App sin instalar nada, o guardar la tarjeta en Apple/Google Wallet. La app es la que tiene todo (notificaciones, escáner de ticket, pago con puntos). |
| ¿Funciona en iPhone y Android? | Sí. iOS 13 o superior y Android 8 o superior; Wallet en Apple Wallet y Google Wallet. |
| ¿Cómo gano puntos? | Identificándose en cada consumo. En caja: muestra su QR al pagar y nosotros lo escaneamos. |
| ¿Cuánto vale un punto? | Un punto = un peso al usarlo en recompensas o pago con puntos. |
| ¿Mis puntos vencen? | Sí, según la vigencia del programa; la app le avisa antes. |
| ¿Dónde está mi cupón de bienvenida? | En la sección de cupones / *Regalos* de su app, activo en cuanto validó su correo. Solo lo reciben clientes nuevos. |
| El código promocional dice *no válido* | Revisar vigencia, tiraje y mayúsculas/minúsculas; un cupón vencido no se renueva. |
| No me acreditaron mis puntos | No los acredites tú ni improvises. Toma sus datos y el folio del ticket; el gerente revisa el movimiento y responde en 24 horas. |
| ¿Van a vender mis datos? | No. El restaurante es dueño de su base; Tuki opera bajo contrato y la Ley Federal de Protección de Datos Personales. Puede pedir que eliminen su cuenta cuando quiera. |
| ¿Qué pasa si no hay internet? | Soft Restaurant® guarda el ticket y lo envía cuando vuelve la conexión; los puntos llegan después. |

## 4. EL CLIENTE AFILIADO EN NUESTRO RESTAURANTE: QUIÉN HACE QUÉ

25 min

En comida rápida todo ocurre en el mostrador y en menos de un minuto. El cajero concentra casi todo el programa; el resto del equipo lo respalda. Estos son los cuatro momentos.

| Momento | Responsable | Qué pasa |
|---|---|---|
| 1. Toma de orden | Cajero | Pregunta si está afiliado: «¿Ya tienes tu Tuki?». Si sí: pide su QR. Si no: invitación de 15 segundos con el QR de afiliación junto a la caja. |
| 2. Antes de cobrar | Cajero | Pregunta si quiere aplicar un beneficio (recompensa, cupón, puntos) **antes de imprimir el ticket**. Escanea el QR correspondiente. |
| 3. Cobro | Cajero | Identifica al cliente en Soft Restaurant® para que acumule, cobra el resto y entrega el ticket. Saluda por su nombre y dile cuántos puntos lleva. |
| 4. Entrega / despedida | Mostrador, empaque, runner | Entrega el pedido con la recompensa canjeada; agradece por ser afiliado. En para llevar y delivery, el QR va en el empaque. |

### Cajero: el programa cabe en 15 segundos

1. **Pregunta a todos**, en todos los turnos, sin excepción. La tasa de afiliación del restaurante se mide por ticket y por cajero; si un cajero no pregunta, se nota en el reporte.
2. **Usa el guion corto:** «¿Ya tienes tu Tuki? Escanea aquí, acumulas puntos con esta compra y te regalamos [cupón de bienvenida] en tu próxima visita».
3. **Si es afiliado,** pide su QR antes de cobrar, salúdalo por su nombre y dile su saldo: «Lleva 86 puntos; ya le alcanza para [recompensa]. ¿Se la aplico hoy o la guarda?».
4. **Pregunta por beneficios antes de imprimir.** Un canje después de cerrar el ticket implica reabrir la cuenta o, en la app de caja, ya no es posible corregir.
5. **Verifica el nivel** si el restaurante tiene beneficios operativos por nivel (orden de siempre, fila express, complemento de cortesía) y actívalo sin que lo pida.
6. **Despide como afiliado:** «Gracias, ya tienes tus puntos de hoy».

> **En hora pico no se deja de afiliar: se acorta el guion.** «¿Tienes tu Tuki? Escanea aquí mientras preparo tu orden». Si el cliente no trae su QR a la mano, puedes teclear su número de tarjeta en Soft Restaurant®; si no lo tiene, no detengas la fila: invítalo a registrarse para la próxima.

### Mostrador, empaque y runner

- Conoce el cupón de bienvenida y las 3 recompensas más populares: te van a preguntar.
- Entrega la recompensa canjeada como lo que es: un reconocimiento, no una cortesía cualquiera. Nómbrala: «Aquí está su postre de recompensa».
- Revisa que cada empaque para llevar y de delivery lleve la etiqueta con el QR de afiliación.
- Si un cliente te pregunta algo que no sabes del programa, no inventes: pásalo con el cajero o el gerente.

### Gerente de turno

- Al abrir: QR de afiliación visible en caja, escáner funcionando, enlace Tuki activo en Soft Restaurant®.
- Durante el turno: escucha el guion de afiliación; corrige al instante. Resuelve incidencias de caja en el momento (sin improvisar descuentos).

- Al cierre: revisa la Bitácora de tickets de Soft Restaurant® (tickets no enviados) y el corte con los descuentos Tuki separados.
- Semanal: afiliaciones por turno y por cajero; reconoce al mejor. El protocolo de redención (gerente presente en canjes grandes) también aplica en mostrador.

