



*Simplemente buen café. Simplemente cafecito.
De Argentina al mundo.*

Presentación a Inversores · 08.2026 · Confidencial

+71%

VOLUMEN TOSTADO 2025 · VS -13% TORRADO

"El argentino consume especialidad en cafeterías — pero en góndola, se lleva torrado."

La categoría existe en la taza. No existe en la góndola, en las oficinas, en cápsulas ni en suscripciones. El consumidor y el producto están listos, el canal es incipiente.

16% → 26,5%

Share Café tostado molido en góndola · 2024→2025 — quiebre estructural, 29,4% Sep-25

~2,0x

Premium de precio \$/kg vs torrado

+51%

Grano entero 2025

Canal de mayor crecimiento: proximidad e independientes — +98% YoY

~250–300 cafés de especialidad

En Buenos Aires. Casi cero especialidad en góndolas de retail.

400+ potenciales puntos de venta B2B (acuerdo comercial)

Mayorista B2B con espacio para ganar share (integración comercial con proveedor de máquinas de especialidad).

Cápsulas de especialidad: ≈ 0

El mercado argentino de cápsulas está dominado por torrado. La ventana de first-mover está abierta hoy.

Drip bags y suscripciones: incipientes

Canales DTC con bajo CAC e ingresos recurrentes — construyendo desde cero.



El café de especialidad en Argentina dejó de ser un nicho — es un cambio cultural. El contexto económico funciona como filtro de calidad: los operadores débiles cierran, las marcas auténticas se consolidan.



CANALES ADYACENTES — SIN EXPLOTAR

- Retail: drip bags, grano entero, molido — especialidad en góndola incipiente
- Cápsulas de especialidad: prácticamente ausentes del retail argentino
- Mayorista B2B: hoteles, restaurantes, oficinas — penetración mínima
- E-commerce y suscripción: Bajo CAC, escalabilidad y fidelización de cliente

INSIGHTS

- Café tostado +71% YoY 2025 vs -13% torrado — la premiumización es estructural
- 42% de los argentinos consume café regularmente. Los consumidores habituales toman en promedio 2,5 tazas por día. Argentina consume alrededor de 1 kg de café per cápita al año, muy por debajo de mercados maduros — Brasil y Europa rondan los 5–6 kg, y los países nórdicos 8–10 kg. El espacio de crecimiento y premiumización es estructural.
- 250–300 cafés de especialidad en Buenos Aires — la ola está madurando y el sector entra en consolidación
- El café resiste la recesión — uno de los últimos placeres que el consumidor recorta



QUÉ ES CAFECITO

"Una marca de café premium verticalmente integrada — desde el productor en origen, hasta el consumidor final."

CADENA DE VALOR



TRES PILARES

LIFESTYLE

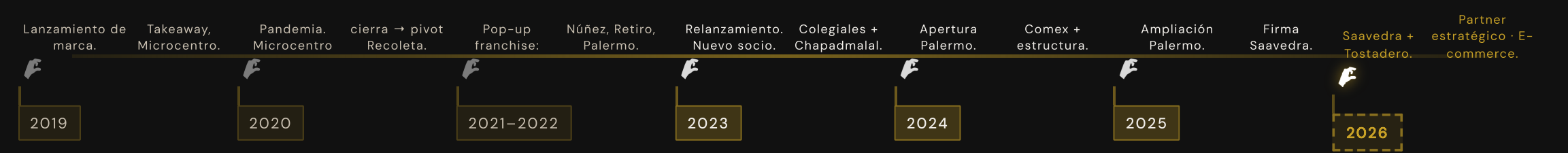
7+ años construyendo marca. Pionero del takeaway de especialidad en Argentina. Auténtico — no fabricado.

CALIDAD

Tostadero propia (modular, expandible). Score 80+. Sourcing directo de origen propio — Partner estratégico con +600 Ha en Quindío.

ESCALABILIDAD

5 streams de ingresos. Omnicanal: Mayorista B2B, retail, e-commerce, franquicias y puntos de venta.



RESILIENCIA PROBADA

Sobrevivimos pandemia, cierre del microcentro y los ciclos económicos argentinos — cada vez encontrando un modelo más sólido.

ESCALA ACTUAL

3 locales rentables (Colegiales, Palermo, Chapadmalal) + depósito propio + estructura administrativa y comercial consolidada.

2026: HITO DE ESCALA

Saavedra + tostadero propio + e-commerce = integración vertical completa. La plataforma para escalar.



USD 638K

Facturación — LTM
(todos los locales)

USD 8,60

Ticket promedio ponderado
todos los locales

~2.060 *

Transacciones promedio/mes
por local

USD 4.370

Facturación promedio/m²/año
todos los locales

* Local temporal abierto ~100 días/año — no comparable con unidad permanente.

