

# HISTORIA DE ÉXITO

Diciembre 2025



Carlos Colindres. Foto: Redes Sociales

## Carlos Colindres y el Aroma del Éxito

Carlos Stefan Colindres Andrade, egresado de la carrera de Ingeniería de la Producción Industrial de la Universidad Politécnica de Honduras (UPH), transformó un emprendimiento familiar en una reconocida marca de café y pan dulce que hoy destaca en su natal Danlí, El Paraíso, y cuya calidad ha llegado incluso al extranjero.

Crear y posicionar una marca desde cero nunca es tarea sencilla. Carlos reconoce que los conocimientos adquiridos en las aulas, gracias a docentes altamente calificados, fueron fundamentales para dar sus primeros pasos en el rubro

ly comprender la dinámica del mercado, así como la competencia constante por destacar y ser referenciado por los consumidores.

Su búsqueda incansable por perfeccionar el aroma y el sabor lo llevó a alcanzar un logro que ahora identifica como su mayor motivación: desarrollar una marca de café capaz de transmitir, en cada taza, la satisfacción del esfuerzo, la técnica y la experiencia adquirida. Un café con carácter propio, pensado para acompañar el trabajo, el campo o el hogar en cualquier rincón del país — e incluso del mundo—.

### Interés por el mercado

Una vez superadas sus dudas vocacionales, Carlos eligió estudiar Ingeniería de la Producción Industrial. Esta carrera despertó en él un profundo interés por el funcionamiento del mercado, especialmente gracias a asignaturas como Investigación de Mercados, que complementaron estudios exigentes en cálculo, física y mecánica. Su éxito académico se debió, en gran medida, al estilo metódico, claro y práctico con el que los docentes impartían sus clases.

La flexibilidad de horarios que ofrece la UPH le permitió estudiar y trabajar simultáneamente,

facilitando un equilibrio adecuado entre sus responsabilidades.

Además, la calidad humana y profesional del cuerpo docente le permitió comprender el panorama empresarial y las características cambiantes de los mercados.

Carlos destaca especialmente el apoyo recibido del recordado Ing. Ronald Maravia, quien lo alentó a desarrollar un proyecto que años después se convertiría en su propia marca.

### De proyecto de clase a marca emergente

En 2017, Carlos creó Colindres Coffee como un proyecto académico, el cual posteriormente transformó en una marca real. La iniciativa surgió de la necesidad de procesar el café producido en la finca familiar, con el fin de aprovechar el potencial del cultivo y generar un producto con valor agregado mediante el procesado y pulverizado del grano.

La marca ofrece tres tipos de café:

- Estándar, mezcla de distintos granos que generan un sabor equilibrado.
- Media alta, con un puntaje de catación alrededor del 84%.
- Súper alta, con catación superior al 86%, destinado a compradores exigentes en mercados como Estados Unidos y España.

# HISTORIA DE ÉXITO

Diciembre 2025



Carlos Colindres (de camisa blanca) y su primo Andrés Zúniga (de camisa verde oscuro) promocionando sus marcas en Feria de Emprendimientos en Danlí, El Paraíso. Foto: UPH-Danlí

Recursos Humanos. Mientras tanto, invita a todos aquellos que deseen maximizar sus conocimientos en una modalidad flexible a hacerlo acompañados de una taza de auténtico café oriental y una tradicional semita de yema.

Gracias a su formación, Carlos ha sabido aprovechar sus habilidades de comunicación para impulsar su emprendimiento y alcanzar nuevas metas.

estrategias de venta efectivas. Además, factores como los costos, los precios, la fluctuación del mercado y el impacto del cambio climático requieren una gran dosis de resiliencia empresarial.

comercializar el producto conforme al plan de marketing estratégico. Esto supone un reto adicional, especialmente al equilibrar sus responsabilidades familiares con su rol como emprendedor.

## Desafíos

Como marca originada en una zona altamente productora de café, Colindres Coffee enfrenta un entorno de fuerte competencia. En El Paraíso existen numerosas marcas que compiten por un mercado local, nacional y extranjero cada vez más exigente.

Carlos asegura que mantener la calidad es un desafío constante, pues implica disciplina, atención al cliente y la implementación de

Otro reto importante es el posicionamiento digital. Actualmente, la marca tiene entre un 30% y 40% de visibilidad en línea, lo que evidencia la necesidad de fortalecer su presencia en plataformas digitales. Aunque ha invertido en publicidad, los resultados no han sido del todo satisfactorios.

Para operar al máximo de su capacidad, Carlos explica que se necesita tiempo y dedicación para procesar, empaclar y

## Un aroma inigualable

Carlos considera que la fórmula del éxito contiene ingredientes esenciales: humildad, humanidad, formación constante y capacidad para adaptarse a las tendencias actuales. A estos agrega un elemento imprescindible: la ética, que guía cada una de sus decisiones y fortalece la identidad de su marca.

Con orgullo por su paso por la UPH, Carlos aspira en un futuro próximo a estudiar una maestría en



Autor:

**Pablo Moncada - Periodista UPH**  
[www.uph.edu.hn/](http://www.uph.edu.hn/)