## 5. OPERACIÓN EN SOFT RESTAURANT®: SERVICIO RÁPIDO

30 min

En Soft Restaurant® la integración aparece con el nombre **MARC Loyalty**; es la misma plataforma Tuki. En cuentas abre-cierra (*servicio rápido*: mostrador, drive-thru, food truck) tú identificas al cliente al cobrar y aplicas sus beneficios al instante. Dos botones resuelven el 95 % de las operaciones: **MARC POINTS** (acumular) y **PROG LEALTAD** (canjear / pagar con puntos).

> **Antes de empezar, pregunta al gerente cómo está configurado nuestro Soft Restaurant®:** modo *Como descuento* (los beneficios entran como descuento a la cuenta o 100 % al producto) o modo *Como forma de pago* (se cobran con MARC PAYMENTS / MARC REWARDS). Anótalo en la hoja *Datos de nuestro programa*.

### A. Acumular puntos

1. Abre la cuenta de servicio rápido y captura los productos.
2. Al pagar, presiona el botón con QR **MARC POINTS**.
3. Escanea el **QR de la app** o del pase de Wallet del cliente (o teclea su número de tarjeta).
4. Termina la transacción. Soft Restaurant® confirma los puntos acumulados; presiona **ACEPTAR**. El cliente ve sus puntos en la app al momento.

### B. Canjear una recompensa

1. Pregunta **antes de imprimir**. El cliente elige la recompensa en su app (o te la dice).
2. Presiona **PROG LEALTAD** y escanea su QR (o teclea el número de tarjeta). La lista muestra solo las recompensas para las que le alcanza el saldo.
3. Selecciona la recompensa y presiona **APLICAR**.
4. Modo *descuento*: el producto entra con **100 % de descuento** y los puntos se restan de su saldo. Modo *forma de pago*: la recompensa se agrega a la cuenta y se cobra con **MARC REWARDS** › **ACEPTAR**.
5. Cobra el resto normal y entrega.

### C. Pagar con puntos

1. El cliente te dice cuántos puntos quiere usar (o genera un QR de pago en su app).
2. Modo *descuento*: **PROG LEALTAD** › escanea o teclea su tarjeta › en **Aplicar puntos** captura la cantidad › **APLICAR**. El importe aparece en el campo **DESCUENTO** de la cuenta.
3. Modo *forma de pago*: al pagar elige **MARC PAYMENTS**, captura el importe, **ACEPTAR**, escanea o teclea la tarjeta, **ACEPTAR**.

4 Cobra la diferencia con otra forma de pago si los puntos no cubren el total.

### D. Cupones

El cliente canjea el cupón en su app y te muestra el QR. Aplícalo con **PROG LEALTAD** como una recompensa (con costo cero en puntos). Si el cupón tiene tope (*40 % hasta $200*), la validación la haces tú según sus condiciones. Si no aplica, no lo sustituyas por un descuento manual: llama al gerente.

### E. Lo que ves en el corte y los reportes

- Con formas de pago MARC PAYMENTS y MARC REWARDS, el corte las desglosa por separado.
- En modo descuento, los movimientos llevan los comentarios **DESCUENTO_MARC_POINTS** y **DESCUENTO_MARC_REWARDS** en **Reportes › Ventas › Descuentos, Cortesías y cancelaciones**.
- **Bitácora de tickets** (**Configuración › Configuración MARC Loyalty**): tickets que no se enviaron a Tuki al cerrar; se reintentan solos o con **ENVIAR PENDIENTES**. Sin internet, Soft Restaurant® sigue cobrando y envía después.

### F. Resumen de botones

| Elemento | Dónde | Para qué |
|---|---|---|
| **MARC POINTS** (botón con QR) | Pantalla de pago | Identificar al cliente para acumular. |
| **PROG LEALTAD** | Pantalla de punto de venta | Canjear recompensa o cupón; pagar con puntos (modo descuento). |
| **MARC PAYMENTS** | Formas de pago | Pago con puntos (modo forma de pago). |
| **MARC REWARDS** | Formas de pago | Recompensa canjeada (modo forma de pago). |
| DESCUENTO_MARC_POINTS / _REWARDS | Comentarios en reportes | Identifican los movimientos Tuki en modo descuento. |
| Bitácora de tickets | Configuración MARC Loyalty | Tickets pendientes de enviar a Tuki. |