UNIT ECONOMICS — DATOS REALES · LTM

LOCAL	M²	FACTURACIÓN	TICKET PROM.	FACT/M²/AÑO	FTE
Palermo	85m²	USD 382K	\$8.08	\$4,779	9
Colegiales	40m²	USD 167K	\$6.74	\$4,166	~4,5
Chapadmalal — temporada	12m²	\$90K/temp	\$11.81	\$7,500/m²	—

MÉTRICAS OPERATIVAS

TAZAS / DÍA

Palermo 180

Colegiales 115

Chapadmalal 150

por local · Chapa en temporada

MIX DE PRODUCTO

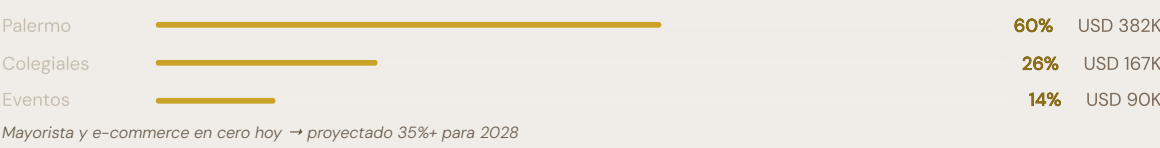
Café 53%

Pastelería 27%

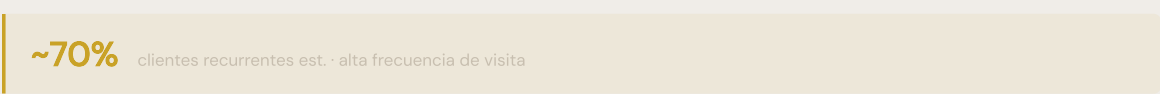
Cocina 14%

por familia · resto: insumos/otros

FACTURACIÓN POR LOCAL



TRACCIÓN DE MARCA + RECURRENCIA

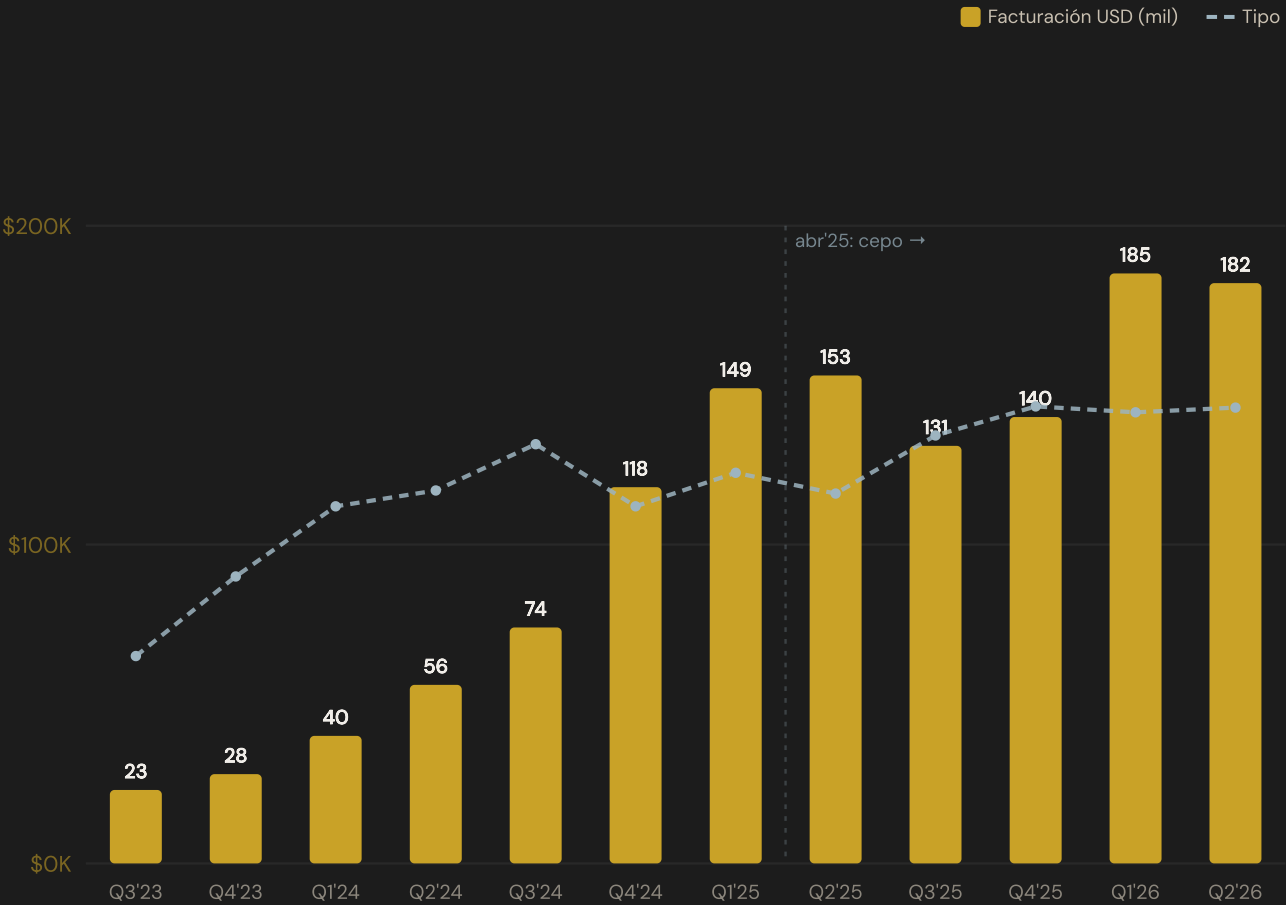


- Marcas reconocidas — eventos y colaboraciones
- Referentes del streaming (orgánico)
- Partner oficial torneo de surf ASA (Asociación de Surf Argentina)



CRECIMIENTO SOSTENIDO

7,9× acumulado · LTM US\$ 638K · modelo en dólares



US\$ 638K

Facturación LTM · últimos 12 meses

7,9×

crecimiento acumulado · +688% · CAGR ~112%

US\$ 1,28M

facturación acumulada · 12 trimestres

~70%

ROE 2025 · retorno sobre patrimonio · capital-light

(1) USD al dólar accesible de cada período: CCL hasta la salida del cepo (abr 2025), oficial mayorista (A3500) después · trimestres calendario.
(2) Algunos trimestres incluyen la operación estacional (Chapadmalal, sólo temporada); su cierre fuera de temporada explica parte de la baja trimestral — no es caída del negocio de base.
(3) Crecimiento acumulado = variación entre extremos · CAGR = tasa de crecimiento anual compuesta.

