

PROGRAMA SUPERIOR  
Comercialización de PUBLICIDAD en los medios de COMUNICACIÓN  
Tel. Atención al cliente: 902 99 62 00  
OMD  
Madrid, febrero-junio 2009

# Expansión



SU NEGOCIO MUEVE 130.000 MILLONES DE EUROS

## La recesión multiplica los beneficios de la mafia

El grupo criminal italiano saca provecho de la crisis mediante la concesión de créditos a pequeños negocios y la adquisición de propiedades y empresas a precio de ganga.



En la imagen, Marlon Brando, en una escena de la película 'El Padrino'.

Los narcóticos son la actividad más rentable, al generar 15.000 millones de euros

el 6% del Producto Interior Bruto (PIB) de Italia, corresponden a actividades "comerciales".

Confesercenti estima que la usura supone 15.000 millones de euros de los ingresos de la mafia. Los narcóticos son, con diferencia, la actividad más rentable. Su negocio en toda Europa reporta 59.000 millones de euros.

El informe pone de relieve las recientes advertencias de los fiscales, que señalan que las bandas criminales están expan-

diendo sus actividades a los sectores del comercio, el turismo, las apuestas, los restaurantes, la construcción, el tratamiento de residuos, el negocio inmobiliario y la salud.

El Gobierno de centro-derecha de Silvio Berlusconi ha desplegado al ejército en la región de Nápoles en tareas de apoyo a la policía. Los críticos denuncian que su presencia está dirigida a mejorar su imagen frente a la opinión pública y que acabará destinándose a la lucha contra la inmigración ilegal.

Eduardo Martínez Abascal



### Reforma en las agencias de rating

Se viene hablando de la conveniencia de regular las agencias de rating, habida cuenta del papel crucial que desempeñan en el sistema financiero. Sin rating una empresa no puede acudir al mercado de capitales y tendrá dificultades de financiación. Sin rating el inversor también tendrá dificultades para evaluar el riesgo de aquello en lo que invierte. El principal problema de las agencias de rating, en mi opinión, es el conflicto de intereses. Me explico con un ejemplo. La empresa A solicita un rating a la empresa de rating R para una emisión de bonos. A cambio paga unos honorarios (fees). Si el rating es malo, la empresa A tendrá que pagar más intereses por su emisión de bonos. Si el rating es malo, la empresa A puede no aceptar el rating y no pagar. Los incentivos están puestos para que la empresa de rating sea benevolente en sus juicios. No digo que lo sea, pero sí digo que los incentivos le pueden llevar a ser benevolente, a favor de la empresa evaluada y en contra del interés de los inversores.

Creo que la solución no sería muy complicada. En primer lugar la metodología para el rating debería ser pública y común para todas las empresas (y deseablemente para todos los países). En segundo lugar, la información que la empresa evaluada proporciona a la agencia de rating debería ser pública (y mejor si está accesible en Internet que es el mejor modo de hacer pública la información). El regulador público se encargaría de aprobar la metodología consensuada con las agencias de rating.

Con estos dos sencillos procedimientos se conseguiría total transparencia, tanto en el proceso, como en el resultado del rating. No habría posible arbitrariedad, pues el análisis de rating podría ser replicado por la empresa evaluada o por terceros. La empresa de rating no podría introducir subjetividad, pues tanto la metodología como los datos serían fijos y públicos. Incluso el inversor interesado, podría replicar el rating, aunque probablemente no le compensaría el esfuerzo y preferiría confiar directamente en el rating otorgado.

Es posible que las agencias de rating no estén muy de acuerdo con estas sugerencias. A nadie le gusta ser regulado. Pero hay que tener en cuenta que estas agencias tienen una clientela cautiva debido a que el propio regulador pide a las empresas que se sometan a un rating. Además su papel es crucial para el sistema financiero. De ahí que sea deseable una regulación, sencilla, consensuada y transparente. Todos ganaríamos con ello.

Profesor del IESE

G. DINMORE/G. SEGRETI. Financial Times

La mafia italiana está sacando partido de la crisis crediticia concediendo préstamos a pequeños negocios y usando sus enormes reservas de liquidez para adquirir propiedades y empresas a precios de ganga.

Un informe de Confesercenti, una asociación de comerciantes que cuenta con un grupo que estudia a la mafia, calcula que 180.000 pequeñas empresas han recurrido a estos prestamistas, debido en parte a que la crisis crediticia ha afectado al crédito bancario. "La crisis económica hace a la mafia incluso más peligrosa", explicó Marco Venturi, presidente de esta asociación, en la presentación de su informe *El control del crimen sobre los negocios*.

La usura es el negocio con un crecimiento más fuerte para la mafia, que hace ya mucho que consolidó su control sobre empresas y políticos locales, especialmente en el sur, ofreciendo la garantía de fondos y empleo (con un coste).

Ingresos

Se calcula que la mafia (en realidad, diversos grupos criminales con distintas estructuras, historia y tendencias) factura 130.000 millones de euros. De ellos, 92.000 millones de euros,

Ciudad	Máx	Min	Condiciones	Ciudad	Máx	Min	Condiciones	Ciudad	Máx	Min	Condiciones	Ciudad	Máx	Min	Condiciones
A Coruña	10	5	Lluvioso	Sevilla	12	6	Despejado	Berlín	3	0	Despejado	Londres	6	0	Despejado
Barcelona	12	6	Lluvioso	Tenerife	21	17	Nuboso	Bruselas	3	-3	Lluvioso	Moscú	4	0	Lluvioso
Bilbao	8	6	Lluvioso	Valencia	14	7	Nuboso	Estocolmo	5	0	Nuboso	París	4	1	Nuboso
Madrid	10	2	Nuboso	Zaragoza	8	5	Lluvioso	Fráncfort	3	0	Despejado	Praga	5	-3	Nuboso
Málaga	12	7	Nuboso	Ámsterdam	4	2	Lluvioso	Ginebra	3	0	Nuboso	Roma	13	1	Nuboso
Mallorca	12	8	Nuboso	Atenas	12	5	Nuboso	Lisboa	13	11	Nuboso	Varsovia	3	2	Nuboso
												Viena	7	0	Nuboso
												Zurich	4	-3	Nuboso
												Miami	26	21	Nuboso
												Nueva York	10	-4	Lluvioso
												Rabat	17	11	Nuboso
												Tokio	14	9	Lluvioso

ESTA NAVIDAD QUEREMOS CELEBRARLA CONTIGO

Descubre nuestros fantásticos menús navideños para ti y tu familia en nuestros más de 90 hoteles.

AC HOTELS

+ 34 902 292 293  
www.ac-hotels.com