MANUAL DE CAPACITACIÓN · RESTAURANTES DE SERVICIO A MESA

Lealtad que se vive en cada mesa.

Todo lo que gerentes, capitanes, meseros, hostess y cajeros 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, CAPITANES, MESEROS, HOSTESS Y CAJEROS

Soft Restaurant®

MARC · OCTUBRE 2026 · TUKICARD.COM

CONTENIDO

GUÍA RÁPIDA

Tuki en una página

Quién hace qué

Los botones de Soft Restaurant® (servicio comedor)

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 comedor
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

Hostess / capitán

- Pregunta a todos: «¿Ya están afiliados?»
- Identifica al afiliado: Tuki Comercio › **Canjear recompensa** › QR del cliente (ves nombre, puntos y nivel). **No toques recompensas.** Avisa su nivel al mesero
- Si no: QR + cupón de bienvenida, en 60 segundos

Mesero

- Saluda por nombre; cortesía de nivel sin que la pida
- Pregunta por beneficios **antes** de imprimir la cuenta
- Entrega la cuenta: el cliente escanea su QR con **Escanear ticket** y te avisa
- **PROG LEALTAD** › mesa › **APLICAR**; sale la cuenta nueva; cobra, cierra y despide como afiliado

Cajero

- Cuenta **pagada y cerrada** = puntos
- Beneficios aplicados antes de cobrar
- Corte: movimientos Tuki separados
- Nunca afilies ni acredites puntos desde caja

Gerente

- Protocolo de redención: entrega personal
- No acredites puntos a ciegas: revisa el ticket
- Semanal: afiliaciones por persona; reconoce al mejor
- Bitácora de tickets sin pendientes

LOS BOTONES DE SOFT RESTAURANT® (SERVICIO COMEDOR)

- **1. Imprime y entrega la cuenta:** trae el QR del folio.
- **2. El cliente, en su app:** elige pagar con puntos, recompensa o cupón (**Canjear ahora**), o solo **Acumular puntos** › **Escanear ticket** › te avisa.
- **3. Tú: PROG LEALTAD** › elige la mesa › reabrir (puede pedir contraseña del gerente) › **APLICAR** en cada beneficio › sale la cuenta nueva.
- **4. Cobra y cierra:** con la cuenta pagada y cerrada le llegan los puntos. Solo con Wallet no puede escanear: que entre a la app o a Tuki Web.
- **Sin internet:** Soft Restaurant® guarda el ticket y lo 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 están afiliados? Si se afilian hoy les invito [cupón de bienvenida]: es escanear este código y poner su correo.»

«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 en recepción, mesas y carta
- ☐ 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, CAPITANES, MESEROS, HOSTESS Y CAJEROS · 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 mesa.

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 que te reconocen y te buscan (y en servicio a mesa, mejores propinas).
- 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 mesa: al pedir la cuenta, el ticket trae un QR; lo escanea desde su app.
¿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 servicio a mesa el programa se vive en cinco momentos. En cada uno hay un responsable claro. Esta es la columna vertebral del manual: si cada puesto cumple su parte, el cliente sale reconocido y el programa funciona.

Momento	Responsable	Qué pasa
1. Llegada	Hostess / capitán	Pregunta si está afiliado. Si sí: saludo por nombre y aviso al mesero de su nivel. Si no: invitación con el QR.
2. En la mesa	Mesero	Bienvenida como afiliado, cortesía de nivel sin que la pida, recordatorio de beneficios y de su cupón de bienvenida si aplica.
3. La cuenta	Mesero	Imprime la cuenta (trae el QR del folio) y entrégala. El cliente elige en su app puntos, recompensa o cupón, escanea el QR con **Escanear ticket** y te avisa.
4. El cobro	Mesero / cajero	**PROG LEALTAD** › elige la mesa › aplica lo preaprobado; se imprime la cuenta nueva; cobra y cierra. Los puntos llegan solos al cerrar la cuenta pagada.
5. La despedida	Mesero / capitán / gerente	Agradece por ser afiliado. Si hubo canje, el gerente o capitán entrega personalmente. Recuérdale calificar su visita en la app.

