

Análisis de múltiplos de valoración en startups de café de especialidad

En el dinámico mercado del café de especialidad, las startups y marcas en expansión han logrado **valuaciones muy elevadas en relación con sus ventas**. Estas compañías suelen atraer capital de riesgo con la promesa de un rápido crecimiento, lo que resulta en **múltiplos EV/Ingresos** (Enterprise Value sobre ingresos) que a veces parecen desconectados de los fundamentales financieros ¹. Desde la adquisición de Blue Bottle por Nestlé en 2017 (que valoró a esa cadena en ~\$700 millones) ², los inversionistas han apostado fuerte por el potencial global del café de especialidad. A continuación, se presenta un análisis comparativo de entre 5 y 10 startups cafeteras comparables a **Libertario Coffee Roasters** –que actualmente tiene un *run-rate* de ingresos de \$7 millones, 24 tiendas en 6 países y proyecta **break-even** en EBITDA para Q1 2026–, destacando sus montos levantados, valuaciones, ingresos, número de tiendas y múltiplos implícitos, así como factores cualitativos que explican dichas valuaciones.

Blue Tokai Coffee Roasters (India)

- **Monto levantado:** >\$105 millones acumulados a la fecha (incluyendo Serie C de \$30M en 2024 y un *bridge round* de \$25M en 2025) ³.
- **Valuación más reciente:** ~\$180 millones (post-money, Serie C en 2024) ⁴.
- **Ingresos estimados:** ₹216 crore en FY2024 (aprox. \$26–27M) ⁵; con un *run-rate* anualizado de ~₹400 crore (~\$48M) a enero 2025 ⁴.
- **Número de tiendas:** 133 cafeterías propias en India a fines de 2025 ⁶ (objetivo de ~155 para cierre de FY26 ⁷; plan de >800 tiendas para 2029 ⁸).
- **Múltiplo EV/Ingresos:** ~3,8× sobre el *run-rate* de principios de 2025 (EV ~\$180M vs ~\$48M ingresos) y ~7× sobre ingresos FY2024. El valor por tienda implícito ronda \$1,2M.
- **Información adicional:** Blue Tokai, fundada en 2013, se ha posicionado como marca **premium** en India, combinando venta de café tostado con una agresiva expansión de cafeterías propias ⁹. La empresa ha mostrado un crecimiento de 5× en cuatro años (de ₹41cr en FY21 a ₹216cr en FY24) ⁵. Si bien sigue operando con pérdidas (pérdida neta de ₹43cr en FY23) ¹⁰, apuesta por la **sostenibilidad financiera**: su cofundador destaca que Blue Tokai evitó el modelo “alto crecimiento con alto burn” en favor de crecer de forma sostenible ¹¹. Originalmente planearon alcanzar ₹100cr de EBITDA para 2027 ⁸. La fuerte valoración (~\$180M) refleja su liderazgo en el creciente mercado cafetero indio, con inversionistas como Verlinvest y A91 Partners respaldando su expansión internacional a mercados como Dubái y Japón ¹². En resumen, Blue Tokai justifica un múltiplo ~4–7× ventas dada su rápida expansión, base de clientes premium y el enorme potencial de un mercado (India) que se espera duplique su valor para 2030 ¹³ ¹⁴.

Third Wave Coffee Roasters (India)

- **Monto levantado:** ~\$70 millones (aprox.) en total. Su ronda Serie C (diciembre 2023) aportó \$35M liderados por el fondo Creaegis ¹⁵ ¹⁶, sumándose a inversiones previas de WestBridge, etc.
- **Valuación más reciente:** \$155 millones post-money (Serie C, Q4 2023) ¹⁷.