## 6. PROBLEMAS TÍPICOS Y QUÉ HACER

20 min

LA REGLA QUE EVITA EL 90 % DE LOS PROBLEMAS

**No improvises. Describe el síntoma y llama al gerente.**

| Qué pasa | Causa probable | Qué hacer |
|---|---|---|
| El cliente dice que no le llegaron los puntos | Cuenta no cerrada/pagada; cliente no identificado; ticket en Bitácora; límite de tickets por día. | No acredites nada. Toma folio y datos; el gerente revisa la **Bitácora de tickets** y el detalle del cliente en el panel; respuesta en 24 h. |
| *Código inválido o expirado* al escanear | El QR de la app cambia cada pocos segundos; captura de pantalla. | Que vuelva a abrir su QR y escanéalo de inmediato. |
| *Cliente no encontrado* | No está afiliado a nuestro programa. | Invítalo a afiliarse con el QR. |

| Qué pasa | Causa probable | Qué hacer |
|---|---|---|
| *Saldo insuficiente* | No le alcanzan los puntos para esa recompensa. | Dile cuánto le falta; ofrece otra recompensa o pagar parte con puntos. |
| *Producto no encontrado* al aplicar una recompensa | El SKU de la recompensa no coincide con el producto en Soft Restaurant®. | Llama al gerente; no lo resuelvas con un descuento manual. |
| *Sin conexión a Tuki* | Internet caído o credenciales del enlace mal capturadas. | Sigue cobrando normal: Soft Restaurant® guarda los tickets y los envía después. Avisa al gerente. |
| El cupón se aplica pero no descuenta / *Cupón no válido* | Cupón vencido, sin tiraje o mal mapeado. | Verifica vigencia y mayúsculas; si persiste, gerente. |
| El cliente quiere canjear después de que cerré el ticket | Ticket ya cerrado. | Pregunta siempre antes de imprimir. Si ya cerró, gerente (reapertura o cancelación según política). |
| La caja se congela al escanear | Lectura fallida. | Que el cliente cierre y abra su app; si persiste, cerrar y reabrir el módulo MARC Loyalty. |
| Se interrumpe el enlace Tuki–Soft Restaurant® por más de unos minutos | Falla de red o del servicio. | Activa el plan de contingencia con Tuki Comercio (abajo). No registres el mismo ticket por los dos caminos. |

### Cómo reportar una incidencia

Fecha y hora · sucursal · quién atendió · nombre o correo del cliente · folio del ticket · qué mensaje salió · qué se intentó. Con eso, el gerente resuelve o escala a soporte Tuki (soporte@tukicard.com, lunes a viernes 9:00–18:00, y al distribuidor de Soft Restaurant® si el problema está en el punto de venta).

### Plan de contingencia: si cae el enlace

El restaurante tiene (o debería tener) una tablet con **Tuki Comercio** con la sesión de sucursal abierta y las tarjetas de cajero y gerente impresas. Mientras el enlace no funciona y la tablet sí tiene internet:

- **Dar puntos:** cobra la cuenta en Soft Restaurant® sin identificar al cliente; después, en Tuki Comercio: tarjeta de cajero › Registrar consumo › número de ticket = **folio de Soft Restaurant®** › monto › Registrar ahora.
- **Canjear:** canjea en Tuki Comercio y entrega desde el panel del cajero; en Soft Restaurant® registra el producto con el descuento o cortesía que defina el gerente, con el comentario **TUKI CONTINGENCIA**.
- **Pagar con puntos:** cobra en Tuki Comercio y aplica el mismo importe como descuento en Soft Restaurant® con el comentario **TUKI CONTINGENCIA**.
- **Regla de oro: un ticket se registra por un solo camino.** Si el cliente sí quedó identificado en Soft Restaurant® antes de la falla, la Bitácora lo reenviará sola; no lo captures también en Tuki Comercio.
- Al restablecerse: revisa que la Bitácora envíe los pendientes, cuadra los movimientos TUKI CONTINGENCIA contra el reporte de Tuki y reporta a soporte la hora de inicio y fin.

## 7. PARA EL GERENTE: SUPERVISAR, MEDIR Y RECONOCER

20 min

El programa no falla por la tecnología; falla cuando nadie lo opera. Nueve de cada diez veces, una afiliación baja es un problema de guion, de material en piso o de hábito, no de plataforma. Tu trabajo es que el equipo lo haga todos los días y que se note en los números.

## Los números que importan

| Indicador | Meta de referencia | Dónde se ve |
|---|---|---|
| Tasa de afiliación (afiliaciones ÷ tickets) | 10–25 % de los tickets; menos de 5 % sostenido = problema de guion | Panel mytuki.com › Inicio (afiliados del mes) y Reporte de clientes afiliados; Tukimetrics por cajero y turno |
| Segunda visita en 30 días | Que los nuevos regresen | Tukimetrics (estado *1 visita* y journey *Promover segunda visita*) |
| Clientes en riesgo y perdidos | Que ninguno se vaya sin que lo sepamos; contador de *Recuperados* al alza | Tukimetrics › Campañas › Automáticas › *Regla de recuperación de clientes* |
| Redenciones | Que los puntos se usen: una recompensa alcanzable en menos de 100 días | Reporte de redenciones |
| Cumpleaños capturados | 8 de cada 10 afiliados | Tukimetrics |
| Reseñas y calificación | Responder todas | Panel › Reseñas |

## Qué puedes ver en el panel mytuki.com

- **Inicio:** afiliados, visitas, redenciones y puntos otorgados del mes, filtrado por tu sucursal.
- **Clientes:** busca por nombre, correo o teléfono; el detalle muestra cada movimiento (fecha, sucursal, transacción, ticket, balance). Es donde investigas un reclamo de puntos.
- **Reportes** (filtros por periodo y sucursal, exportables): visitas, tickets registrados y no registrados, consumos, redenciones, pago con puntos, cupones promocionales, referidos y **Reporte de colaboradores** (recompensas y cupones promovidos por cada colaborador).
- **Reseñas:** léelas al cierre y responde; la respuesta le llega al cliente como mensaje in-app.