Hostess y capitán: la puerta del programa

- **Pregunta a todos** a la llegada: «¿Ya están afiliados a nuestro programa?». Es la persona ideal para hacerlo porque llega antes que nadie al cliente.
- **Identifica al afiliado.** Con la app **Tuki Comercio** en la tablet o el teléfono de recepción: botón **Canjear recompensa** › escanea el **QR del cliente** (no el de una recompensa). Aparece su nombre, número de tarjeta, puntos, **nivel** y recompensas, sin registrarle visita. **No toques ninguna recompensa**: tocarla descuenta sus puntos. Nunca uses *Registrar mi visita* para identificar: con Soft Restaurant® le daría puntos dos veces. El botón *Puntos* solo muestra el saldo, no el nivel. Si no hay tablet: pide al cliente que te muestre la pantalla de Inicio de su app, donde ve sus puntos y su nivel. **Ver Tuki Comercio en la Guía de uso**
- **Comunica el nivel** al mesero (y a barra o cocina si el restaurante tiene cortesías por nivel): «Mesa 7, Sr. Gómez, nivel Habitual». El cliente nunca debe pedir su beneficio: se lo adelantamos.
- **Mesa preferida.** Si el restaurante lo define, el afiliado de nivel alto tiene prioridad en hora pico, sin reserva.
- **Si no está afiliado,** entrega la tarjeta o señala el QR de la mesa: «Si se afilia hoy, le invito [cupón de bienvenida]». Dos preguntas, una invitación, un cupón.

Mesero: el reconocimiento en la mesa

1. **Saluda por nombre** si ya sabes que es afiliado y agradece su preferencia. Si no lo sabes, pregunta: «¿Tiene su Tuki?».
2. **Activa la cortesía de nivel** (aperitivo, bebida, postre, lo que defina el restaurante) sin que la pida. Es la diferencia entre promo y reconocimiento.
3. **Captura datos que faltan** cuando sea natural: «¿Ya registró su cumpleaños en la app? Así le llega su regalo de cumpleaños». La meta del restaurante es tener el cumpleaños de 8 de cada 10 afiliados.
4. **Antes de imprimir la cuenta,** pregunta: «¿Va a usar puntos, alguna recompensa o cupón hoy?». Así evitas reabrir cuentas.
5. **Explica el QR de la cuenta:** «Escanéelo desde su app con *Escanear ticket*: así le llegan sus puntos, y ahí mismo puede usar una recompensa, un cupón o sus puntos. Avíseme y se lo aplico».
6. **Aplica y cobra** como se explica en el capítulo 5; reimprime si hubo cambios.

7. **Despide como afiliado:** «Gracias por ser parte de [programa]; ya tiene sus puntos de hoy. Nos ayuda mucho si califica su visita en la app».

> **Reducir fricción es tu mejor herramienta.** El flujo en mesa está diseñado para que el cliente haga lo mínimo desde su app y tú lo cierres en caja. Entre menos pasos le pidas, más clientes participan.

Cajero: cerrar bien cada cuenta

- Verifica que la cuenta tenga los beneficios preaprobados aplicados antes de cobrar, y que lo que se cobró en efectivo o tarjeta corresponda.
- La cuenta debe quedar **pagada y cerrada** en Soft Restaurant® para que Tuki reciba el folio y otorgue los puntos. Una cuenta abierta no da puntos.
- En el corte, los pagos con puntos y las recompensas aparecen por separado (descuentos o formas de pago Tuki). Si algo no cuadra, repórtalo el mismo día.
- Nunca afilies a un cliente desde el punto de venta ni acredites puntos «a mano»: el cliente se afilia desde su app y los ajustes de puntos los hace el administrador con justificación.

