

OBSERVATORIO EXPANSION - FINSEGURALIA

El ahorro para la jubilación muestra buenos datos, pero malas sensaciones

APORTACIONES/ Aunque los españoles suelen esperar a finales de año para efectuar nuevas aportaciones a sus planes de pensiones, las aseguradoras defienden una mejor planificación del ahorro a largo plazo.

Rubén G. López, Madrid

Los últimos datos publicados por la Asociación de Instituciones de Inversión Colectiva y Fondos de Pensiones (Inverco) dibujan un escenario bastante favorable para los productos de ahorro para la jubilación. En concreto, indican que el patrimonio de los planes de pensiones ha experimentado un incremento patrimonial de 7.726 millones de euros durante los nueve primeros meses de 2024, alcanzando un volumen total de 130.111 millones de euros.

Los datos tampoco son malos si se pone el foco en la rentabilidad de estos productos, que en términos interanuales se situó en septiembre en el 12,2%. Si la mirada apunta al medio y largo plazo, que al fin y al cabo es la que corresponde para un producto de ahorro para la jubilación, la evolución también es positiva: la rentabilidad media anual de los planes de pensiones es del 3% a 10 años, del 3,7% a 15 años y del 2,7% a 26 años.

Por otro lado, conviene recordar que el ahorro a largo plazo se divide en tres sistemas o pilares: el primero es la pensión pública, el segundo son los planes de empleo y el tercero, los individuales. Si atendemos a los dos últimos, que son los que corresponden al ahorro privado, la radiografía del último año también es buena: el patrimonio de los planes de empleo se situó en 38.488 millones de euros en septiembre, un 9,2% más que en 2023, y el de los individuales alcanzó los 90.805 millones de euros, un 11,5% más.

Sensaciones agrídulces

Pero una cosa son los datos y otra bien distinta las sensaciones del sector asegurador. Y esas no son tan positivas como cabría esperar, tal



De izquierda a derecha: Andrea Vignaga, directora de Desarrollo del negocio de Vida en Santalucía; Ricardo González, director general de Mutuactivos Pensiones; Eva Valero, directora de Vida, Ahorro y Pensiones en Caser; Robert Roig, director del negocio de Empresas en VidaCaixa; Cristina Sales, directora de Desarrollo Comercial, Marketing y Comunicación en BanSabadell Vida y Pensiones; Jaime Sobrino, director comercial de Mapfre Inversión SV, y Rafael Sierra, director de SegurosNews y moderador del encuentro.

como quedó de manifiesto en *Las claves de la campaña de Pensiones y Vida de 2024*, el observatorio que organiza EXPANSIÓN con la colaboración de Finseguralia.

Moderado por Rafael Sierra, director de SegurosNews, el encuentro contó con la participación de seis experimentados profesionales de los productos de ahorro para la jubilación: Cristina Sales, directora de Desarrollo Comercial, Marketing y Comunicación en BanSabadell Vida y Pensiones; Andrea Vignaga, directora de Desarrollo del negocio de Vida en Santalucía; Robert Roig, director del negocio de Empresas en VidaCaixa; Ricardo González, director general de Mutuactivos Pensiones; Jaime Sobrino, director comercial de

Las aseguradoras lamentan el castigo infligido a los planes de pensiones individuales

Mapfre Inversión SV, y Eva Valero, directora de Vida, Ahorro y Pensiones en Caser.

En primera instancia, los seis expertos valoraron el comportamiento del mercado de pensiones a lo largo del actual ejercicio. Y en general, todos coincidieron en que la situación es positiva, manteniendo una línea continuista respecto a lo acontecido en 2023. "El año está siendo bueno en términos de ahorro, con unas rentabilidades positivas, y las perspectivas apuntan a que el próximo ejercicio se-

El sector no augura un rescate masivo del ahorro en planes de pensiones a partir de enero de 2025

guirá siendo bueno", resumió Roig. En cuanto al *sprint* final que suele registrarse en este segmento durante los últimos meses del año, Sobrino recordó que en los planes individuales existe una fuerte estacionalidad, ya que "el 40% de las aportaciones se realizan en octubre, noviembre y diciembre", y también destacó el crecimiento "del sistema de empleo, fundamentalmente, entre los autónomos".