LAYOUT DEL LOCAL



UNIDAD OBJETIVO — EL LOCAL QUE REPLICAMOS

Superficie	85 m²
FTE	9
Tazas / día	~180
Ticket promedio	USD 8.08 *
Capex de apertura	USD 65K **
Payback	9 meses

UNIT ECONOMICS PROBADOS — EN 3 LOCALES OPERATIVOS

6–8 m² por empleado · eficiencia laboral	USD 28–38K facturación por FTE / año	2–3 tazas/día por m² · CABA	9 m payback por unidad abierta
---	---	--------------------------------	-----------------------------------

* Ticket promedio UDM (últimos 12 meses); ticket actual USD 9,20.
** Capex de apertura 2024, en dos etapas por la ampliación.

EERR DEL FRANQUICIADO POR M² / AÑO (USD)



* Economía del franquiciado · mercadería incluye compras a Cafecito

PAYBACK DEL FRANQUICIADO



01

LOCALES PROPIOS + FRANQUICIAS

ACTUALIDAD

Buenos Aires: Colegiales + Palermo + Chapadmalal (temporada Dic–Abr).

PRÓXIMOS PASOS

Aperturas: Saavedra · San Isidro (pop up store) · José Ignacio (UY). Largo plazo: capacidad productiva para abastecer el crecimiento / Masterfranchise: expansión regional.

→ Core de marca y cashflow

02

TOSTADERO Y MAYORISTA B2B

ACTUALIDAD

Apertura Septiembre 2026 · Capacidad productiva 1.900 kg mensuales · Revenue USD 30 x Kg. Potencial alianza estratégica de equipamiento · +400 puntos de venta activos. Socio estratégico en Origen — Productor 600 Ha. Quindío.

PRÓXIMOS PASOS

Escalabilidad modular, M² suficientes para fuerte expansión de capacidad instalada.

→ Mayor upside de crecimiento

03

RETAIL

ACTUALIDAD

Prueba piloto: cuartos de café en tiendas especializadas.

PRÓXIMOS PASOS

Grano entero, molido, drip bags, cápsulas de especialidad — prácticamente ausentes en retail argentino. Supermercados boutique, tiendas especializadas y cadenas.

→ Recurrente · Marca en góndola

04

E-COMMERCE Y SUSCRIPCIÓN

ACTUALIDAD

Lanzamiento web www.cafecito.com.ar. DTC: café, merch, equipos. Ticket promedio USD 25. Programa de lealtad + suscripción.

PRÓXIMOS PASOS

Crecimiento exponencial, comunicación y crecimiento de mix de producto.

→ Alto margen · Bajo CAC · Lealtad de clientes

05

LOCALES DE TEMPORADA

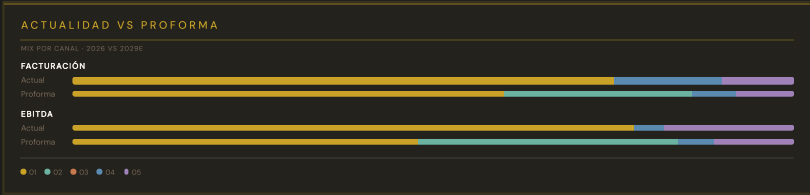
ACTUALIDAD

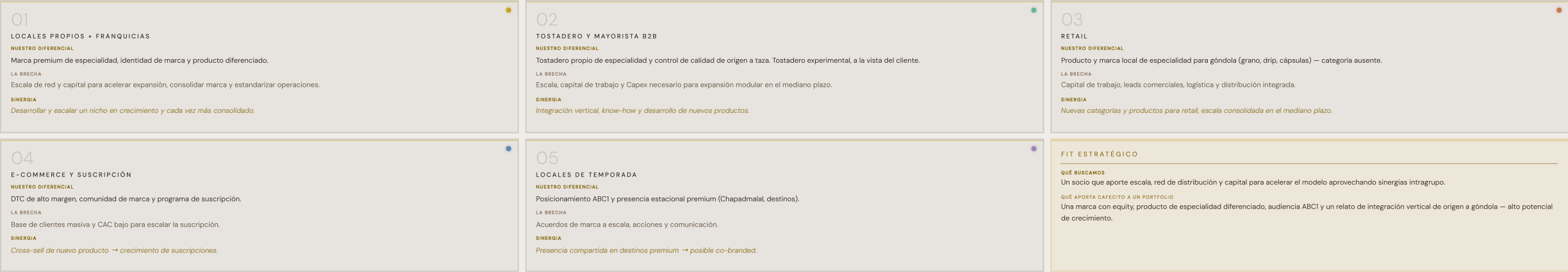
Chapadmalal (Dic–Abr). Destinos premium. Alquileres variables, posicionamiento ABCI, cobrandings.

PRÓXIMOS PASOS

José Ignacio (UY). Ingresos por acuerdos de marca.