Gerente de turno: el protocolo de la redención

La redención (cuando el cliente usa sus puntos) es el momento más emocional del programa. El cliente llega a él después de varias visitas. Por eso el restaurante define un **protocolo de reconocimiento** en el que participa el gerente o el capitán: acercarse a la mesa, llamarlo por su nombre, agradecerle y entregar la recompensa con cuidado. Además de la experiencia, esto permite conocer a los clientes frecuentes y reduce el riesgo de canjes irregulares.

5. OPERACIÓN EN SOFT RESTAURANT®: SERVICIO COMEDOR

30 min

En Soft Restaurant® la integración aparece con el nombre **MARC Loyalty**; es la misma plataforma Tuki. En cuentas de mesa (*servicio comedor*), el cliente hace la parte principal desde su app con el QR que imprime el ticket, y el mesero o cajero aplica desde el punto de venta. Hay dos botones que debes dominar: **PROG LEALTAD** (aplicar beneficios) y, si el restaurante lo usa, las formas de pago **MARC PAYMENTS / MARC REWARDS**.

> **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 % de descuento al producto) o modo *Como forma de pago* (se cobran con MARC PAYMENTS / MARC REWARDS). Los pasos cambian ligeramente. Anótalo en la hoja *Datos de nuestro programa*.

A. El flujo completo en mesa

→ **Paso a paso con imágenes: Guía de uso: El flujo completo en mesa**

No identificas al cliente al abrir la mesa: **el cliente hace su parte desde su celular** con el QR que trae la cuenta impresa, y tú solo aplicas lo que ya pidió. Para ganar puntos, el cliente siempre tiene que escanear la cuenta antes de que la cierres.

1. **Imprime la cuenta.** El ticket trae un **QR del folio**.
2. **Entrega la cuenta** al cliente y explícale el QR.
3. El cliente elige en su app (Tuki, Tuki Web o la app del restaurante) lo que quiere usar: **pagar con puntos**, una **recompensa** o un **cupón** (en recompensa o cupón toca **Canjear ahora**). Si no va a usar nada, abre **Acumular puntos**.

4. En la opción elegida toca **Escanear ticket** y escanea el QR de la cuenta. Queda registrado **para aprobación** (o, si solo acumula, el folio queda en validación).
5. El cliente **te avisa** que ya pidió su beneficio.
6. Presiona **PROG LEALTAD** y elige la **mesa**. Soft Restaurant® pide **reabrir la cuenta** y, según los permisos de tu usuario, la **contraseña del gerente**. Aparecen los beneficios preaprobados: **APLICAR** en cada uno. Se imprime una **cuenta nueva** con los beneficios aplicados y el nuevo total.
7. **Cobra y cierra la cuenta.** Una cuenta abierta no da puntos.
8. Minutos después la app felicita al cliente por sus puntos y lo invita a calificar su visita (o le llega una notificación push). Ve sus movimientos en el **estado de cuenta** de su app.

> **Pregunta antes de imprimir:** «¿Va a usar puntos, alguna recompensa o cupón hoy?». Si te dice que sí, el cliente lo pide desde su app con la cuenta en la mano y tú lo aplicas con PROG LEALTAD.

> **Si el cliente solo tiene su tarjeta en Wallet:** la tarjeta no escanea tickets. En mesa necesita entrar a la app Tuki, a Tuki Web o a la app del restaurante (es la misma cuenta, con los mismos puntos). Ofrécele el QR de la Web App: no instala nada.

B. Cómo entra cada beneficio a la cuenta

- **Recompensa:** modo *descuento*, el producto entra con **100 % de descuento** y los puntos se restan de su saldo. Modo *forma de pago*, se genera una cuenta con **MARC REWARDS** por el valor de la recompensa; presiona **ACEPTAR**.
- **Pago con puntos:** modo *descuento*, el importe entra en el campo **DESCUENTO**. Modo *forma de pago*, al cobrar elige **MARC PAYMENTS**: el sistema consulta el importe preaprobado. Si los puntos no cubren el total, cobra la diferencia con otra forma de pago.
- **Cupón:** igual que una recompensa (sin costo en puntos). Si tiene tope (por ejemplo, *40 % hasta $200*), la validación la haces tú según sus condiciones. Si no aplica, no lo sustituyas por un descuento manual: llama al gerente.
- Después de **APLICAR**, entrega la recompensa con el protocolo de reconocimiento.

