

NOSTOC BIOTECH (B)¹

LA DECISIÓN

Tras la reunión mantenida con su socio principal, y tras sopesar las distintas alternativas con sus ventajas e inconvenientes, finalmente decidieron continuar con la campaña de *crowdfunding*. No fue nada sencillo alcanzar el objetivo de 200.000 euros, pero lo consiguieron, e incluso llegaron al máximo —250.000 euros— en la fecha acordada.

La obtención de fondos había resultado ser un *crowdfunding* puro; es decir, muchos inversores que realizaron pequeñas aportaciones cada uno. En total habían invertido 96 personas; entre ellas se encontraban algunos familiares y amigos, gente del sector y simpatizantes anónimos. Aunque algunos realizaron aportaciones grandes, en torno a 10.000 euros, la mayoría había aportado unos 2.500 euros. Ahora la empresa tenía 96 socios más a los que tendría que informar, pero que a su vez podrían aportarle muchas cosas. Se había generado una comunidad tan interesada como ellos en que la empresa creciera. A partir de ese momento seguirían disponiendo del foro de comunicación proporcionado por La Bolsa Social.

NOSTOC BIOTECH EN 2016

Con el dinero conseguido lo primero que hicieron fue incrementar su capacidad de producción con una nueva fábrica, según esquema presentado en el Anexo 1. Ellos mismos se encargaron de diseñarla y construirla. Con esta fábrica tenían una capacidad de producción de 2.500 litros al día, que a un precio medio de 5 euros/litros, les permitía alcanzar una facturación de más de un millón de euros. Al aumentar la producción también consiguieron una importante reducción de los costes por comprar mayores cantidades.

¹ Caso de la División de Investigación de San Telmo Business School, España. Preparado por D^a Emma Berenguer Cárceles, de San Telmo Business School, para su uso en clase, y no como ilustración de la gestión, adecuada o inadecuada, de una situación determinada.

Copyright © junio 2019, San Telmo Business School. España

No está permitida la reproducción, total o parcial, de este documento, ni su archivo y/o transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro o por otros procedimientos, sin la autorización expresa y escrita de San Telmo Business School. Para pedir copias del mismo o pedir permiso para usar este caso, por favor póngase en contacto con el departamento de Edición de Casos, a través del teléfono en el +34 954975004 o por correo electrónico a la dirección casos@santelmo.org.

Hasta ese momento, básicamente estaban fabricando para las pruebas. Ahora su principal reto era la comercialización de sus productos en toda España. Al tratarse de un producto complejo no podían trabajar directamente a través de distribuidores consolidados. Sus productos se fabricaban bajo pedido y se servían en 24 horas. Así, los microorganismos estaban frescos y los resultados en el campo eran mejores. El producto, por sus características, no se podía almacenar. Esto complicaba la relación con los distribuidores, que debían entender muy bien sus peculiaridades. Los almacenistas —por este motivo— no entendían el producto.

La empresa se ocupaba de toda la cadena de valor, desde la creación hasta casi la aplicación del producto, por lo que tenían que formar a sus distribuidores. Estos fueron poco a poco aumentando en número. Ese año consiguieron tener 10 comerciales en toda España, repartidos básicamente por el sur.

En el mes de octubre de 2016 obtuvieron un crédito ENISA de 150.000 euros, lo que les permitió financiar el desarrollo de su red comercial.

Cerraron el año 2016 con la facturación según sus previsiones.

En cuanto a los socios que entraron por el *crowdfunding* en 2016, la empresa consideraba que básicamente lo hicieron por una combinación de razones económicas y de tipo ideológico. Así lo explicaba, Enrique Cat, Co-Ceo de Nostoc Biotech:

“Entiendo que los socios que invirtieron con el crowdfunding en Nostoc no lo hicieron solamente por buscar una rentabilidad pura y dura. Se trataba de una empresa en sus inicios y los balances no daban mucha confianza ... Nosotros no engañamos a nadie; se trataba de un negocio incipiente con posibilidades de crecimiento”

DE AQUÍ EN ADELANTE

En el momento de la redacción de este caso, mes de marzo de 2019, la empresa se encontraba alcanzando su punto de equilibrio. Su principal reto seguía siendo la comercialización y distribución del producto.

En febrero de 2018 habían realizado una nueva ampliación de capital por 200.000 euros con un grupo de *Business Angels*. Esta operación había permitido a una parte de los pequeños inversores vender sus participaciones y salir de la compañía con una rentabilidad del 62% en menos de dos años². Con ese dinero también habían podido situarse directamente en El Ejido (Almería), donde habían abierto un centro tecnológico. En este centro impartían cursos de formación para el sector sobre

²<https://www.bolsasocial.com/blog/nostoc-nueva-desinversion-rentable-en-la-bolsa-social-el-crowdequity-de-impacto-rinde/>