→ Desestacionaliza el negocio de café + posicionamiento ABCI







¹ RetailScan / Scentia Sep'25 + est. HoReCa · ² Worldpanel / Euromonitor · ³ Deep Market Insights, 2025



"La industria de café de especialidad en Argentina tiene buenos cafés. Pero ninguno está verticalmente integrado, es omnicanal y está liderado por marca a la vez. Esa es la silla que vamos a ocupar."

CAPACIDAD	CUERVO	RITA	FUEGO / NEGRO	PUERTO BLEST	CABRALES	CAFECITO
Tostadero propio	✓	~	✓	✓	✓	✓
Origen directo (partner estratégico)	✗	✗	✗	✓	✓	✓ Origen directo
Mayorista B2B especialidad	✓	✗	✓	✓	✓	✓ lanzando
Retail / drip bags / cápsulas	✗	✗	✓	✗	✗	✓ especialidad
Brand equity de lifestyle	✓	✗	✗	✗	✗	✓ 7 años
Presencia temporada	✗	✗	✗	✗	✓	✓ Chapadmalal
Plan de expansión internacional	✗	✗	✗	✗	✓	✓ UY 2027

✓ establecido · ~ parcial / incipiente · ✗ ausente. Fuentes: sitios de las empresas, Euromonitor 2024, La Nación 2025, mapeo interno.



PLAN DE EXPANSIÓN

"El flagship de Palermo validó el product-market fit. La próxima fase: integración vertical, mayorista y expansión vía franquicias — crecimiento sin capex de locales propios."

PLAN BASE Ejecutable **sin la inyección de capital** — es el plan que sostiene la valuación pre-money. La ronda habilita unidades de negocio adicionales, no este plan.

2026

PRESENTE

- Tostadero Saavedra — operativo, capex final de equipamiento
- Importación de café verde
- Mayorista: primeros clientes B2B
- Crecimiento e-commerce
- Diseño y documentación del modelo de franquicia

2027

ESCALA

- Primeras 2 franquicias
- Mayorista: ~9.100 kg/año (~760 kg/mes) · acuerdo comercial con partner de equipamiento (400+ máquinas instaladas)
- E-commerce como unidad independiente