C. Lo que ves en el corte y los reportes

→ **Paso a paso con imágenes: Guía de uso: Reportes SR, bitácora y troubleshooting.**

- Con formas de pago MARC PAYMENTS y MARC REWARDS, el corte de caja las desglosa por separado (pago con puntos vs. recompensas).
- En modo descuento, los movimientos llevan los comentarios **DESCUENTO_MARC_POINTS** (cuentas pagadas con puntos) y **DESCUENTO_MARC_REWARDS** (recompensas), visibles en `Reportes › Ventas › Descuentos, Cortesías y cancelaciones`.
- **Bitácora de tickets** (`Configuración › Configuración MARC Loyalty › Bitácora de tickets`): lista los tickets que no se pudieron enviar a Tuki al cerrar. Se reintentan solos al pagar la siguiente cuenta o con **ENVIAR PENDIENTES**. Si se cayó internet, Soft Restaurant® sigue operando y envía después.

D. Resumen de botones

Elemento	Dónde	Para qué
QR de la cuenta	Se imprime al pedir la cuenta	El cliente lo escanea con **Escanear ticket** para acumular y para pedir recompensa, cupón o pago con puntos.

Elemento	Dónde	Para qué
PROG LEALTAD	Pantalla de punto de venta	Elige la mesa, trae lo preaprobado y lo aplica (reabre la cuenta y puede pedir la contraseña del gerente).
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 pagos con puntos y recompensas en modo descuento.
Bitácora de tickets	Configuración MARC Loyalty	Tickets pendientes de enviar a Tuki.

E. Pedidos de Tuki Delivery en tu caja

Si el restaurante tiene tienda en línea con **Tuki Delivery**, los pedidos llegan al tablero **Delivery Ops**, y Delivery le acredita los puntos al cliente cuando el pedido se marca como entregado. Hoy esos pedidos no bajan solos a Soft Restaurant®: **se sugiere recapturarlos** para que cuadren la venta del día y el inventario.

> **Al recapturar un pedido de Tuki Delivery, nunca identifiques al cliente:** no presiones **PROG LEALTAD** ni escanees el QR del folio o la tarjeta del cliente. Delivery ya le dio sus puntos. Si lo identificas, **gana puntos dos veces** y la venta se cuenta doble.

1. Captura los productos del pedido **a precio completo**.
2. Si el cliente usó puntos, un cupón o el descuento general en su pedido en línea, aplica ese monto **como descuento**. Lo ves en la tarjeta del pedido en Delivery Ops.
3. Cierra con la forma de pago de pedidos en línea que dio de alta el restaurante (por omisión, **Tuki Delivery en línea**) si pagó con tarjeta, o con **Efectivo** si cobró el repartidor.

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.
Saldo insuficiente	No le alcanzan los puntos para esa recompensa.	Dile cuánto le falta; ofrece otra recompensa o pagar parte con puntos.

Qué pasa	Causa probable	Qué hacer
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 escaneó el QR del ticket pero no aparece preaprobación	QR del folio expirado o el cliente no confirmó en su app.	Que revise el estado en su app antes de cerrar el folio; vuelve a presionar PROG LEALTAD.
El cliente quiere canjear después de que cerré la cuenta	La cuenta ya está impresa/pagada.	PROG LEALTAD te pedirá reabrir la cuenta (si tu perfil lo permite); si no, gerente.
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 (enciende *Completa tu perfil* en Campañas › Automáticas: se los pide solo a los clientes)
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.

Tu equipo y sus tarjetas: Exclusiones y Anomalías

Las tarjetas Tuki de tu equipo distorsionan los números. Un empleado que compra todos los días aparece como tu mejor cliente, cuenta en la regla de recuperación y recibe campañas que son para clientes. Y una tarjeta que se escanea en tickets de otros acumula puntos que no son suyos.