- **Ingresos estimados:** ₹144 crore en FY2023 (~\$17.5M), creciendo +346% desde ₹32cr en FY22 ¹⁸. A mediados de 2023 se reportó un *run-rate* cercano a ₹300cr (~\$36M) ¹⁹, reflejo de su rápida expansión.
- **Número de tiendas:** ~116 tiendas a inicios de 2024 ²⁰, operando en múltiples ciudades (Bangalore, Delhi, Mumbai, etc.). Planeaban alcanzar ~150 locales para marzo 2025 ²⁰. Actualmente (2025) tendrían un número similar de tiendas que Blue Tokai (~133 vs 116 a fines de 2024) ²¹.
- **Múltiplo EV/Ingresos:** ~8.8× sobre ingresos FY23 (155/17.5) y del orden de ~4–5× sobre el *run-rate* proyectado (usando ~₹300cr) ¹⁹. Valorización implícita por tienda: ~\$1.3–1.4M.
- **Información adicional:** Third Wave (fundada en 2016) ha seguido una estrategia de **crecimiento muy acelerado**, lo que le permitió multiplicar ingresos 4,5× en un año, aunque a costa de pérdidas significativas (₹54cr de pérdida neta en FY23) ¹⁸. WestBridge Capital impulsó su expansión, pero el rápido escalamiento conllevó desafíos: en 2023 sufrió reestructuración gerencial y despidos ¹¹ para corregir el rumbo. Aun así, los inversionistas valoraron la posibilidad de que Third Wave compita por el liderazgo del mercado indio de café fuera del hogar, estimado en \$300M y en rápido crecimiento ²². La valoración de ~\$155M refleja estas altas expectativas de crecimiento en un mercado emergente. Para alcanzar la rentabilidad, Third Wave anunció planes de lograr **EBITDA positivo hacia 2026** mediante un 40% de aumento en ingresos y control de costos (indicativo de un giro hacia la eficiencia) ²³. En resumen, Third Wave ostenta múltiplos altos (~9× ventas) sustentados en su crecimiento explosivo y la apuesta por conquistar cuota de mercado, aunque con el reconocimiento de tener que moderar su burn y **afinar su modelo operativo** para justificar dichas valoraciones en el mediano plazo.

Subko Coffee Roasters (India)

- **Monto levantado:** \$10 millones (Serie B anunciada en marzo 2024) ²⁴, liderados por Nikhil Kamath (cofundador de Zerodha) entre otros inversores destacados ²⁵. Subko había recaudado previamente rondas semilla, totalizando ~\$17M en financiamiento acumulado ²⁶.
- **Valuación más reciente:** ~\$34 millones post-money (2024) ²⁷.
- **Ingresos estimados:** *No divulgados públicamente*. Dado su tamaño (solo 12 puntos de venta) los ingresos actuales serían modestos (posiblemente del orden de low-single-digit millones USD); la valoración refleja más el potencial futuro que métricas actuales.
- **Número de tiendas:** 12 “touchpoints” físicos en 2024 ²⁸ – incluye 4 cafeterías emblemáticas y formatos más pequeños (pop-ups y quioscos). Presencia concentrada en Mumbai con miras a expandirse a otras ciudades de la India.
- **Múltiplo EV/Ingresos:** *Muy elevado*, ya que con valuación ~\$34M y ventas actuales reducidas, el múltiplo implícito superaría fácilmente 10×. En términos de **valor por tienda**, equivale a ~\$2.8M por local, reflejando la apuesta por su concepto único más que el desempeño financiero presente.
- **Información adicional:** Subko (fundada en 2019) se distingue por un enfoque **multi-vertical**: no es solo café, sino también panadería artesanal, chocolatería *bean-to-bar* y hasta un estudio de diseño propio ²⁹. Esta combinación de café de especialidad con productos complementarios de alta gama le permite ofrecer una experiencia diferenciada. La empresa se precia de construir “una marca experiencial exportable” desde India, enfatizando el diseño y la calidad como ejes centrales ²⁹. Sus fundadores promueven un crecimiento “**responsable y calibrado**”, deliberadamente más lento, para garantizar estándares de calidad a escala ³⁰ – en contraste con la expansión agresiva de otras cadenas. La alta valuación (34M) con solo 12 locales sugiere que los inversores están comprando esa visión de marca de lujo global más que métricas convencionales. Además, Subko cuenta con el respaldo estratégico de Kamath (Zerodha) que ve en la marca la posibilidad de liderar con una propuesta distintiva dentro y fuera de India ³¹. En resumen, Subko justifica un múltiplo extraordinario por su **posicionamiento aspiracional** y