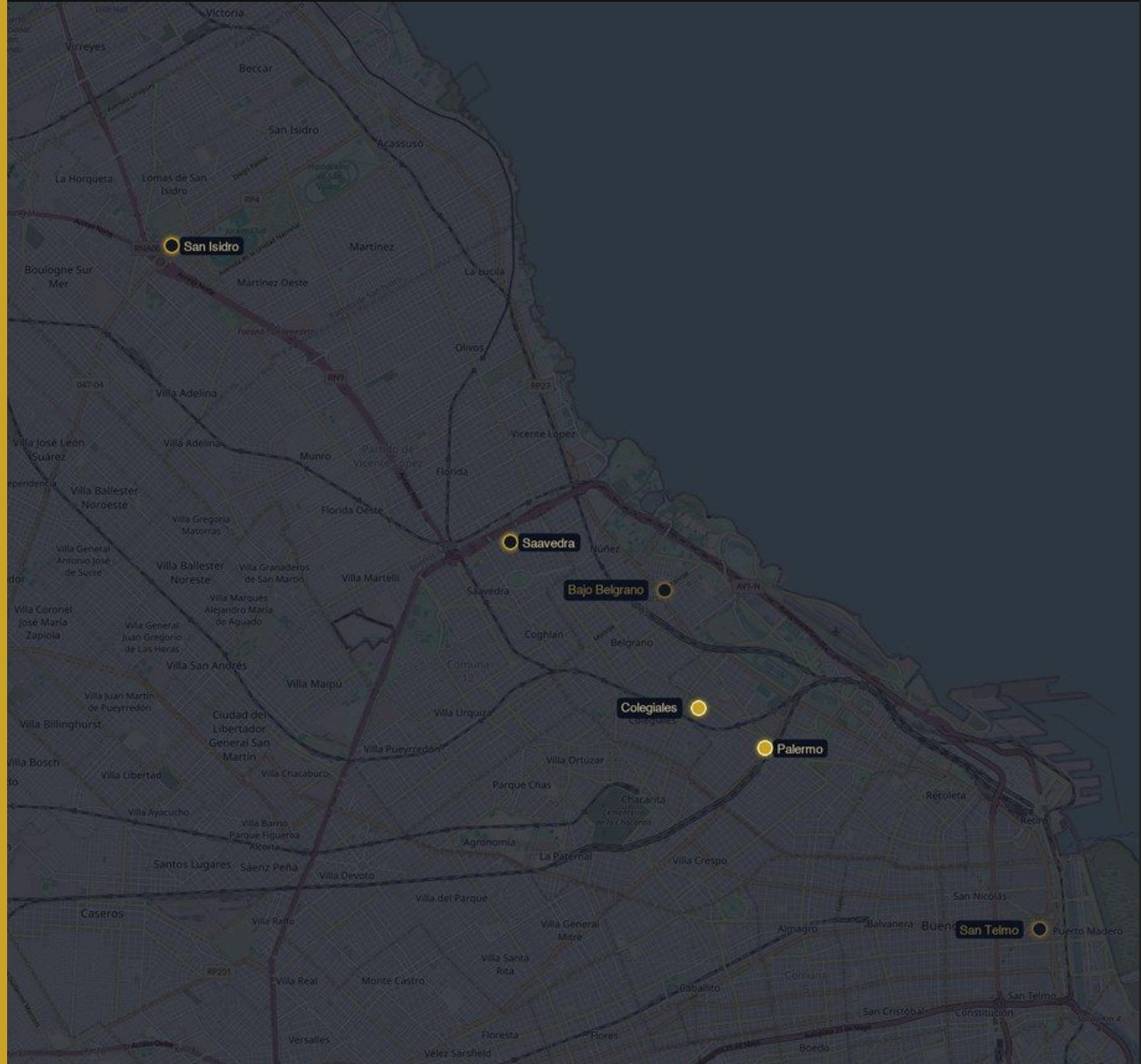
2028 – 31

CONSOLIDACIÓN

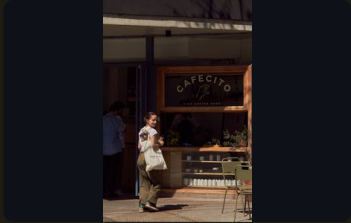
- Red de franquicias: 10 locales operativos a 2031
- Mayorista ~22.800 kg/año (~1.900 kg/mes) — capacidad actual del tostadero, sin ampliación asumida
- Rollout de productos retail

LOCACIONES

● Activo ○ Firmado 2026 ○ Pipeline



ACTIVOS



Colegiales
Zapata 500



Palermo
Charcas 4999



Chapadmalal
Ruta 11 Km 541

2026 — FIRMADOS

Saavedra
Pinto 4673
Tostadero · Local · Centro de producción · HQ

San Isidro
Blanco Encalada 48
Pop-up · Martha multimarca

PIPELINE

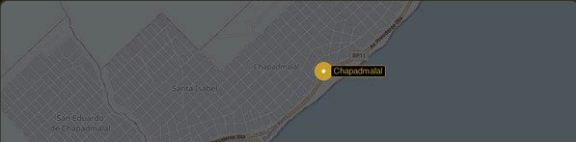
José Ignacio Plaza central · local nuevo UY

Bajo Belgrano Monroe y Migueletes CABA

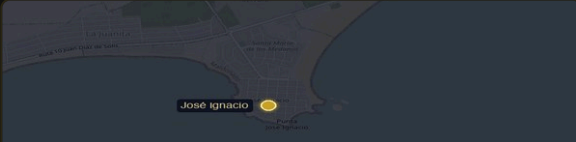
San Telmo / Monserrat Locación potencial CABA

Proyecto Plazas Buenos Aires — formato kiosko en plazas públicas (en evaluación)

LOCACIONES DE TEMPORADA



Chapadmalal
Ruta 11 Km 541 · dic-abr



José Ignacio · UY
Plaza central · futuro



EL EQUIPO

7+ años construyendo marca con las manos en la masa.

**SANTIAGO GOREN
ANTUÑA**

Co-Fundador

Abogado. Fundó CAFECITO en 2019. Pionero del takeaway de especialidad en Argentina — concepto traído de Australia. Visión, ADN de marca y foco en operaciones y RRHH.

JUAN ZUBIZARRETA

Co-Fundador

6 años Corporate Banking & DCM — Relationship Manager Itaú BBA. 3 años CFO Delta Patagonia (Downstream O&G). MBA IAE. Gran conocimiento de mercado argentino. Ingreso a la marca en 2023.

ALEXIS PARRA

Co-Fundador

Ingeniero. Marketing y brand design. Identidad visual, diseño de producto, presencia digital.

EZEQUIEL PEREIRA

Co-Fundador

Emprendedor. Dueño de Presidente Bar. Operaciones gastronómicas y red de contactos en la industria.

DAVID BEDOYA · SOCIO ESTRATÉGICO · @DA_VIDA.CO

Productor y exportador colombiano de especialidad y tradicionales

~600 Ha en Quindío · Red de exportación que llega a Asia — asegura suministro, habilita presencia multi-mercado desde origen.

MÉTRICAS CLAVE

MÉTRICA	2026 ^(6M)	2027	2028	2029	2030	2031
Facturación Total	\$489K	\$1,28M	\$1,44M	\$1,65M	\$1,75M	\$1,88M
EBITDA	\$24K	\$130K	\$157K	\$247K	\$276K	\$343K
Margen EBITDA	4,9%	10,1%	10,9%	14,9%	15,8%	18,2%
Free Cash Flow	(\$17K)	\$47K	\$94K	\$173K	\$208K	\$273K
Mayorista (kg/año)	0	9,120	14.880	19.920	21.720	22.800

Plan base: solo franquicias, sin capex de locales propios. Mayorista limitado a la capacidad actual del tostadero (~1.900 kg/mes) — sin ampliación asumida. No incluye ninguna mejora habilitada por esta ronda.

EERR PRO-FORMA

CONCEPTO	2026 ^(6M)	2027	2028	2029	2030	2031
Ingresos Totales	\$489K	\$1,28M	\$1,44M	\$1,65M	\$1,75M	\$1,88M
— Mercadería	(\$148K)	(\$409K)	(\$496K)	(\$573K)	(\$614K)	(\$647K)
Utilidad Bruta	\$342K	\$873K	\$944K	\$1,08M	\$1,14M	\$1,23M
Margen Bruto	70%	68%	66%	65%	65%	66%
— Nómina	(\$216K)	(\$482K)	(\$492K)	(\$502K)	(\$512K)	(\$522K)
— Alquileres	(\$33K)	(\$70K)	(\$72K)	(\$73K)	(\$75K)	(\$76K)
— Marketing & Admin	(\$69K)	(\$191K)	(\$224K)	(\$256K)	(\$273K)	(\$292K)
EBITDA	\$24K	\$130K	\$157K	\$247K	\$276K	\$343K
Margen EBITDA	4,9%	10,1%	10,9%	14,9%	15,8%	18,2%
— Impuestos	\$0	(\$6K)	(\$18K)	(\$28K)	(\$32K)	(\$34K)
— Capex	(\$34K)	(\$41K)	(\$22K)	(\$26K)	(\$26K)	(\$30K)
— Capital de trabajo	(\$7K)	(\$35K)	(\$23K)	(\$20K)	(\$9K)	(\$6K)
Free Cash Flow	(\$17K)	\$47K	\$94K	\$173K	\$208K	\$273K

