

**Fernando Marco Faderna
(coordinador)
Juan Puchalt Sanchís
Fernando Castelló Sirvent
Juan Poveda Gil**

**Caso Idai Nature
inversión: estrategias
de financiación
alternativa
en modelos de
negocio disruptivos**

**Fernando Marco Faderna
(coordinador)
Juan Puchalt Sanchís
Fernando Castelló Sirvent
Juan Poveda Gil**

**Caso Idai Nature
inversión: estrategias
de financiación
alternativa
en modelos de
negocio disruptivos**



**Caso Idai Nature inversión:
estrategias de financiación
alternativa en modelos
de negocio disruptivos**

Fernando Marco Faderna
(coordinador)
Juan Puchalt Sanchís
Fernando Castelló Sirvent
Juan Poveda Gil

Caso Idai Nature inversión: estrategias de financiación alternativa en modelos de negocio disruptivos

Existe un manual del profesor como complemento pedagógico, está a disposición de aquellos profesores que utilicen este documento como material docente.

editorial@esic.edu



Septiembre, 2022

Caso Idai Nature inversión: estrategias de financiación alternativa en modelos de negocio disruptivos
Fernando Marco Faderna (coordinador), Juan Puchalt Sanchís, Fernando Castelló Sirvent y Juan Poveda Gil

Todos los derechos reservados.

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo las excepciones previstas por la ley.

Dirijase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra (www.cedro.org).

© 2022, ESIC Editorial
Avda. de Valdenigrales, s/n
28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid)
Tel. 91 452 41 00
www.esic.edu/editorial
@EsicEditorial

ISBN: 978-84-18944-96-3

Cubierta: ESIC
Maquetación: Nueva Maqueta
Lectura: Balloon Comunicación
Impresión: Gráficas Dehon

Una publicación de



Impreso en España – *Printed in Spain*

Este cuaderno ha sido impreso con tinta ecológica y papel sostenible.

W

U

I

D

Z

I

1. INTRODUCCIÓN.....	9
2. ENTORNO, MARCO DEL CASO.....	9
3. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	11
4. COMPLICACIONES DEL PROBLEMA	12
5. PREGUNTAS DEL CASO (DEBEN COMPROMETER A LA TOMA DE DECISIONES) ..	12
6. PLANTILLA SOLUCIÓN CASO.....	12
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	13



Fernando Marco Faderna

Licenciado en Química por Universidad de Valencia. MBA por Cerem IBS. Curso Superior de Operaciones, Logística y Cadena de Suministro por Universidad de Nebrija. Técnico Superior en Prevención de Riesgos Laborales. Especialista en Calidad, Medioambiente Industrial y *Lean Manufacturing*. Experiencia de más de 20 años, ha realizado trabajos en todos los procesos de la cadena de suministro en empresas de formulación, envasado y distribución de productos químicos. En la actualidad, desarrolla su actividad como responsable de ingeniería de procesos & QHSE en IQV, S.A. (Matholding Group), empresa dedicada a la síntesis de sales de cobre y formulación, envasado y distribución de productos fitosanitarios. Profesor de ESIC desde el año 2019, participa en diferentes programas como el EMBA, MBM y LOCS, también colabora con el Corporate Education, impartiendo diferentes cursos.

LinkedIn: www.linkedin.com/in/ferranmarcofaderna



Juan Puchalt Sanchís

Profesor de marketing –área de grado– en ESIC Business & Marketing School desde 2011 (campus de Valencia). Profesor asociado en la Facultad de Economía de Valencia (1994-1996). Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales (Universidad de Valencia). Ha publicado diversos artículos sobre ferias comerciales y participado en más de cuarenta congresos y seminarios nacionales e internacionales relacionados con la actividad ferial. Ha colaborado en varios proyectos de investigación. Consultor y secretario general de la Asociación de Ferias Españolas. 37 años en el sector de ferias comerciales, ha ocupado varios cargos directivos en Feria Valencia (1985-2011) e International Business Developer en Fira de Barcelona y en otras empresas.

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/juan-puchalt-42379b14/>

Twitter: <https://twitter.com/jpuchalt5>

Facebook: <https://www.facebook.com/juan.puchalt>



Fernando Castelló Sirvent

Economista, profesor e investigador en ESIC Business & Marketing School, donde ha impartido clases en las áreas de comercio internacional, economía española y economía internacional. Asimismo, su experiencia docente se ha desarrollado en dirección estratégica, control de gestión y sistemas de información empresarial. Sus áreas de investigación incluyen *think-tanks* y políticas públicas, transiciones sociotécnicas, estrategia, sostenibilidad y emprendimiento. Su producción académica ha sido publicada en revistas indexadas en *Journal Citation Reports* (JCR) y en libros indexados en *Scholarly Publishers Indicators* (SPI). Adicionalmente, trabaja como analista económico, consultor estratégico y experto en inteligencia competitiva.

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/fcastello/>

Twitter: https://twitter.com/Castello_F



Juan Poveda Gil

Ingeniero en Diseño Industrial por la Universidad Cardenal Herrera CEU, con máster universitario en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación por la Universitat Jaume I, y máster Executive MBA en ESIC Business & Marketing School. Actualmente, es doctorando en el programa de doctorado en Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I. Sus líneas de investigación se centran en el análisis de la comunicación del constructo innovación en el entorno de la innovación social. Compagina su actividad laboral como consultor de *branding* con la de profesor asociado en grado y posgrado en ESIC Business & Marketing School.

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/juanpovedatrumbo/>

*Caso original de los profesores **Juan Poveda Gil**, **Fernando Marco Faderna**, **Fernando Castelló Sirvent** y **Juan Puchalt Sanchís**. Desarrollado como base para discusión en clase y no como ejemplo ilustrativo del manejo eficaz o ineficaz de una situación administrativa. Los datos utilizados en este caso se basan en información pública de la empresa, obtenida a través de su página web y otras fuentes de información y complementada con información obtenida en las entrevistas personales realizadas. Los personajes y las situaciones expresadas son ficticios, excepto las declaraciones públicas.*

Original del 2 de noviembre de 2021. Última revisión 10 de diciembre de 2021.

1. Introducción

Carlos Ledó, fundador y CEO de Idai Nature, es un ingeniero agrónomo emprendedor, líder, visionario y perseverante. Persona amante de los retos. Muy disruptivo y audaz. Buenas relaciones con los círculos de poder y *stakeholders*. Directo, transparente y leal con su equipo y comprometido con la sociedad y la economía valenciana.

En 2015, como emprendedor sin recursos, y ya posicionada la empresa/marca a nivel local, se debe plantear la estrategia para conseguir financiación alternativa para implantarse a nivel nacional, ya que la financiación tradicional no era posible por que los bancos nacionales no lo financiaban.

2. Entorno, marco del caso

Idai Nature es una empresa biotecnológica especializada en el desarrollo y fabricación de productos a base de microorganismos y novedosos extractos botánicos con carácter biofungicida, biobactericida y/o bioinsecticida. Se fundó en 2009, y en 2018 se unió al grupo Rovensa, una multinacional líder del sector, propiedad del fondo de inversiones británico Bridgepoint. Idai Nature está creciendo mediante la adquisición e integración de otras empresas, algunas incluso mayores que ella misma. Este es un reto importante al que se enfrenta la empresa.