modelo de negocio de cuatro verticales, orientado a nichos de alta calidad y con potencial de replicabilidad internacional.

Blank Street Coffee (EE. UU.)

- **Monto levantado:** Aproximadamente **\$125–130 millones** en capital de riesgo (desde su fundación en 2020). Incluye \$25M en Serie A (2021) y ~\$20M en Serie B (2023) ³² ³³, más rondas adicionales que llevan el total por encima de \$100M ³⁴.
- **Valuación más reciente:** ~\$500 millones (estimada a mediados de 2025) ³⁵. Esta valuación se ha multiplicado rápidamente (se reporta que en 2023 era ~\$400M, incrementándose en 2024-25) ³⁶.
- **Ingresos estimados:** No divulgados oficialmente. Se calcula (según tiendas y ticket promedio) que podrían rondar decenas de millones de USD anuales; sin embargo, la empresa aún **no es rentable** y prioriza crecimiento sobre márgenes.
- **Número de tiendas:** 90 locales propios a julio de 2025 ³⁵, distribuidos en ciudades como Nueva York, Boston, Washington D.C. y expansión internacional a Londres y otras urbes del Reino Unido. Blank Street creció de 1 carrito de café en 2020 a 80+ tiendas en cinco años ³⁷, una expansión vertiginosa.
- **Múltiplo EV/Ingresos:** Muy alto – estimativamente en el rango de **>10× ventas**. Tomando hipotéticamente ~\$40M de ingresos, la valuación de \$500M implicaría ~12.5×. En términos de **valor por tienda**, excede los \$5 millones por local, muy por encima de comparables tradicionales.
- **Información adicional:** Blank Street es emblemático del **playbook VC en café**: su modelo de negocios fue diseñado para ser “*venture-backable*”. La empresa opera **cafés de formato pequeño y altamente automatizados**, reduciendo costos operativos (menos personal, locales diminutos) y ofreciendo precios más bajos que la tercera ola típica ³⁸. Apoyada por fondos como Tiger Global y General Catalyst, Blank Street “vende una historia” de escalabilidad tech en retail físico ¹. La propuesta: capturar al cliente urbano joven que busca calidad *asequible* y conveniencia, con locales “Instagram-ready” y estrategias de marketing apoyadas por influencers ³⁹. Esta narrativa sedujo a inversionistas al punto de otorgarle una valuación desproporcionada frente a sus números actuales – reflejando la expectativa de que Blank Street podría convertirse en un “Starbucks 2.0” en mercados desarrollados. No obstante, tales valoraciones han generado escepticismo: analistas señalan que estos múltiplos “*desconectados de los fundamentales*” solo se justifican si el crecimiento exponencial se mantiene y eventualmente llega la rentabilidad ¹. Con el enfriamiento del capital VC en 2023-24, Blank Street enfrenta ahora la presión de demostrar que su modelo de **operaciones simplificadas + automatización** efectivamente produce márgenes superiores a escala, validando su elevado múltiplo de ~10-15× ventas.