> **Si un afiliado reclama puntos, no se los acredites a ciegas.** Si Tuki no los registró, hubo una razón (cuenta sin cerrar, enlace caído, cliente no identificado). Pide al administrador que revise el ticket; acreditar sin revisar esconde el problema de raíz. Los ajustes se hacen desde el panel, con justificación, y se responden en 24 horas.

## Rutinas

| Cuándo | Qué |
|---|---|
| Cada turno | Guion de afiliación audible en caja; QR de afiliación visible; enlace Soft Restaurant® activo. |
| Al cierre | Bitácora de tickets sin pendientes; corte con movimientos Tuki separados. Reseñas del día respondidas. |
| Semanal (15 min con caja) | Afiliaciones por turno y por persona; incidencias de la semana; reconocimiento al mejor. |
| Lunes (30 min) | Tukimetrics: contadores En riesgo / Perdidos / Recuperados de tu sucursal (botón *Ver lista*), crear la *Promoción de regreso* de la semana, cumpleaños de la semana, frecuencia vs. mes anterior. |

## Incentivos al equipo: lo que la plataforma te da

- **Código de colaborador** (rol Colaborador en Usuarios): cada empleado puede promover recompensas o cupones con su código; el **Reporte de colaboradores** muestra qué promovió cada uno. El bono, comisión o premio lo define el restaurante, no Tuki.
- **Afiliaciones por cajero** en Tukimetrics (Overview › Operaciones): quién afilia y en qué franja.
- **Concurso mensual** sugerido: cajero del mes por afiliaciones y por canjes bien registrados; turno del mes por tasa de afiliación.
- Hazlo visible: una métrica de afiliación en el pizarrón del back, reconocimiento público semanal. Incentiva hasta crear el hábito; después, el reconocimiento al cliente se vuelve parte del servicio.

## Cuándo un cliente está en riesgo: la regla de recuperación

Tukimetrics marca a cada afiliado según su propia frecuencia de visita (la mediana del intervalo entre sus últimas visitas). Es la misma regla para todos los comercios Tuki, con valores por defecto; los avisos automáticos empiezan a salir cuando el administrador enciende los journeys *En riesgo* y *Te extrañamos* en Campañas › Automáticas, donde también puede ajustar la regla (*Ajustar regla*).

| Estado | Cuándo | Qué pasa solo |
|---|---|---|
| **1 visita** | Vino una vez y no ha regresado. | No entra a la regla: lo atiende el journey *Promover segunda visita* (14 días después, por defecto). |
| **En riesgo** | Lleva más de **2×** su frecuencia normal sin venir (nunca antes de 21 días). Con solo 2 visitas, usa el periodo fijo del giro (servicio a mesa 45 días; comida rápida 30). | Un mensaje en la app, sin oferta: *tus puntos siguen aquí*. Una sola vez por ausencia. |
| **Perdido** | Más de **3×** su frecuencia (tope 180 días; con 2 visitas: 60 días en mesa, 45 en comida rápida). | Correo *Te extrañamos* con el **beneficio de regreso** vigente 14 días + un recordatorio 3 días antes de vencer. Después, silencio hasta que vuelva. |
| **Recuperado** | Volvió después de haber estado perdido (últimos 90 días). | Si hay *Promoción de regreso* activa, recibe sus puntos solos al volver y un mensaje: *¡Qué gusto verte de vuelta!* |

Ejemplo: un cliente que viene cada semana queda en riesgo al día 21 y perdido al día 28; uno que viene cada mes, en riesgo al día 60 y perdido al día 90.

> **El beneficio de regreso no pasa por caja.** Lo recomendado es la *Promoción de regreso* de Tukimetrics (botón *Crear promoción de regreso*, cada lunes): cuando el cliente perdido vuelve y consume, Tuki le abona los puntos solos. Si el restaurante prefiere un cupón de descuento, el administrador lo crea primero en el panel Tuki y pone el código en el correo *Te extrañamos*; en ese caso sí llega a caja como cualquier cupón.

## Tukimetrics, en tres líneas

Tukimetrics es la capa analítica de Tuki: le preguntas en español a tus propios datos («¿qué clientes frecuentes no vinieron esta semana?», «¿quién cumple años?») y recibes listas y segmentos listos para actuar; además envía solos los correos de cumpleaños, puntos por vencer y *te extrañamos*. Para un gerente de restaurante es la rutina de 30 minutos del lunes.

## 8. FRASES QUE FUNCIONAN

10 min

Úsalas tal cual hasta que te salgan naturales; después adáptalas a tu estilo sin perder la idea. Cada frase tiene una sola intención.