CONCEPTO	MONTO	%
Capital de trabajo	~\$120K	43%
Inventario de café verde	\$50K	
Packaging retail	\$20K	
Caja, recursos y marketing	\$50K	
Capex — tostadero y equipamiento	~\$120K	43%
Cancelación de deuda de corto plazo aplicada a capex ya ejecutado *	\$80K	
Capex final de equipamiento	\$40K	
Salida parcial de socios **	~\$40K	14%
TOTAL	\$280K	100%

* Esta deuda financió parte del capex del tostadero — un activo productivo de vida larga pagado con deuda de corto plazo al ~30% anual. No financió pérdidas: el negocio fue rentable en todo el período. Esta ronda corrige el descalce y libera intereses futuros.

** Cuentas con socios sin documentar — informado como liquidez parcial de fundadores. El pre-money se calcula neto de este monto.

ESTRUCTURA Y RUNWAY

- **43% a capital de trabajo, 43% a capex.** Del capex, USD 80K cancelan la deuda de corto plazo que financió **parte** del tostadero — un **descalce de plazos**: un activo de vida larga financiado al **30% anual**. El activo queda, la deuda cara se va y **se liberan intereses futuros**
- **El plan base no depende de esta ronda** — la expansión por franquicias no requiere capex propio y se autofinancia desde 2027 (FCF +USD 47K)

LO QUE HABILITA ESTA RONDA

- **Capital de trabajo para rodar el negocio** — inventario de café verde, packaging y caja operativa: el cuello de botella real de hoy
- **Entrada a retail** — primeros SKUs en góndola, financiados con packaging e inventario de verde
- **E-commerce** — capital de trabajo para sostener el crecimiento del canal
- **Representación comercial** — marcas de equipamiento en consignación para hotelería: bajo requerimiento de capital

Esta ronda deja a la compañía operativamente sólida; no financia la ampliación de capacidad. Subir el techo del tostadero (USD 50–60K) es **capex futuro** — se financiaría con una ronda posterior o capitalizando flujo operativo. Ninguna de estas unidades está en las proyecciones.



USD 280K

Fondos requeridos

20%

Equity ofrecido

USD 1,12M

Valuación pre-money

VALUACIÓN

- DCF: enterprise value **USD 1,26M** (WACC 17,5%, LTGR 3%) menos USD 140K de deuda neta = **USD 1,12M pre-money**
- Múltiplos forward: ~1,1x facturación 2027 · **<1x facturación 2028** · ~11x EBITDA 2027
- Valuado sobre el **plan base solamente** — sin ampliación de mayorista, sin retail, sin ninguna mejora derivada de esta ronda
- No es una startup: 7 años de operación, rentable, tostadero propio, USD 638K de facturación LTM

ESTRUCTURA PROPUESTA

- **Acciones ordinarias** del holding — ronda priceada, no convertible
- **Primera de dos rondas.** Una segunda ronda financiará mayorista y retail a escala, ya sobre EBITDA probado
- **Derecho de suscripción preferente** — el inversor puede mantener su participación en la próxima ronda
- **Asiento de directorio o veedor** — buscamos un socio que aporte criterio, no solo capital
- Mayoría fundadora en el directorio · management en el equipo actual
- Protecciones de minoritario: derechos de información trimestrales · tag-along

CAP TABLE PRO-FORMA

ACCIONISTA	%
Socios fundadores Juan Zubizarreta · Santiago Goren Antuña · Alexis Parra · Ezequiel Pereira · Jerónimo Martín Valera	80,0%
Nuevo inversor	20,0%
TOTAL	100,0%

Ilustrativo.

TASA DE DESCUENTO (WACC)

Tasa libre de riesgo (US 10Y)	4.20%
β sector × ERP (0,48 × 6,5%)	3.12%
Riesgo País (EMBI Argentina)	4.25%
Prima tamaño / Pyme	6.00%

Ke ≈ WACC 4,20 + 3,12 + 4,25 + 6,00 = ~17.5%

Modelo de spread soberano Goldman Sachs (CAPM + riesgo país). β 0,48 (ref. industria) · ERP 6,5% · EMBI Q1 2026. Balance casi sin deuda → Ke ≈ WACC. Sensibilidad 16–20%.

