

# ¿Tarjetas de descuento?

Pueden representar un gasto inútil o incluso llevarte a un servicio fraudulento si no se les analiza antes de adquirirlas.

MILDRED RAMO  
Colaboradora externa.

Ilustraciones: Rodolfo Pastrana.



**U**n consultorio de crépito, un médico que le hace juego y que trata de diagnosticar al paciente sin mayor revisión en menos de 15 minutos. Eso sí, el pago de la consulta llevará el descuento pactado en el programa de la tarjeta de descuento.

La historia viaja por la red. Es uno de esos testimonios que abundan en los sitios de quejas —en este caso, [apestan.com](http://apestan.com)—.

Basta con teclear “tarjetas de descuento” en cualquier buscador para que, por una parte, aparezcan los sitios de las empresas que las ofrecen y, por otro lado, las numerosas quejas.

Es difícil filtrar las tarjetas que funcionan de las que no. Especialmente porque en México no hay una institución que las regule. Las quejas sobre las mismas se siguen en la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) con el mismo procedimiento de cualquier otra prestación comercial.

“Al tratarse de un contrato entre particulares, prevalece como acto de fe que se respete el acuerdo entre la tarjeta de descuento y el establecimiento comercial que lo integra, o también con el consumidor. En numerosas ocasiones pasa que el contrato se vence con algún establecimiento, no se avisa a

los compradores de las tarjetas, por lo que los descuentos se les niegan y causan descontento”, detalla Juan Carlos Pérez Macías, director de la Licenciatura en Administración Financiera en el Tecnológico de Monterrey (ITESM), campus Santa Fe.

El refrán reza que “cada quien habla de la feria según le va en ella”. Y eso puede aplicarse a las tarjetas de descuento. Con más de siete mil comercios afiliados a unas 20 marcas de tarjetas de descuento en México, precisa Pérez, las experiencias de uso son heterogéneas y resulta muy difícil llevar el control.

“La empresa más reconocida en este campo es TDU. Tiene 14 años de existir, es muy tradicional y funciona, ya que sus descuentos se concentran en franquicias y cadenas reconocidas. Pero conforme se especializan o se ofrecen servicios más complejos (como los médicos) es más difícil garantizar la calidad al consumidor”, aclara Pérez Macías.

Las emisoras de estas tarjetas se encargan de tejer una red de comercios a los que les interesa esta estrategia de *marketing* para atraer clientela a través de descuentos.

“Las tarjetas médicas tenían un sentido bastante acertado para tener acceso a una red médica que normalmente sería más cara, un medio para llegar a un directorio de doctores. Pero sucede lo mismo que en algunos comercios: el médico se pelea con ellas y ya no dan el servicio.

“Profeco es la institución que tendrá que revisar en su ámbito de competencia lo que el consumidor adquiere con ellos. Hay una laguna regulatoria pues no hay una normatividad al respecto, es una empresa privada con otra, un acuerdo que nadie conoce”, concluye el académico.

También resulta importante que si hay un desajuste con la tarjeta, se reporte a Profeco para que, al menos, se lleven antecedentes con esa empresa que puedan servir de referencia a otros consumidores. Las quejas en los portales de internet sólo sientan precedente para algunos en cuanto a la percepción de la marca.

### **El razonamiento del bolsillo**

Además de considerar la calidad de la tarjeta (y de pedir referencias a otros consumidores para decidir su compra) hay que evaluar otro aspecto: su precio.

Para que este gasto se convierta en inversión, hay que considerar que para depreciar los \$400 que tiene de costo aproximado una tarjeta de descuento, habrá que usarla entre ocho y diez veces.

También que cada consumo deberá ser de alrededor de \$400, para que se acumulen los descuentos de 10% (que es la cifra promedio que se ofrece de beneficio con estos plásticos).

La suscripción a las tarjetas de descuento expira cada año. De esta forma, considera que deberás usarlas al menos una vez al mes en consumos fuertes para que realmente valgan la pena.



## **No te confundas**

**1** Estas tarjetas de descuento son distintas a los plásticos de fidelidad de marca que ofrecen, por ejemplo, las compañías de celulares o las tarjetas de crédito, en donde se acumulan puntos para intercambiarse por mercancía.

**2** Estas tarjetas de descuento no son seguros de gastos médicos. Solamente sirven para obtener ofertas en algunos consultorios médicos, laboratorios de análisis y dentistas.

Con esos plásticos no hay gastos médicos pagados por adelantado y en caso de una emergencia o una operación, igualmente deberás cubrir la cuenta del hospital sin descuentos.

**3** Hay tarjetas de descuento de programas sociales, avaladas por instituciones públicas y son distintas a las que afilian comercios o redes de servicios. Es el caso de la tarjeta Red Ángel, de programas sociales del Distrito Federal, del INAPAM o de las que dan algunos sindicatos a sus miembros.

Fuentes: ITESM, Profeco.