**INVITAR A AFILIARSE**

*«¿Ya tienes tu Tuki? Escanea aquí, acumulas puntos con esta compra y te regalamos [cupón de bienvenida] en tu próxima visita.»*

*«Si tienes la app abierta, escaneo tu QR directo del celular.»*

*«Acepta las notificaciones para que te avisemos de tus puntos y tus regalos.»*

**RECONOCER AL AFILIADO**

*«Qué gusto verlo de nuevo, Sr. Gómez. Gracias por ser parte de [programa].»*

*«Lleva 86 puntos; ya le alcanza para [recompensa]. ¿Se la aplico hoy o la guarda?»*

*«Como cliente [nivel], hoy le invitamos [cortesía].»*

**ANTES DE COBRAR**

*«¿Va a usar puntos, alguna recompensa o cupón hoy?»*

*«Muéstrame tu QR para registrar tus puntos.»*

**COMPLETAR DATOS**

*«¿Ya registró su cumpleaños en la app? Le damos puntos extra por completarlo y le mandamos un regalo ese mes.»*

*«Déjenos su correo: ahí le llegan sus cupones.»*

**CUANDO ALGO FALLA**

*«Déjeme revisarlo con el gerente; no quiero que se vaya sin sus puntos.»*

*«El código cambia cada segundos; ¿me lo abre de nuevo? Lo escaneo enseguida.»*

**DESPEDIDA**

*«Gracias por ser afiliado; ya tiene sus puntos de hoy. Si nos califica en la app nos ayuda mucho.»*

**Lo que nunca decimos:** «no sé cómo funciona eso», «le aplico el descuento y luego lo arreglan», «mejor regístrese en otro momento», «eso no me toca a mí».

## DATOS DE NUESTRO PROGRAMA

Llena esta hoja con tu gerente

Todo lo anterior es común a cualquier restaurante que opera con Tuki. Lo que sigue es específico del nuestro. Complétalo con tu gerente el primer día y tenlo a la mano.

**Nombre del programa** _____

**Cómo se ganan puntos** __ % del consumo / __ puntos por visita

**Vigencia de los puntos** ____ meses

| | |
|---|---|
| **Cupón de bienvenida** | _____ vigencia: _____ |
| **Las 5 recompensas más pedidas** | 1. _____ 2. _____ 3. _____ 4. _____ 5. _____ |
| **Niveles y su cortesía** | _____ → _____ / _____ → _____ / _____ → _____ |
| **¿Aceptamos pago con puntos?** | ☐ Sí ☐ No |
| **Dónde está el QR de afiliación** | _____ |
| **Protocolo de redención** | Quién entrega: _____ Cómo: _____ |
| **Regla de recuperación (Tukimetrics)** | ☐ Por frecuencia (2× / 3×) ☐ Periodo fijo: __ / __ días Beneficio de regreso: ☐ Promoción (__ pts) ☐ Cupón: ____ |
| **Gerente / contacto para incidencias** | _____ |
| **Modo de aplicar puntos en Soft Restaurant®** | ☐ Como descuento ☐ Como forma de pago (MARC PAYMENTS / MARC REWARDS) |

03

# Guía de estudio

Objetivos por capítulo, glosario, preguntas de autoevaluación y juegos de roles para preparar el examen.

**TODOS LOS PUESTOS · 3 SESIONES DE 45 MIN**

## CÓMO ESTUDIAR ESTE MANUAL

**Plan sugerido: 3 sesiones de 45 minutos**

| Sesión | Qué estudiar | Qué practicar |
|---|---|---|
| 1 · El porqué y las piezas | Capítulos 1, 2 y 3 | Explica a un compañero, en un minuto, qué es el programa y qué gana el cliente. Afilia a un compañero con el QR. |
| 2 · Mi puesto | Capítulos 4 y 8 | Juego de roles: llegada, mesa/mostrador, cuenta, despedida. Un observador marca las frases. |
| 3 · La caja y los problemas | Capítulos 5, 6 y 7 | Con una cuenta de prueba y un afiliado del equipo: acumula, canjea una recompensa y paga una parte con puntos. Revisa cómo aparece cada movimiento en el reporte de descuentos. |

## OBJETIVOS DE APRENDIZAJE POR CAPÍTULO

### Capítulo 1 · Por qué existe el programa

- Explicar la diferencia entre promoción y reconocimiento con un ejemplo del restaurante.
- Citar dos datos que justifican la lealtad (retención +5 % = utilidades +25–95 %; recurrente gasta 67 % más).
- Enunciar las tres reglas que no se negocian.

### Capítulo 2 · Las piezas

- Definir puntos, recompensa, cupón de bienvenida, cupón promocional, nivel, pago con puntos, referido y código de colaborador.
- Aplicar la regla de oro: cuesta puntos = recompensa; no cuesta = cupón.
- Explicar cuándo vencen los puntos y qué pasa si se cancela un ticket.

### Capítulo 3 · Las apps del cliente

- Distinguir App, Web App y Wallet Card: cómo entra el cliente, qué ve y qué muestra en caja.
- Explicar por qué un QR en captura de pantalla no sirve.
- Describir los pasos de afiliación y qué parte hace el personal.
- Responder las diez preguntas frecuentes del cliente.

**Capítulo 4 · Quién hace qué**

- Nombrar los momentos del cliente afiliado y el responsable de cada uno.
- Describir tu propio puesto en el programa en 5 frases.
- Explicar por qué los beneficios se preguntan antes de imprimir.