- **Exclusiones** (Tukimetrics › Configuración › Ficha del negocio › Exclusiones): da de alta la tarjeta de cada empleado (los 13 dígitos bajo el QR de su app) **el mismo día que entra**. Excluir no lo da de baja del programa: sigue acumulando, pero deja de contar en métricas, campañas y en la regla de recuperación.
- **Anomalías** (Tukimetrics): cada lunes, *Recalcular* y revisar los rojos y naranjas con el gerente de cada sucursal. Un puntaje alto es una **alerta, no una prueba**: revisa los tickets y quién los autorizó antes de hablar con nadie. Si es de tu equipo, exclúyelo y, si hace falta, ajusta sus puntos en el panel con justificación.

Rutinas

Cuándo	Qué
Cada turno	Guion de afiliación audible en recepción y mesas; 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; *Anomalías* (Recalcular, rojos y naranjas). Llega a tu correo el *Weekly Brief* de la semana.

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: host del mes (afiliaciones), mesero del mes (recompensas servidas o cumpleaños capturados), bartender o cocina (cortesías de nivel entregadas).
- 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 (comida rápida y café 30 días; servicio a mesa, mixto y bar 45; restaurante de ocasión 60).	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, salvo quien viene menos de una vez cada cuatro meses: nunca antes de 1.5× su frecuencia). Con 2 visitas: 45 días en comida rápida, 60 en servicio a mesa, 90 en restaurante de ocasión.	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.

> **Videos para el gerente** (tutoriales de Tukimetrics, 2 a 4 minutos): **Exclusiones** · **Recuperación 1: cómo funciona la regla** · **Recuperación 2: ajusta la regla y el beneficio de regreso** · **Anomalías** · **la serie completa (23 videos)**.

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 están afiliados a nuestro programa? Si se afilian hoy, les invito [cupón de bienvenida]. Es escanear este código y poner su correo.»

«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?»

«Este código del ticket lo escanea desde su app y le llegan sus puntos.»

COMPLETAR DATOS

«¿Ya registró su cumpleaños en la app? Así 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 preaprobando desde la app; reabre una cuenta impresa. 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 PROG LEALTAD, MARC PAYMENTS y MARC REWARDS.
- Ejecutar sin ayuda: acumular, canjear recompensa y pagar con puntos con preaprobación desde la app del cliente.
- 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 la cuenta en servicio a mesa; el cliente lo escanea con Escanear ticket, antes de que se cierre la cuenta, para acumular y para pedir recompensa, cupón o pago con puntos.

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 la cuenta?
9. Describe los pasos para aplicar una recompensa preaprobada en Soft Restaurant®.
10. ¿Cómo acumula puntos un cliente en servicio comedor? ¿Qué condición debe cumplir la cuenta?
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 la puerta.
- Invítalo en menos de 60 segundos 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 la cuenta.

c) Solo si el cliente lo pide.

d) Al día siguiente.

---

12. En servicio comedor, ¿qué condición debe cumplir la cuenta para que el cliente acumule puntos?

a) Estar abierta.

b) Estar pagada y cerrada en Soft Restaurant®.

c) Tener propina.

d) Haber sido impresa dos veces.

---

13. El cliente preaprobó una recompensa desde su app con el QR del folio. ¿Qué botón usas para aplicarla?

a) MARC POINTS

b) PROG LEALTAD › APLICAR

c) Cancelar cuenta

d) 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. Para acumular en mesa, el cliente escanea el QR de la cuenta impresa desde su app, y los puntos le llegan cuando la cuenta queda pagada y cerrada.

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. Mesa 12, dos afiliados. Uno quiere canjear un postre con sus puntos y pagar $150 con puntos; el otro solo acumular. Describe paso a paso qué hace cada uno desde su app, qué haces tú en Soft Restaurant® y cómo cierras la cuenta.

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?