

# El fondo Mediterrània crea el líder del Magreb en tarjetas para móviles

**CAPITAL RIESGO/** La operación se articula en torno a la tecnológica tunecina Bitaka, que ha comprado otras tres empresas en la zona y prevé salir a bolsa en 2012, mientras explora nuevas adquisiciones.

J. Orihuel. Barcelona

Mediterrània Capital, el fondo de capital riesgo promovido por la Generalitat y gestionado por el grupo financiero Riva y García, será el accionista de referencia de la mayor empresa del Magreb dedicada a la comercialización de tarjetas SIM y prepaço para teléfonos móviles, nacida a partir de la tecnológica tunecina Bitaka.

Hace un año y medio, Mediterrània –cuyos socios son el ICF (Institut Català de Finances), el ICO, el BEI, Repsol, Gas Natural, Telefónica, La Caixa y CatalunyaCaixa– entró en Bitaka mediante una inyección de 3,1 millones de euros, que le otorgó un participaci3n de hasta el 49% en la firma. Bitaka tiene como fundador y director general a Zied Tlemcani, un empresario muy conocido en Túnez por su anterior trayectoria como futbolista de éxito.

## Tres adquisiciones

Ahora, la empresa tunecina y el fondo –que está dirigido por Albert Alsina– han cerrado una operaci3n de consolidaci3n o *build up* por la que toman conjuntamente el control de otras tres compaas del mismo sector. Se trata de la tunecina Repco y de las marroas La Marsa y First Telecom; ademas de comercializar minutos para m3viles, estas dos timas firmas tambien venden teléfonos.

Bitaka y Repco mantienen acuerdos con las tres opera-



Albert Alsina (izquierda) y Borja García-Nieto, del grupo Riva y García.

## La 'primavera árabe' y la economía

Tras el proceso de cambio político por el que atraviesa Túnez –unos de los países norteafricanos que ha vivido la llamada *primavera árabe*–, la operaci3n de Mediterrània acaba de obtener el visto bueno del banco central del país.

Borja García-Nieto, presidente de Riva y García, cree que el nuevo Gobierno de coalici3n de Túnez dar "solidez" a la economía del país. Respecto a Marruecos, considera que las reformas y las pr3ximas elecciones otorgarán "estabilidad" a las inversiones del fondo de capital riesgo en el reino alauita. Mediterrània naci3 para impulsar proyectos empresariales en el Magreb, vinculados o no a compaas españolas, y cuenta actualmente con una cartera de seis participadas: tres en Marruecos, dos en Túnez y una Argelia.

doras de telefonía m3vil con actividad en Túnez, y La Marsa y First Telecom, con Meditel, una de las empresas del sector en Marruecos.

La operaci3n ha exigido

**El fondo participado por el ICF ha inyectado dos millones adicionales en la firma tunecina**

una aportaci3n adicional de dos millones de euros por parte de Mediterrània, que planea ya sacar a bolsa la nueva Bitaka en 2012, previsiblemente mediante una oferta pública de suscripci3n de acciones (OPS), cuyos recursos se destinarían a abordar compras en Argelia. La salida al parqu se efectuaría en la bolsa tunecina.

La empresa resultante del proceso de adquisiciones cerrar este año con una facturaci3n bruta consolidada de 140 millones de euros y un ebitda (resultado bruto de explotaci3n) de 4,5 millones de euros, según Mediterrània.

## Nuevo presidente

El fondo ha colocado al frente del grupo al ejecutivo marrou Saad Bendidi, actual pre-

**Bitaka prevé llegar este año a una facturaci3n bruta consolidada de 140 millones de euros**

sidente de Jasia Holding & Haworth Marroc y expresidente de grupos como ONA y Meditel.

Bitaka se apoya en una red de 2.500 puntos de venta, ofrece tambien servicios de banca y de pagos por m3vil, y confía en alcanzar en 2014 una facturaci3n bruta de 250 millones gracias al crecimiento orgánico –que este año es del 30%– y a las futuras adquisiciones. Hasta ese año, las previsiones del fondo apuntan a un crecimiento sostenido del 5,5% del negocio de la telefonía m3vil en el Magreb. Para Alsina, responsable del fondo, "la tecnología desarrollada por Bitaka es la de más fácil acceso y fiable para sus clientes, segura y rentable para los vendedores y la más eficiente para los operadores".