**Capítulo 5 · Operación en Soft Restaurant®**

- Explicar qué es MARC Loyalty y qué hacen los botones MARC POINTS y PROG LEALTAD.
- Ejecutar sin ayuda: acumular, canjear recompensa y pagar con puntos.
- Distinguir el modo *Como descuento* del modo *Como forma de pago* y saber cuál usamos.
- Saber qué es la Bitácora de tickets y qué pasa sin internet.

**Capítulo 6 · Problemas**

- Para cada mensaje de error, decir la causa probable y la acción.
- Explicar qué hacer ante un reclamo de puntos (y qué no hacer).
- Describir el plan de contingencia y la regla 'un ticket, un solo camino'.

**Capítulo 7 · Gerente**

- Nombrar los indicadores del programa y su meta de referencia.
- Explicar el protocolo de redención y por qué involucra al gerente.
- Explicar cuándo un cliente está *en riesgo* (2× su frecuencia) y *perdido* (3×) y qué hace Tukimetrics solo en cada caso.
- Describir qué herramientas de incentivo da la plataforma (colaborador, empleado en turno, reportes).

## CONCEPTOS CLAVE (GLOSARIO)

**Afiliado**
Cliente que creó su cuenta y se registró en nuestro programa. Solo él recibe beneficios.

**Puntos**
Lo que gana el afiliado al consumir; 1 punto = $1 al usarlo. Vencen según la vigencia del programa.

**Recompensa**
Producto o beneficio del catálogo que el cliente compra con puntos. Tipos: general, Solo hoy, para evento.

**Cupón de bienvenida**
Beneficio automático, sin costo en puntos, para todo cliente nuevo; se recibe una sola vez y tiene vencimiento.

**Cupón promocional**
Beneficio sin costo en puntos que se obtiene con un código (vigencia, tiraje, distingue mayúsculas).

**Nivel**
Clasificación del afiliado (automática por puntos en un periodo, o manual). Define el trato y la cortesía.

**Pago con puntos**
El cliente paga parte o toda la cuenta con sus puntos; en caja se registra como descuento o forma de pago.

**QR de afiliado**
Código que identifica al cliente; cambia cada pocos segundos. Lo muestra desde la app, la Web App o el pase de Wallet.

**QR de recompensa / QR de pago**
Códigos que el cliente genera en su app para canjear una recompensa elegida o pagar con puntos.

**QR del folio**
Código impreso en el ticket de consumo en servicio a mesa; el cliente lo escanea para preaprobar beneficios y, pagado, para acumular.

**Preaprobación**
El cliente elige el beneficio desde su app contra el QR del folio; el personal lo aplica después en caja.

**Web App (Tuki Web)**
El programa en el navegador, sin instalar; no recibe notificaciones push.

**Wallet Card**
Tarjeta del programa en Apple/Google Wallet con puntos, nivel y QR; se actualiza sola.

**Promotor**
Cliente con código de referidos: cuando un amigo lo usa, ambos ganan.

**Colaborador**
Empleado con código propio; lo que promueve queda en el Reporte de colaboradores.

**MARC Loyalty**
Nombre con el que aparece Tuki dentro de Soft Restaurant®.

**Bitácora de tickets**
Lista en Soft Restaurant® de tickets que no se enviaron a Tuki; se reenvían solos o con ENVIAR PENDIENTES.

**Tukimetrics**
Herramienta analítica de Tuki para el gerente: segmentos, cumpleaños, clientes en riesgo, correos automáticos.

## PREGUNTAS DE AUTOEVALUACIÓN

**Responde por escrito antes del examen**

1. ¿Cuál es la diferencia entre una promoción y el reconocimiento? Da un ejemplo de cada una en nuestro restaurante.
2. Un cliente dice: «¿Para qué me afilio si de todos modos me dan el postre?». ¿Qué regla se rompió y qué le respondes?
3. ¿Qué beneficio cuesta puntos y cuál no? ¿Cómo lo recibe el cliente en cada caso?
4. Un cliente te muestra una captura de pantalla de su QR. ¿Qué pasa y qué le pides?
5. ¿Qué puede hacer un cliente desde la Wallet Card y qué no puede hacer?
6. ¿Quién afilia al cliente: el personal desde Soft Restaurant® o el cliente desde su app? ¿Qué parte te toca a ti?
7. Enumera los momentos del cliente afiliado y quién es responsable de cada uno.
8. ¿Por qué se pregunta por beneficios antes de imprimir el ticket?
9. Describe los pasos para canjear una recompensa en Soft Restaurant®.
10. ¿Qué botón usas para acumular puntos en servicio rápido y en qué momento?
11. Un cliente reclama que no le llegaron sus puntos. ¿Qué haces y qué no haces?
12. ¿Qué es la Bitácora de tickets y cuándo la revisa el gerente?
13. ¿Qué es el código de colaborador y cuál es la única cosa que nunca debes hacer con él?
14. ¿Qué tres indicadores revisa el gerente cada semana y cuál es la meta de afiliación?
15. Escribe de memoria la frase de invitación, la frase de reconocimiento y la frase de despedida.