GoodNews Coffee (España)

- **Monto levantado:** €11 millones (unos \$11M) en una ronda **Serie A** cerrada en septiembre de 2022 ⁴⁰. Incluyó inversión del fundador de la moda Desigual (Thomas Meyer) y del fondo Barlon Capital, entre otros ⁴¹. En total, incluyendo rondas pre-A, GoodNews suma ~€16-17M levantados ²⁶.
- **Valuación más reciente:** *No divulgada públicamente*. Tras la Serie A, se menciona que la valoración se triplicó respecto a rondas anteriores ⁴², lo que sugiere un orden de magnitud posiblemente en torno a €30–35M (estimación).
- **Ingresos estimados:** No hay cifras oficiales. La empresa es todavía relativamente pequeña; sus ventas provienen de decenas de quioscos de café y canales digitales, por lo que los ingresos anuales podrían estar en pocos millones de euros.

- **Número de tiendas:** 25 puntos de venta (cafés de formato pequeño y kioscos) repartidos entre Barcelona, Madrid y París (a inicios de 2023) ⁴³ . Expansión planeada a Berlín y Ámsterdam en 2023-24 ⁴⁰ .
- **Múltiplo EV/Ingresos:** Elevado, dada la modesta base de ingresos. Si suponemos valuación ~€30M y quizá ~€5M en ventas anuales, el múltiplo sería ~6x; pero estas cifras no son públicas. En **valor por tienda**, implícitamente podría rondar \$1-1.5M por local.
- **Información adicional:** GoodNews (fundada en Barcelona en 2020) ha creado un concepto híbrido de **“coffee + newsstand”**: combina venta de café de especialidad para llevar con la curaduría de prensa y revistas positivas, buscando ofrecer *“buenas noticias”* junto al café ⁴⁴ . Esta propuesta socio-cultural, sumada a su compromiso ético (es una empresa **B-Corp** certificada desde 2023) ⁴³ y campañas contra el trabajo infantil en el origen del café ⁴⁵ , la diferencian de otras cadenas. Tras crecer rápidamente a 21 locales en su primer año y medio ⁴⁶ , GoodNews se posiciona como **marca de lifestyle** más que una simple cafetería. La inyección de €11M en 2022 apuntaló su expansión europea y “triplicó” su valoración respecto a etapas previas ⁴² , señal de la confianza de los inversores en que su enfoque innovador puede escalar. Si bien sus múltiplos de valuación son altos en relación a sus ventas actuales, se explican por su **branding con propósito** (sostenibilidad, positividad) y un modelo replicable en capitales europeas. En 2023 la empresa incluso abrió ronda de **crowdfunding** para involucrar a su comunidad y acelerar lanzamientos en Amsterdam y Copenhague ⁴⁷ ⁴⁸ . La historia de GoodNews demuestra cómo los inversores valoran no solo métricas financieras, sino la *historia* y misión detrás de la marca – factores clave para justificar su valoración.

Proud Mary Coffee (Australia/EE. UU.)

- **Monto levantado:** ~\$1.23 millones vía *equity crowdfunding* (plataforma StartEngine) en 2025 ⁴⁹ . Previo a ello, la compañía había crecido principalmente con financiación propia/familiar; en 2023 incorporó como asesor e inversionista al ex-CEO de Dutch Bros, Joth Ricci ⁵⁰ , pero sin grandes rondas VC tradicionales.
- **Valuación más reciente:** *No pública*. Dado que la recaudación de \$1.23M fue por una fracción minoritaria, se infiere una valuación implícita relativamente moderada (posiblemente en los tensos de millones). Proud Mary sigue mayormente en manos de sus fundadores, evitando una dilución significativa ⁵⁰ ⁵¹ .
- **Ingresos estimados:** \$14 millones anuales (dato reciente reportado por la empresa) ⁵² , con crecimiento ~20% interanual. Además, han superado \$100M en ingresos acumulados desde su fundación ⁵³ , evidenciando una trayectoria sólida.
- **Número de tiendas:** 3 cafeterías emblemáticas – Melbourne (Australia), Portland (Oregón, EE. UU.) y recientemente Austin (Texas, EE. UU.) ⁵⁴ ⁵⁵ . Aparte, la empresa opera tostadores propios y un importante canal mayorista y de comercio electrónico global.
- **Múltiplo EV/Ingresos:** Relativamente bajo en comparación a las otras startups. Si suponemos valuación ~2x ventas (estándar para negocios rentables), podría rondar 2x (\$28M, hipotético). **EV/Revenue real no disponible**, pero es claro que Proud Mary se valora más en línea con sus fundamentales (1-2x ingresos) que con expectativas de alto crecimiento. Valor por tienda (considerando su negocio integrado) no es directamente comparable, ya que gran parte de sus ingresos provienen de tostión y ventas de café en grano a terceros.
- **Información adicional:** Proud Mary, fundada en 2009 en Melbourne por Nolan Hirte, es un **referente de la tercera ola de café** que ha construido marca a través de la calidad extrema en café de especialidad. A diferencia de otras en esta lista, Proud Mary es un negocio **rentable o cercano al breakeven** con “finanzas sólidas” reportadas ⁵² . Su modelo combina cafeterías conceptuales (reconocidas entre las mejores del mundo) con una robusta operación de **tostaduría y venta mayorista** a cafeterías de terceros, además de venta directa online. Esta diversificación le permitió lograr ~\$14M de ingresos con solo 3 locales. La estrategia de