Precisamente, el siguiente bloque del observatorio estuvo dedicado a analizar la evo-

lución del segundo y tercer pilar del ahorro para la jubilación tras los cambios regulatorios introducidos por el Gobierno durante los últimos años. Y la conclusión, según González, es que "las medidas puestas en marcha no están funcionando como impulso de la previsión social complementaria y el ahorro privado".

En concreto, el director general de Mutuactivos Pensiones opinó que "la reforma va en la línea correcta" en lo relativo a los planes de empleo, aunque matizó que "los plazos son demasiado amplios y se necesita más". Respecto a los planes individuales, González fue más crítico y tildó la reforma de "inexplicable".

En la misma línea, Valero recordó que "el tiempo de maduración de un producto

PATRIMONIO

Los planes de pensiones han registrado un incremento patrimonial de 7.726 millones de euros durante los tres primeros trimestres de 2024.

colectivo es mucho más largo que una decisión individual". Por eso, lamentó que el impulso a los planes de empleo, cuyo despegue llevará tiempo, haya ido acompañado del castigo, "de un día para otro", a los planes individuales.

La directora de Vida, Ahorro y Pensiones de Caser hizo así referencia a la decisión adoptada por el Gobierno en 2022 de limitar las aportaciones a los planes individuales a 1.500 euros anuales, cuando anteriormente esa cantidad ascendía a 8.500 euros. Y otro de los cambios introducidos durante los últimos tiempos es el que permitirá, a partir del 1 de enero de 2025, rescatar las aportaciones a los planes de pensiones con una antigüedad mínima de 10 años.

En opinión de Vignaga, "el efecto de esta medida no será importante en el medio plazo". Eso sí, añadió, en un primer momento habrá que "preparar a la red comercial para que asesore y explique al cliente cuál es la finalidad de un plan de pensiones y qué coste fiscal tiene su rescate".

Campaña de pensiones

Los seis expertos reiteraron la necesidad de impulsar entre la población española una cultura financiera que otorgue al ahorro para la jubilación la importancia que merece. No obstante, todos reconocieron que la campaña de pensiones de finales de año sigue siendo el momento que aprovechan muchas entidades para *robarle* clientes a la competencia.

En el caso de BanSabadell Vida y Pensiones, Sales indicó que "la campaña tendrá dos ejes: lograr que los clientes que están con nosotros se queden, y atraer a clientes de la competencia vía traspasos, captándoles con incentivos".

CRISTINA SALES

Dtra. de Desarrollo Comercial Márk. y Com. en BanSabadell Vida y Pensiones

Los planes de pensiones son sólo un instrumento, lo esencial es que la gente ahorre pensando en la jubilación"

ANDREA VIGNAGA

Director de Desarrollo del negocio de Vida en Santalucía

La gente tiene que ver el plan de pensiones como un producto de ahorro y no sólo de desgravación fiscal"

ROBERT ROIG

Director del negocio de Empresas en VidaCaixa

Nuestra apuesta son las carteras diversificadas por áreas geográficas y activos, en base al perfil y horizonte del partícipe"

RICARDO GONZÁLEZ

Director general de Mutuactivos Pensiones

La última reforma no está funcionando como impulso a la previsión social complementaria y el ahorro privado"

JAIME SOBRINO

Director comercial de Mapfre Inversión SV

Tenemos dos ejes de actuación: uno es el asesoramiento y el otro, adecuar el producto al perfil de riesgo del cliente"

EVA VALERO

Directora de Vida, Ahorro y Pensiones en Caser

La gente aún ahorra mayoritariamente para imprevistos y prefiere un depósito a un producto de ahorro para la jubilación"