## EJERCICIOS PRÁCTICOS (JUEGO DE ROLES)

### Ejercicio 1 · La invitación

- Un compañero hace de cliente nuevo en el mostrador.
- Invítalo en menos de 60 segundos (meta: 15) y acompáñalo hasta ver su cupón de bienvenida.
- El observador marca: ¿mencionó el cupón? ¿pidió el correo? ¿ofreció Web App o Wallet si no quiso descargar?

### Ejercicio 2 · El reconocimiento

- El cliente es afiliado de nivel alto.
- Identifícalo, salúdalo por nombre y activa la cortesía de nivel sin que la pida.
- Observador: ¿sonó a venta o a reconocimiento?

### Ejercicio 3 · El canje

- El cliente quiere usar una recompensa y pagar parte con puntos.
- Pregunta antes de imprimir, aplica en Soft Restaurant®, reimprime, cobra el resto.
- Observador: ¿quedó bien registrado? ¿se entregó con protocolo?

### Ejercicio 4 · El problema

- El QR dice *inválido o expirado*; luego el cliente reclama puntos de la semana pasada.
- Resuelve el primero; para el segundo, toma datos y escala sin acreditar nada.
- Observador: ¿improvisó algún descuento?

04

# Evaluación escrita

Veinte preguntas de opción múltiple, diez de verdadero/falso y cuatro casos. La clave de respuestas y la rúbrica están en el documento aparte *Clave del instructor*.

**TODOS LOS PUESTOS · 45 MINUTOS · MÍNIMO APROBATORIO 80/100**

Nombre: _____ Puesto: _____

Sucursal: _____ Fecha: _____

Instructor: _____ Calificación: _____ / 100

Examen individual, sin manual a la vista. Duración: 45 minutos. Opción múltiple: marca una sola respuesta (2 puntos cada una). Verdadero/falso: 2 puntos cada una. Preguntas abiertas: 10 puntos cada una según la rúbrica. Calificación mínima aprobatoria: 80 / 100. Quien no apruebe repasa la guía de estudio y presenta de nuevo en una semana.