crecimiento de Proud Mary ha sido prudente: entró al mercado estadounidense en 2017 (Portland) replicando su éxito australiano, y ha optado por **no ceder el control a VCs**, recurriendo en 2025 a su base de fans mediante *crowdfunding* para financiar aperturas en nuevas ciudades ⁵⁶. La campaña fue un éxito, alcanzando \$1.23M en 70 días (top 5% de campañas de EE. UU.) ⁵⁷, lo que demostró la lealtad de su comunidad. En esencia, Proud Mary muestra un caso donde la valoración está sustentada en **márgenes y reputación** más que en promesas de hiper-crecimiento: sus múltiplos (~1-2× ventas) son modestos comparados a startups puramente VC, pero acordes a un negocio ya maduro, rentable y de marca reconocida globalmente. Es un modelo de “crecimiento orgánico” que contrasta con el de Blank Street o Blue Tokai, pero igualmente válido para contextualizar valoraciones en el sector.

Otros ejemplos notables

Para completar el panorama, vale la pena mencionar **otras compañías de café emergentes** y sus métricas de valoración:

- **Black Sheep Coffee (Reino Unido):** Cadena fundada en 2013 en Londres, que combinó capital privado y crowdfunding. En 2019, tras levantar £13M, alcanzó una valuación de £109 millones ⁵⁸. Con ~50 tiendas en UK en 2021-22, duplicó ingresos de £10.7M en 2021 a £21.3M en 2022 ⁵⁹, implicando un múltiplo EV/Ventas cercano a 5×. Continuó expandiéndose (69 locales en UK a 2023 ⁶⁰, y presencia en Francia, EAU, Filipinas y EE. UU.) financiando crecimiento vía deuda y equity (£11.5M en 2025) ⁶¹. Aún operaba con pérdidas en su fase de expansión, pero la marca ha retenido el control fundador y aspira a escala global. Su caso muestra un múltiplo más moderado que Blank Street, quizás por un **mercado más saturado** (el británico) y una estrategia de crecimiento más tradicional.
- **Blue Bottle Coffee (EE. UU.):** Aunque ya no es “startup” (fundada 2002), su hito de valuación marcó al sector. En 2017 Nestlé adquirió 68% de Blue Bottle valorándola en **\$700M** ² – cifra impresionante para entonces, considerando que Blue Bottle tenía ~50 locales en EE. UU. y Japón y ~ \$100M en ingresos estimados. Ese múltiplo (~7× ventas) validó la tesis de que las **marcas de café de especialidad con fuerte brand equity** podían alcanzar valoraciones tipo “tecnológicas”. Blue Bottle había levantado >\$100M de VCs antes de la compra ⁶², y su venta catalizó una ola de inversión en el sector (ej. fondos entrando en Philz Coffee, Intelligentsia, etc.). A fines de 2023 se reportó que Nestlé evalúa vender Blue Bottle a una valuación menor (indicando que el mercado ajustó expectativas) ⁶³, pero sigue siendo un ejemplo icónico de múltiplos elevados en café.

