

LA BANCA ABRE LA GUERRA DE LOS PLANES DE PENSIONES EN PLENA TORMENTA POR LA JUBILACIÓN

Negocios.com – 20-01-2011

Las entidades popularizan los productos con mayor rentabilidad en función de la vinculación. Insisten en realizar ingresos periódicos. El tradicional regalo tiene cada vez menos simpatizantes. **(QUIEREN SACARNOS LA PASTA Y COMER NOS EL COCO)**

"Afrontamos la campaña expectantes y con ilusión". Esta frase podría haber salido de la boca de cualquiera de los flamantes campeones del Mundial de Fútbol. Pero no. Pertenece a **un gestor de Fonditel**, la gestora de planes de pensiones de Telefónica.

Y es que la nueva campaña es todo un reto, debido a que el sector financiero ha pasado en los dos últimos años por unos **momentos convulsos**, con la consiguiente **pérdida de confianza en el sistema por parte de los ahorradores**. Ahora, las entidades deben esforzarse en hacer entender que "los planes de pensiones son el producto de ahorro-inversión en el que menos importancia tienen las circunstancias puntuales de los mercados porque, al ser un producto a largo plazo, permiten recuperarse de las crisis" **(JA JA)**.

Sobre todo, en pleno debate sobre el retraso en la edad de jubilación y los posibles cambios en los parámetros para el cálculo de las pensiones, que tienen su antesala en la congelación de los subsidios aprobada recientemente por el Gobierno.

José Antonio Iglesias, director de marketing de **SegurCaixa Holding**, explica que, "en muchos casos, la pensión no cubre la totalidad del último salario cobrado, y es precisamente en la cobertura de ese **gap** donde nuestros productos tienen mucho sentido".

Las grandes entidades, como viene siendo tradicional desde hace algunos años, aprovechan la recta final del año para lanzar sus nuevos planes de pensiones privados y aprovechar que el inversor español suele hacer el grueso de sus aportaciones al final del ejercicio para ajustar su factura fiscal.

Modus operandi

Una tradición que nadie comparte. Ni siquiera desde la patronal del sector. Ángel Martínez-Aldama, director general de **Inverco**, recuerda que los españoles "somos como somos" y solemos dejar "las cosas para el final, somos poco disciplinados", también a la hora de ahorrar. **(LO QUE HAY QUE OIR)**

Wolfgang Kania, del **Centro de Inversiones de Deutsche Bank**, asegura que "cuanto más tarde se empiece, más costoso nos resultará ahorrar. Lo ideal sería desembolsar entre 150 o 200 euros al mes a partir de los 30 años, e incluso hacer dotaciones mensuales extra". **(QUÉ GRACIOSO!)**

Una opinión que comparten otras entidades como **Banco Mediolanum**. La firma se aleja de la batalla de las captaciones a fin de año y apuesta por las aportaciones durante todo el curso. "El 50% de nuestros clientes tiene un plan de pensiones y, de media, aportan unos 8.000 euros al año", explica Salvo La Porta, director comercial de la entidad.

Mediolanum ofrece durante todo el año el Plan Plus 5, un producto que a medida que avanza la edad del partícipe, va variando la composición de la inversión, desplazando el peso de la renta variable a la renta fija y activos monetarios. Incluye un Bonus Fidelidad con una bonificación del 0,5% cada año sobre las aportaciones realizadas desde el inicio del servicio. **(PATRAÑAS)**

Precisamente, adecuar el riesgo de la cartera de planes de pensiones a la edad del partícipe es fundamental para sacar el máximo rendimiento a los ahorros. Caja Madrid aconseja a los ahorradores mayores de 55 años tener un 60% de su efectivo en un plan de renta fija; un 25% en otro de renta fija mixta y el 15% restante, en renta variable mixta. **(¿POR QUÉ HAY QUE CORRER RIESGOS?)**

Los partícipes de entre 45 y 55 años deberán tener un 60% de la inversión en un plan de renta fija; un 30% en un fondo de pensiones de renta variable mixta y, el resto, en renta variable. **(ESO QUISIERAN)**

Finalmente, para clientes menores de 45 años, la caja madrileña aconseja destinar el 30% del ahorro en un plan de renta fija, el 50% en renta variable mixta y el 20%, en un plan de renta variable. **(LO QUE ELLOS DIGAN)**

Crisis

Pero, muchas veces, la coyuntura económica condiciona las decisiones de los ahorradores, a veces, de forma inadecuada. Según **Martínez-Aldama**, los inversores han virado hacia productos de menor riesgo. Asegura que la posibilidad de realizar traspasos sin coste alguno es una de las mejores fórmulas para adecuar los fondos al perfil de riesgo, según avance la edad.

Las entidades confían en conseguir sus objetivos de recaudación para esta campaña, aunque no se atreven a dar cifras aún. Inverco espera que se capte más o menos lo mismo que el año pasado; con lo cual, el ejercicio cerrará en torno a unas aportaciones brutas de entre 5.600 y 5.700 millones de euros.

Obsequios

Y, como en los últimos ejercicios, en 2010 vuelve a surgir el debate del regalo. Aunque aún hay firmas que apuestan por este **gancho para captar nuevos clientes**, cada vez recurren menos a esta estrategia comercial. **Fonditel no ofrece ningún obsequio a sus potenciales nuevos clientes. "Al final, el inversor los paga vía mayores comisiones"**, aseguran. **(¡QUÉ SE CREÍAN LOS INVERSORES!)**