

Decenas de locales están funcionando con rebajas que van del 40 al 50%

Cómo sacarles provecho a los descuentos en restaurantes pagando con tarjeta

Lo ideal es acudir en horarios que sean poco concurridos, tipo bien pasado después del almuerzo.

WILHEM KRAUSE

Es una moda que está ganando adeptos. Hay más de cien restaurantes por mes que están funcionando con suculentas rebajas, de un 40% a un 50%, al pagar con ciertas tarjetas bancarias (crédito o débito). Y a diferencia del pasado, en el que se requería de cartones con varias barreras de ingreso para optar a estos descuentos, y en el que los restaurantes ofertaban sólo un día a la semana, hoy se puede ir con plásticos que requieren prácticamente de las puras ganas.

El corredor inmobiliario, Carlos Céspedes, por ejemplo, sacó cuentas con cinco bancos diferentes (Chile, Santander, BCI, Falabella y Scotiabank), precisamente para ir a comer a restaurantes a precio rebajado. Va al menos a un par de ellos por semana. "Es que la vida es tan cara que de alguna forma hay que buscar beneficios y oportunidades", comenta. Agrega que para evitar las largas filas, que son comunes en los días en que estos beneficios están activos, procura siempre llamar antes al restaurante, con un par de días de anticipación, para reservar, o hace lo mismo pero vía web. "Si es que tengo mucha ganas de ir, y no se puede, voy en algún horario que sea más conveniente, tipo cinco de la tarde, y en el que sé que no va haber tanto público".

¿Algún consejo para asegurarse de que el local va a ser bueno?

"Siempre reviso los comentarios en Google y las valoraciones de otros comensales en Tripadvisor. Eso me sirve mucho de guía para escoger. Lo otro es que hay que fijarse en las condiciones del descuento, porque en algunos no aplica en los bestibles, sólo a la comida, y ahí hay que entrar a evaluar si



RUBEN GARCIA

es que conviene o no".

¿Le interesa saber cuáles son? En la cuenta @"La_deldescuento" de Instagram (<https://bit.ly/3MiktOM>) se recopilan mes a mes el centenar de rebajas que hay.

Jaime González (@mitogonzalez), que hace contenido gastronómico en redes sociales, dice que es bien importante fijarse bien en donde están los descuentos, pues estos van cambiando mensualmente. "Hay que estar pendiente. Me ha pasado que llego a un bar, espero que esté el descuento, y ya cambió".

Diego Larenas, quien trabaja en el sector empresarial, no sale a comer si no es con alguna rebaja: tiene Banco de Chile, BCI, Bice, Tenpo, Rappi Card, Santander y WorldMember, Itaú. "Todas las fui pidiendo porque tenían descuentos, pero ninguna por sobre la otra. La World Member del Santander la pedí por las millas Latam y porque tiene mejores lugares".

¿Su principal consejo? Fijarse a principio de mes, cuando recién se anuncian las rebajas, e ir reservando para el resto del mes de inmediato. Así, se asegura cupo en las horas

cotizadas. "Funciona bastante bien eso".

¿No se enreda con tanta tarjeta?

"Lo que hago es que cuando pago con alguna que no sea mi principal depósito altiro en esa cuenta, y cubro el gasto, lo descuento de inmediato de mi presupuesto mensual, así no me paso ni me cobran intereses".

Para Mauricio Rojas, socio de "Porfirio", bar de Manuel Montt con productos de México, y que tiene en paralelo convenio con Tenpo, Ban-

co de Chile (20% permanente) y el Itaú, esto es un éxito. "Aumenta notablemente el consumo y además se ponen con un excelente marketing", dice.

Explica que los montos de los descuentos se cubren por lo general entre 50/50, entre banco y restaurante, aunque eso puede variar. También le sirve para potenciar días que antes eran más flojos. "Los domingos, que estoy con varios descuentos en paralelo, se llena de gente que viene a almorzar, y ahí sí o sí que hay que hacer reservas".

"Aumenta notablemente el consumo", destaca Mauricio Rojas, de "Porfirio".

¿Qué dice el economista?

Roberto Saavedra, economista y académico de la Escuela de Negocios de la Universidad Mayor, explica que para aumentar el consumo, los bancos han creado estrategias como ofrecer descuentos agresivos a través de sus tarjetas. Es un win win con los restaurantes, que atraen así a consumidores que están restringiendo su gasto debido a la inflación y otras variables del mercado.

"Las personas, en general, tenemos una cuestión emocional de querer aprovechar las ofertas. Eso se ve reflejado en todo. Cuando tu vas a comprar a algún lado, lo primero que llama la atención es lo que está en liquidación".