Estos ejemplos refuerzan la tendencia: **cuando hay una historia de marca convincente, inversores estratégicos y potencial de escalabilidad**, el mercado ha estado dispuesto a pagar múltiplos EV/Ingresos altos (5×, 10× o más). Sin embargo, a medida que las empresas maduran, esas valoraciones deben respaldarse con rentabilidad real o una clara senda hacia ella.

Conclusiones y aplicación al caso Libertario

El análisis de comparables muestra un rango amplio de múltiplos de valoración en el sector de café de especialidad en crecimiento:

- Las cadenas **con fuerte apoyo de VC** y crecimiento explosivo (Blank Street, Third Wave, Blue Tokai) han conseguido valoraciones de **4× a 10× sus ingresos** y >\$1M de valor por tienda, justificadas por expectativas de expansión acelerada, entrada a nuevos mercados y, en muchos

casos, intangibles de marca/tecnología. Sin embargo, conllevan altas quemaduras de efectivo y el supuesto de que capturarán cuota significativa en un mercado global al alza.

- Startups más **nicho o con enfoque diferencial** (Subko con su modelo integrado, GoodNews con su componente social) también logran múltiplos elevados relativos a su tamaño, ya que los inversores ponen en valor la propuesta única y la posibilidad de replicarla globalmente. Aquí el *storytelling* (diseño, propósito, “experiencia exportable”) juega un rol crucial en la valoración, a veces por encima de métricas tradicionales.
- Empresas **rentables o de crecimiento orgánico** (Proud Mary, algunos casos en UK/Australia) tienden a valoraciones más basadas en fundamentos – múltiplos más bajos (1× a 3× ventas) similares a los de negocios de hostelería consolidados – pero aun así capturan premium de mercado por su marca reconocida, calidad y comunidad leal.

Para **Libertario Coffee Roasters**, que con \$7M de ventas run-rate y 24 locales está todavía en etapa temprana pero con operación internacional, estos comparables ofrecen varias señales para una valoración razonable:

- **Por múltiplo de ventas:** Si la empresa demuestra potencial de crecimiento regional (Latinoamérica/Europa) y una marca diferenciada, podría argumentarse un múltiplo parecido al de Blue Tokai o Third Wave post-Series C, digamos en torno a **4–6× ingresos**. Sobre \$7M, esto implicaría un valor empresa de ~\$28–42 millones. Este rango asumiría que Libertario, al igual que Blue Tokai, está cerca del EBITDA break-even (lo que reduce el riesgo) pero aún tiene un amplio camino de crecimiento por delante en un mercado fragmentado. Un múltiplo más agresivo (ej. >8×) solo se justificaría si Libertario mostrara un plan de expansión acelerada con respaldo de capital significativo, al estilo Blank Street o si operara en un mercado de altísimo crecimiento como Asia – lo cual no parece ser el caso inmediato.
- **Por tienda:** Con 24 tiendas, la **valuación por tienda** implícita en el rango sugerido sería ~\$1.2M (si valor ~ \$30M). Esto es congruente con los ~\$1–1.4M/tienda que vemos en Blue Tokai, Third Wave, GoodNews o Black Sheep. Dado que Libertario opera en 6 países, habría que destacar que sus locales *promedio* quizás generan menos ingreso que un local urbano en Nueva York o Mumbai; sin embargo, su dispersión geográfica también indica capacidad de manejar operaciones internacionales, lo cual suma atractivo. Inversionistas podrían analizar el **EV/tienda vs. margen por tienda**: si Libertario logra unidades rentables o cerca del break-even (lo insinuado para Q1 2026), un valor de ~\$1M+ por tienda puede sustentarse, alineado a múltiplos pagados por cadenas globales emergentes.
- **Otros factores cualitativos:** Libertario deberá apoyar su valuación mostrando su estrategia de crecimiento (¿expansión en franquicias? ¿nuevos mercados?), la fortaleza de su marca de origen colombiano (suponiendo que aprovecha la reputación de Colombia como origen de café), y cualquier elemento diferenciador (¿sostenibilidad, tecnología, comunidad?) que la haga comparable a las historias de éxito mencionadas. Por ejemplo, si Libertario puede demostrar una mezcla de ingresos omnicanal (tiendas + ventas de café en grano online, suscripciones, etc.), su perfil se acercaría al de Proud Mary o Blue Bottle, lo cual justificaría múltiplos más altos por la diversificación. Asimismo, su inminente EBITDA positivo es un **punto a favor** que muchas comparables no tenían en el momento de su mayor valuación – esto puede atraer a inversionistas más conservadores que busquen una cadena de especialidad camino a la rentabilidad, otorgándole quizá un premium moderado.