METODOLOGÍA DE VALUACIÓN

Método principal	DCF (2026–2037)
Enterprise value (DCF)	USD 1,26M
– Deuda financiera de corto plazo	(USD 100K)
– Salida parcial de socios	(USD 40K)
EV / facturación 2027E	~1,0x
EV / EBITDA 2027E	~9,7x

Valor equity pre-money USD 1,12M

POR QUÉ ESTA VALUACIÓN ES DEFENDIBLE

- Valuado sobre el **plan base solamente** — franquicias, sin ampliación de mayorista, sin retail, sin mejoras derivadas de esta ronda
- El riesgo país Argentina (EMBI) ya captura la volatilidad macro — sin descuento adicional
- Comparables de F&B / café de especialidad transan a 10–14× EBITDA
- Múltiplo forward ~1,0x facturación 2027 · <1x 2028 · FCF positivo desde 2027

ESCENARIO — NO INCLUIDO EN ESTA VALUACIÓN

Si el mayorista se despliega

Capex de capacidad	USD 60K
Mayorista 2031	1.900 → 8.000 kg/mes
EBITDA 2031	\$343K → ~\$865K

Enterprise value ~USD 3,6M

Referencia: dos tostadores de especialidad locales operan a ~15.000 kg/mes sin presencia en retail. Ésta es la base de la segunda ronda — no de ésta.

ESCENARIO	AÑO	BASE	EV DE SALIDA	RETORNO (20%)	DIVIDENDOS ACUM.	MOM	TIR
Caso base	2031 (5a)	8× EBITDA 2031	USD 2,75M	USD 549K	USD 159K	2,5x	~22%
Upside I	2031 (5a)	10× EBITDA 2031	USD 3,43M	USD 687K	USD 159K	3,0x	~27%
Upside II	2031 (5a)	12× EBITDA 2031	USD 4,12M	USD 824K	USD 159K	3,5x	~30%

La TIR incluye dividendos (20% del flujo de caja libre 2027–2031, USD 159K acumulados) más el retorno de salida. Sin dividendos, el caso base rinde ~14%. Múltiplos de salida 8–12× contra un rango de industria de 10–14× (F&B M&A Report, 2023–2024). Todas las cifras sobre el plan base — la ampliación de mayorista y retail no están incluidas.

EV (DCF)
USD 1,26M

→

Pre-money
USD 1,12M

Menos USD 140K de deuda neta
USD 280K · 20% del equity · post-money USD 1,4M

Por qué este pre-money. Un negocio probado — 7 años, rentable, tostadero propio — valuado estrictamente sobre el plan base: solo franquicias, mayorista limitado a la capacidad actual, sin retail y sin ninguna mejora derivada de esta ronda. El plan no depende de la inyección: no requiere capex de locales propios y da flujo de caja libre positivo en 2027. Lo que compra esta ronda es un balance sano y el capital de trabajo para destrabar unidades que no están en esta valuación. Es la primera de dos rondas.

ÚLTIMAS TRANSACCIONES INTERNACIONALES

- Chobani → La Colombe **\$900M** (2023) · ~3× revenue — marca auténtica + RTD + cafés*
- Nestlé → Blue Bottle **\$700M** (2017) · ~7× revenue — marca premium + DTC**
- JAB → Stumptown + Intelligentsia → **USD 16B** conglomerate***

OPCIONALIDAD DE SALIDA — ARGENTINA

- **Inverlat** — grupo inversor local, activo en M&A de consumo
- **Café Martínez** — cadena líder local, extensión natural hacia especialidad
- **La Virginia** — marca masiva en busca de premiumización
- **Arcor** — el mayor grupo F&B, M&A activo, extensión natural de categoría

Es un negocio durable y generador de caja — autofinanciable desde 2027. La salida es opcionalidad, no la tesis. Pero si llega, los compradores van a necesitar brand equity auténtico que toma 5–7 años construir: nuestra ventaja de 7 años + lock de origen + comunidad es exactamente lo que creemos que comprarían.

* WSJ / Bloomberg, ene. 2023. Revenue La Colombe ~\$300M est. (Bloomberg Intelligence)
** Nestlé press release, sep. 2017. Revenue Blue Bottle ~\$100M est. al momento de la adquisición
*** Bloomberg, 2022–2023. Portafolio JAB Holding: Stumptown (2015), Intelligentsia (2015), Peet’s, Caribou.



FX Y MACRO ARGENTINA

Devaluación del peso, controles a la importación, inflación erosionando ingresos en pesos cuando los costos están en USD (café verde, packaging).

MITIGACIÓN

Conocimiento del mercado financiero. Precios en USD ajustan a los 30 días promedio. Márgenes altos en retail soportan devaluaciones. Ciclo de conversión de caja corto. Stock dolarizado. Hedge disponible si necesario (NDF / Futuros). Experiencia en control de cambios y canal habilitado desde épocas con cepo. El café no se produce en Argentina — bajo riesgo ante cierre comercial o protección regional.

CONCENTRACIÓN EN PERSONAS CLAVE

4 co-fundadores, equipo lean. Perder a cualquier fundador frenaría la ejecución materialmente.

MITIGACIÓN

Los fondos de la ronda financian 2–3 contrataciones senior (Head of Wholesale, Operations Lead). Seguro de key person sobre fundadores en caso de ser solicitado. SOPs documentados para operación de cafés (ya listo para franquiciar).

COMPETENCIA QUE SE PONE AL DÍA

Cabrales, Arcor o un jugador internacional lanza una línea de especialidad / adquiere a un competidor.

MITIGACIÓN

Esa es la tesis de salida — van a necesitar brand equity auténtico, que toma 5–7 años. Nuestra ventaja de 7 años + lock de origen + comunidad = exactamente lo que ellos terminan comprando.

EJECUCIÓN DEL RAMP MAYORISTA

El plan 2027 asume 9.120 kg mayoristas (~760 kg/mes) partiendo de cero. Requiere construir una motion comercial B2B que no corrimos todavía a escala.

