

Mediterrània se refuerza en Túnez con el 39% de CIM



¿Te parece interesante esta noticia?



03.02.2011 J.O. |

El fondo impulsado por la Generalitat entra en el fabricante de electrodomésticos, que mantiene una alianza con el grupo chino Haier.

La etapa de inestabilidad por la que atraviesa Túnez no asusta a Mediterrània. El fondo de capital riesgo promovido por la Generalitat —a través del ICF— para invertir en el Magreb ha cerrado su mayor operación en la zona con la entrada en el fabricante tunecino de electrodomésticos CIM. Mediterrània, cuya gestión está a cargo de Riva y García, ha tomado el 39,5% del capital de CIM, donde se ha comprometido a ejecutar una inversión de 7,6 millones de euros.

CIM está controlado por el empresario tunecino Fatti Hachicha y mantiene una alianza con la multinacional china de electrodomésticos Haier para desarrollar sus productos en el Magreb, principalmente en Túnez y Argelia, mediante fabricación local y transferencia de tecnología. La compañía está especializada en frigoríficos, congeladores y equipos de aire acondicionado, aunque fabrica también otros electrodomésticos. Haier participa en una de las filiales de CIM. Las cifras de la empresa

La empresa facturó 21,7 millones de euros en 2010 y este año confía en alcanzar unas ventas de 34 millones de euros, lo que supondría un alza del 57%. Su plantilla está formada por 250 empleados.

"Pese a la incertidumbre del país en las últimas semanas, seguimos apostando por Túnez", dice Albert Alsina, director del fondo, que tiene en su cartera otras dos participadas en el mercado tunecino: Agrolito (agricultura) y Bitaka (telecomunicaciones).

"Las variables como país receptor de inversiones siguen estando presentes: proximidad geográfica y cultural, pirámide demográfica favorable, mano de obra altamente cualificada y abundante y tasas de crecimiento a medio y largo plazo por encima del 4%-5%", argumenta.

Alsina explica que el objetivo de Mediterrània en CIM es contribuir a la creación de "un líder en la región a través de la fabricación local y con una gran capilaridad en la distribución en todos los productos". A su juicio, la empresa opera en un mercado con un gran potencial de crecimiento, a la vista de la juventud de la población —el 70% cuenta con menos de 30 años— y de las previsiones de tasa de urbanización y de acceso a la vivienda, que auguran un fuerte incremento en la demanda de electrodomésticos. Cuatrecasas ha intervenido como asesor de la operación.