En síntesis, el mercado de **café de especialidad** ha visto valuaciones muy elevadas impulsadas por la abundancia de capital y el encanto de marcas “culto”. No obstante, hay signos de ajuste: la inversión en foodtech y retail físico se ha vuelto más selectiva desde 2023 ⁶⁴, privilegiando modelos sostenibles. Para Libertario, el *benchmark* de comparables sugiere que puede aspirar a una valoración multiplicando varias veces sus ventas actuales – siempre y cuando articule una narrativa de crecimiento creíble. Un análisis equilibrado situaría la valoración de Libertario en un punto medio del espectro: **por encima de cadenas tradicionales (que cotizan a <1× ventas)** gracias a su posicionamiento de especialidad y expansión internacional temprana, pero **por debajo de los unicornios más sobrecalentados** del sector que cotizaron a >10×, dado su enfoque prudente en rentabilidad. Basándonos en los datos comparativos, justificar una valoración para Libertario en el rango de \$25–35 millones ($\approx 3.5\times$ – $5\times$ su run-rate de \$7M) podría ser razonable, respaldándola con las referencias aquí estudiadas – desde el EV/Revenue de Blue Tokai o Black Sheep ⁵⁹ hasta el per-store de GoodNews o Proud Mary ⁵² – para mostrar a inversionistas que la cifra propuesta **se alinea con las prácticas de mercado** para startups de café con perfil y escala semejante.

Fuentes: Se han utilizado datos de prensa especializada y comunicados de las propias empresas para este análisis, incluyendo World Coffee Portal, TechCrunch, Entrackr, Economic Times, LinkedIn y otros, cuyas referencias específicas se citan a continuación.