MITIGACIÓN

Pipeline de 400 máquinas ya mapeado. 10% de conversión = target. Reps a comisión únicamente (sin capex).

SUMINISTRO DE CAFÉ VERDE / ORIGEN

Clima en Colombia, demoras de shipping, retenciones en aduana argentina podrían interrumpir el ritmo de tostado.

MITIGACIÓN

Relación directa con productor + ~600 Ha de producción propia. Stock de seguridad de 3 meses en Saavedra. Importadores backup (Brasil, Etiopía) calificados.

VELOCIDAD DE ADOPCIÓN DE CÁPSULAS / DRIP BAGS

El consumidor argentino podría adoptar especialidad en retail más lento de lo proyectado — podría correr la inflexión DTC de 2027 a 2028.

MITIGACIÓN

El caso base NO depende de cápsulas — son upside. Café + mayorista solos llegan a la inflexión de EBITDA en 2027. Las cápsulas se lanzan recién cuando el piloto valide márgenes.

LA PALANCA Un capex de capacidad de **USD 60K** lleva el tostadero de 1.900 a ~10.000 kg/mes. **No forma parte de esta ronda** — se financiaría con una ronda posterior o capitalizando flujo. Este escenario usa solo **8.000**, y la valuación base no asume **nada** de esto.

PROYECCIONES — MAYORISTA DESPLEGADO

MÉTRICA	2027	2028	2029	2030	2031
Mayorista — base (kg/mes)	760	1.240	1.660	1.810	1.900
Mayorista — escenario (kg/mes)	1.980	3.985	5.930	7.300	8.000
Facturación total	\$1,60M	\$2,16M	\$2,80M	\$3,26M	\$3,59M
EBITDA	\$227K	\$381K	\$603K	\$743K	\$873K
Margen EBITDA	14%	18%	22%	23%	24%

EBITDA 2031 del plan base: \$343K. Margen de contribución 31% (venta USD 23/kg – 14,5 de costo – 6% comercial y logística). No incluye retail ni representación comercial.

POR QUÉ ES ALCANZABLE

- **Referencia de mercado:** dos tostadores de especialidad locales operan a ~15.000 kg/mes — y todavía no están en retail. 8.000 kg/mes es aproximadamente la mitad de lo que el mercado ya absorbe.
- **Canal identificado:** acuerdo comercial con partner de equipamiento sobre 400+ puntos de venta instalados.
- **Sigue siendo un microtostadero:** 96 toneladas/año contra un mercado HoReCa + retail que se mide en miles.
- **La restricción es comercial, no industrial** — la capacidad es una decisión de USD 60K; el ramp depende de la ejecución.

USD 3,6M

Enterprise value en este escenario

2,9×

vs. valuación base (USD 1,26M)

Este anexo no forma parte de la valuación de la ronda. La compañía se valúa en USD 1,12M pre-money solo sobre el plan base. Este escenario es la base sobre la que se estructuraría una segunda ronda — se muestra para que el inversor dimensione el upside que está comprando, no para justificar el precio de hoy.

CAFECITO

TINY COFFEE SHOP

No es solo una marca de café.

Es una marca de lifestyle que también vende café.

Estamos construyendo la plataforma de café de especialidad para Argentina y la región.

NOS GUSTARÍA CONSTRUÍRLA CON VOS.

PRÓXIMO PASO — CALL DE 30 MINUTOS

Juan Zubizarreta

jzubizarreta@cafecito.com.ar

Data room y modelo financiero completo disponibles bajo NDA.

cafecito.com.ar · [@cafecito.tcs](https://www.instagram.com/cafecito.tcs) · Deck Inversores 2026 · Confidencial

FINANCIERAS	
EBITDA	Resultado operativo antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización
WACC	Costo promedio ponderado del capital (CPPC)
DCF	Flujo de fondos descontado (FFD)
FCF	Flujo de caja libre (FCL)
TIR / IRR	Tasa interna de retorno
VAN / NPV	Valor actual neto
EV	Valor de empresa (VE)
CAGR	Tasa de crecimiento anual compuesta
CAPM	Modelo de valoración de activos de capital
ERP	Prima de riesgo de mercado
EMBI	Índice de bonos emergentes · riesgo país
β (Beta)	Coefficiente de riesgo sistemático sectorial
Rf	Tasa libre de riesgo (US Treasury 10Y)
LTM	Últimos doce meses
LTGR	Tasa de crecimiento de largo plazo (valor terminal)
FX	Tipo de cambio / mercado cambiario

COMERCIALES & MERCADO	
DTC	Venta directa al consumidor final
TAM	Mercado total disponible
SAM	Mercado al que podemos llegar con el modelo actual
SOM	Porción realista del SAM a capturar
CAC	Costo de adquisición por cliente
LATAM	América Latina
NDA	Acuerdo de confidencialidad
B2C	Modelo de negocio dirigido directamente al consumidor final

OPERATIVAS	
CAPEX	Inversión en activos fijos
OPEX	Gastos operativos corrientes
EERR	Estado de resultados
P&L	Estado de pérdidas y ganancias (= EERR)
IIBB	Ingresos Brutos · impuesto provincial argentino
CABA	Ciudad Autónoma de Buenos Aires
KPI	Indicador clave de desempeño
FTE	Empleado equivalente a tiempo completo
HQ	Casa central / sede principal
SME	Pequeña y mediana empresa (PyME)
RTD	Listo para consumir (LPC)
m²	Metro cuadrado · unidad de superficie