Bitaka buscar sinergias con Repco, La Marsa y First Telecom, especialmente en materia de tecnología, costes y complementariedad de productos. Mientras, la empresa explora nuevas adquisiciones para completar su presencia geográfica. "Nuestros focos han sido Túnez y Marruecos, y ahora estamos mirando Argelia como siguiente objetivo", recuerda Alsina.



Jordi Mercader.

## Miquel y Costas culmina una inversi3n de 10 millones

Expansi3n. Barcelona

El grupo Miquel y Costas, que produce papel para la industria tabaquera, entre otras actividades, ha invertido 10 millones de euros en los últimos seis años para adaptarse a la normativa europea para reducir el riesgo de incendio provocado por los cigarrillos y que entr3 ayer en vigor.

El presidente del grupo, Jordi Mercader, señala que la nueva normativa ha implicado una adaptaci3n técnica muy sofisticada y la especializaci3n de algunas máquinas usadas en el proceso productivo, que el grupo ha desarrollado desde hace seis años.

"Hemos tenido que incorporar al papel de cigarrillo unas bandas que hacen de barrera cada pocos milímetros; así, cuando dejas de aspirar, la banda se activa y se apaga el cigarrillo, manteniendo la calidad que demandan las tabacaleras y los consumidores", detalla Mercader.

## Incertidumbre

El presidente de la firma reconoce que, al iniciar el proceso de reconversi3n, existía incertidumbre sobre cuándo entraría en vigor definitivamente la normativa. Sin embargo, considera que, ahora que el producto ya está en los mercados, será el momento de recuperar la inversi3n realizada, que sitúa en torno a los 10 millones, informa *Efe*.

Ayer entr3 en vigor esta normativa europea. Está destinada a disminuir el riesgo de incendios provocados por los cigarrillos, y obliga a los fabricantes a introducir en el papel de fumar anillos que reducen la capacidad de ignici3n.

El grupo obtuvo en los nueve primeros meses del año un beneficio neto consolidado de 16 millones de euros, un 11,7% más en relaci3n al mismo periodo de 2010. La cifra de negocio fue de 145,5 millones de euros entre enero y septiembre, un 5,5% más. Miquel y Costas cerr3 ayer a 17,99 euros por acci3n, sin cambios respecto al miércoles.

## Magma Turismo se integra en TRI Hospitality Consulting

**LA CONSULTORA DE BRUNO HALL Y ALBERT GRAU SALE AL EXTERIOR**

M. Angls. Barcelona

La consultora catalana Magma Turismo, dirigida por Bruno Hall y Albert Grau, se ha integrado en la red de TRI Hospitality Consulting, con oficinas en Londres y en Dubai.

El capital de Magma Turismo, que a partir de ahora se llamar Magma TRI Hospitality Consulting, continuará en manos de los dos socios, que se han integrado en la consultora bajo el régimen de franquicia. Al cierre de cada ejercicio, explican, "TRI se llevará parte de la facturaci3n de Magma". A cambio, la con-

sultora catalana gana en presencia y reconocimiento internacional. "El estancamiento del sector hotelero en España nos ha obligado a buscar alianzas internacionales", explica Bruno Hall.

Magma, que este año registrará una facturaci3n de 600.000 euros, prevé que la alianza con TRI ayude a elevarla un 15% o un 20% el pr3ximo año.

La consultora que Hall y Grau fundaron en 2008 llevaba tiempo buscando una alianza internacional. "Siempre hemos tenido una vocaci3n muy internacional, por

lo que hemos llegado a generar un 50% de nuestra facturaci3n en el exterior", dicen.

Actualmente, alrededor de un 35% de los proyectos son internacionales y el 65% en España, un porcentaje que prevén invertir gracias a la alianza con TRI Consulting.

## Herramienta hotelera

Ademas de la visibilidad y reconocimiento internacional, Magma ganar la distribuci3n en España, Portugal, Andorra, Italia y América Latina del producto estrella de TRI: *HotStats*. Se trata de una herramienta de *benchmarking*



Bruno Hall y Albert Grau, socios de Magma-TRI Consulting.

muy reconocida en el sector hotelero europeo. Las compaas del sector envían peri3dicamente datos detallados de costes, proveedores o tarifas, que TRI recoge y distribuye de forma confidencial a través de sus informes a todos sus clientes.

**Magma distribuirá en el mercado latino 'HotStats', la herramienta para hoteles de TRI**