- 1 36 64 **The VC-funded playbook for coffee brands - Coffee Intelligence**
<https://intelligence.coffee/2025/08/the-vc%E2%80%91funded-playbook-for-coffee/>
- 2 62 **Nestlé acquires a majority stake in Blue Bottle Coffee at a valuation north of \$700M | TechCrunch**
<https://techcrunch.com/2017/09/14/nestle-acquires-a-majority-stake-in-blue-bottle-coffee/>
- 3 5 8 9 12 **Blue Tokai raises \$25 Mn in a bridge funding round from existing investors**
<https://entrackr.com/news/blue-tokai-raises-25-mn-in-a-bridge-funding-round-from-existing-investors-9776061>
- 4 13 **Blue Tokai Coffee Roasters reaches \$180M valuation, expands globally. | The VC Fellowship posted on the topic | LinkedIn**
https://www.linkedin.com/posts/hirevc_bluetokai-startupnews-venturecapital-activity-7368521017327046656-ngNa
- 6 7 10 11 14 18 20 21 22 **Coffee chain Blue Tokai to go big offline, sets target of 80-90 outlets each year**
<https://www.moneycontrol.com/news/business/startup/coffee-chain-blue-tokai-to-go-big-offline-sets-target-of-80-90-outlets-each-year-12908505.html>
- 15 16 17 **Decoding Third Wave Coffee's Series C round, captable and valuation**
<https://entrackr.com/2023/12/decoding-third-wave-coffees-series-c-round-captable-and-valuation/>
- 19 **Third Wave bags \$35 mn, chases Starbucks' store expansion rate**
<https://www.thearcweb.com/article/third-wave-bags-35-mn-creaegis-westbridge-funding-starbucks-store-expansion-5NgNx57l4aOyFRw>
- 23 **Invest In Third Wave Coffee Stock | Buy Pre-IPO Shares | EquityZen**
<https://equityzen.com/company/thirdwavecoffee/>
- 24 25 27 28 29 30 31 **subko funding nikhil kamath: Specialty coffee startup Subko secures \$10 million in funding led by Zerodha's Nikhil Kamath - The Economic Times**
<https://economictimes.indiatimes.com/tech/funding/specialty-coffee-startup-subko-secures-10-million-in-funding-led-by-zerothas-nikhil-kamath/articleshow/108783425.cms?from=mdr>
- 26 **GoodNews 2026 Company Profile: Valuation, Funding & Investors**
<https://pitchbook.com/profiles/company/496243-45>
- 32 33 34 38 **How Blank Street is venture backable | TechCrunch**
<https://techcrunch.com/2023/04/19/blank-street-venture-backed-coffee/>
- 35 39 **Blank Street Coffee - Wikipedia**
https://en.wikipedia.org/wiki/Blank_Street_Coffee
- 37 **Big congratulations to the Quince team on raising their Series C! When I met the team in 2021 for the Series A (via an intro from Lan Xuezhao at Basis Set), I was immediately impressed with Sid... | Hans Tung | 25 comments**
https://www.linkedin.com/posts/hans-tung_big-congratulations-to-the-quince-team-on-activity-7290458767463268353-rS6r
- 40 43 45 **Spain's GoodNews attains B Corp certification**
<https://www.worldcoffeeportal.com/news/spains-goodnews-attains-b-corp-certification/>
- 41 42 44 46 **Barcelona-based GoodNews raises €11 million to scale its socio-cultural coffee movement | EU-Startups**
<https://www.eu-startups.com/2022/09/barcelona-based-goodnews-raises-e11-million-to-scale-its-socio-cultural-coffee-movement/>
- 47 48 **GoodNews commences crowdfunding to facilitate European expansion**
<https://www.worldcoffeeportal.com/news/goodnews-commences-crowdfunding-to-facilitate-european-expansion/>

49 52 53 54 55 **Invest in Proud Mary Coffee – Proud Mary Coffee USA**

https://proudmariycoffee.com/pages/invest?srsId=AfmBOoeiCdZDp8G8wODtArWes_fVqgAcXq4nIckgmWaRBgszw3fOBDY

50 56 **Australia's Proud Mary pressing ahead with US expansion after successful fundraiser**

<https://www.worldcoffeeportal.com/news/australias-proud-mary-pressing-ahead-with-us-expansion-after-successful-fundraise/>

51 58 59 60 61 **Black Sheep Coffee - Wikipedia**

https://en.wikipedia.org/wiki/Black_Sheep_Coffee

57 **With Maverick Brands' Strategy, Proud Mary Coffee Reaches \$1.23M in Crowdfunding - California Business Journal**

<https://calbizjournal.com/with-maverick-brands-strategy-proud-mary-coffee-reaches-1-23m-in-crowdfunding/>

63 **Fan Bi's Post - LinkedIn**

https://www.linkedin.com/posts/fanbi_nestl%C3%A9-is-exploring-a-sale-of-blue-bottle-activity-7404939283515486208-3Ljy