## Parte A · Opción múltiple (20 preguntas · 40 puntos)

**1.** Según el principio rector del programa, ¿qué diferencia a una promoción del reconocimiento?

**a)** La promoción cuesta dinero y el reconocimiento no.

**b)** La promoción dispara una conducta puntual; el reconocimiento construye preferencia sostenida.

**c)** La promoción es para afiliados y el reconocimiento para todos.

**d)** No hay diferencia: ambos son descuentos.

**2.** Subir la retención de clientes 5 % aumenta las utilidades, según Bain & Company, entre:

**a)** 1 % y 5 %

**b)** 10 % y 15 %

**c)** 25 % y 95 %

**d)** 100 % y 200 %

**3.** Un cliente no afiliado pide la cortesía que damos a los afiliados de nivel alto. ¿Qué haces?

**a)** Se la das; es buen servicio.

**b)** Le explicas que es un beneficio de afiliados y lo invitas a afiliarse hoy con el cupón de bienvenida.

**c)** Le das la mitad.

**d)** Le dices que pregunte al gerente.

**4.** ¿Qué beneficio le cuesta puntos al cliente?

**a)** El cupón de bienvenida

**b)** El cupón promocional

**c)** La recompensa

**d)** La notificación push

**5.** El cupón de bienvenida:

**a)** Lo recibe cualquier cliente cada vez que lo pide.

**b)** Se otorga automáticamente a todo cliente nuevo al afiliarse, una sola vez, y tiene vencimiento.

**c)** Se captura con un código en caja.

**d)** Cuesta 10 puntos.

---

**6.** Un punto Tuki equivale, al usarlo, a:

**a)** $0.10

**b)** $1

**c)** $10

**d)** Depende del día

---

**7.** ¿Qué canal del cliente NO recibe notificaciones push?

**a)** App Tuki

**b)** App de nuestra marca

**c)** Web App (Tuki Web)

**d)** Todas reciben push

---

**8.** La Wallet Card del cliente:

**a)** Solo sirve para ver el logo del restaurante.

**b)** Muestra puntos, nivel y un QR seguro para identificarse en caja; se actualiza sola.

**c)** Permite escanear el ticket y generar QR de pago.

**d)** Debe imprimirse.

---

**9.** El cliente te muestra una captura de pantalla de su QR. El escáner dice *inválido o expirado*. ¿Por qué?

**a)** La cámara está sucia.

**b)** El QR de afiliado cambia cada pocos segundos; una captura ya no sirve.

**c)** El cliente no tiene puntos.

**d)** La app está en inglés.

---

**10.** ¿Desde dónde se afilia un cliente al programa?

**a)** Desde Soft Restaurant®, lo hace el cajero.

**b)** Desde su app, la Web App o la Wallet; el personal invita y acompaña.

**c)** Por teléfono con soporte Tuki.

**d)** Solo desde el panel mytuki.com.

---

**11.** ¿Cuándo debes preguntar si el cliente va a usar puntos, recompensa o cupón?

**a)** Después de cobrar.

**b)** Antes de imprimir el ticket.

**c)** Solo si el cliente lo pide.

**d)** Al día siguiente.

---

**12.** En servicio rápido, ¿con qué botón identificas al cliente para que acumule puntos?

**a)** PROG LEALTAD

**b)** MARC POINTS (botón con QR) al pagar

**c)** Cortesía

**d)** Reimprimir

---

**13.** Para canjear una recompensa en Soft Restaurant®:

**a)** MARC POINTS › escanear › cobrar.

**b)** PROG LEALTAD › escanear › seleccionar recompensa › APLICAR › cobrar el resto.

**c)** Cancelar el ticket y hacer otro.

**d)** Aplicar una cortesía.

---

**14.** En modo *Como descuento*, una recompensa aplicada entra a la cuenta como:

**a)** Un producto con 100 % de descuento, con comentario DESCUENTO_MARC_REWARDS.

**b)** Una propina.

**c)** Un cargo extra.

**d)** No entra.

---

**15.** ¿Qué es la Bitácora de tickets?

**a)** La lista de reseñas.

**b)** La lista de tickets que no se pudieron enviar a Tuki al cerrar; se reintentan solos o con ENVIAR PENDIENTES.

**c)** El corte de caja.

**d)** El historial del cliente.

---

**16.** Un cliente reclama que no le llegaron los puntos de la semana pasada. Lo correcto es:

**a)** Acreditárselos tú desde la caja.

**b)** Darle un descuento equivalente.

**c)** Tomar sus datos y el folio; el gerente revisa el movimiento y responde en 24 horas.

**d)** Decirle que no se puede hacer nada.

---

**17.** ¿Qué es el código de colaborador?

**a)** La contraseña del wifi.

**b)** Un código único del empleado; lo que promueve con él queda en el Reporte de colaboradores.

**c)** El número de la mesa.

**d)** El código del cupón de bienvenida.

---

**18.** La meta de referencia de afiliación es:

**a)** 1 % de los tickets

**b)** 10–25 % de los tickets

**c)** 100 % de los tickets

**d)** No hay meta

---

**19.** ¿Quién participa en el protocolo de redención y por qué?

**a)** Nadie; se entrega como cualquier platillo.

**b)** El gerente o capitán: es el momento más emocional, permite conocer a los clientes frecuentes y reduce canjes irregulares.

**c)** Solo el cliente.

**d)** Soporte Tuki.

---

**20.** Algo falla en caja (el cupón no aplica). ¿Qué haces?

**a)** Aplicas un descuento manual para no hacer esperar.

**b)** Describes el síntoma y llamas al gerente; no improvisas.

**c)** Le dices al cliente que regrese otro día.

**d)** Cancelas la cuenta.

---

## Parte B · Verdadero o falso (10 preguntas · 20 puntos)

**21.** Los beneficios del programa pueden aplicarse a cualquier cliente, esté o no afiliado.

**V)** Verdadero

**F)** Falso

---

**22.** La Web App permite al cliente participar sin instalar nada, pero no recibe notificaciones push.

**V)** Verdadero

**F)** Falso

---

**23.** El cupón promocional distingue mayúsculas y minúsculas, y un cupón vencido no se renueva.

**V)** Verdadero

**F)** Falso

---

**24.** Un cliente recién afiliado ya tiene asignado el nivel más alto.

**V)** Verdadero

**F)** Falso

---

**25.** Los puntos se calculan, por configuración estándar, sobre el subtotal antes de propina e IVA.

**V)** Verdadero

**F)** Falso

---

**26.** Si un ticket se cancela en el punto de venta, los puntos otorgados se quedan en la cuenta del cliente.

**V)** Verdadero

**F)** Falso

---

**27.** En servicio rápido, el cajero escanea el QR del cliente con MARC POINTS al pagar.

**V)** Verdadero

**F)** Falso

---

**28.** Si el cliente no quiere descargar la app, la única opción es no afiliarse.

**V)** Verdadero

**F)** Falso

---

**29.** El código de colaborador puede compartirse con amigos y familiares para que ganen recompensas.

**V)** Verdadero

**F)** Falso

---

**30.** Pedir el correo del cliente al afiliarse importa porque sin correo no recibe nuestras campañas.

**V)** Verdadero

**F)** Falso

---

## Parte C · Casos (4 preguntas · 40 puntos)

Responde con el detalle que usarías para explicárselo a un compañero nuevo.

**31.** Hora pico. Un cliente afiliado quiere canjear una bebida con puntos y pagar el resto con tarjeta. Describe, en orden, qué le preguntas, qué botones usas en Soft Restaurant® y qué ve el cliente al final en su app.

**32.** Un cliente te dice: «No quiero descargar nada, siempre me mandan spam». Escribe exactamente qué le responderías (máximo 5 líneas) usando lo que sabes de Web App, Wallet y protección de datos.

**33.** Explica con tus palabras por qué el restaurante invierte en el programa de lealtad y qué cambia en tu trabajo diario. Incluye al menos un dato con fuente.

**34.** Escaneas el QR de un cliente y aparece *Saldo insuficiente*; el cliente insiste en que ayer cargó $900 y «deben alcanzarle». ¿Qué haces en los siguientes dos minutos? ¿Qué NO haces?