



# YAKAW

*Cacao cultivado en las alturas místicas de la ruta del  
café en Tapachula, Chiapas*

*Business Plan  
Abril 2023*

# Tabla de Contenido

- La Marca YAKAW
- Estudio de Mercado
- Go to Market Strategy
- Estrategia de Marketing
- Responsabilidad Social
- Registro de Marca
- Plan de Producción
- Siguientes Pasos



# Marca YAKAW



## ¿Quiénes Somos?

- El Cacao de YAKAW proviene de la Finca Don Jorge, situada en la ruta del café en Tapachula, Chiapas, una región conocida por su excepcional café y condiciones ideales para el cultivo del cacao en grandes alturas.
- Exclusividad del Cacao: El Cacao blanco, conocido como 'alimento de los dioses', es una semilla ancestral que es la más pura y lujosa del cacao.
- Compromiso Social y Ambiental: YAKAW tiene un enfoque abierto al desarrollo de la comunidad en Tapachula, donde se recolectarán donaciones y se reinvertirán en proyectos locales para la comunidad.
- Experiencia del Cliente: YAKAW busca ofrecer una experiencia única al cliente con su sabor, empaquetado y exclusividad.

## Propósito y Objetivos

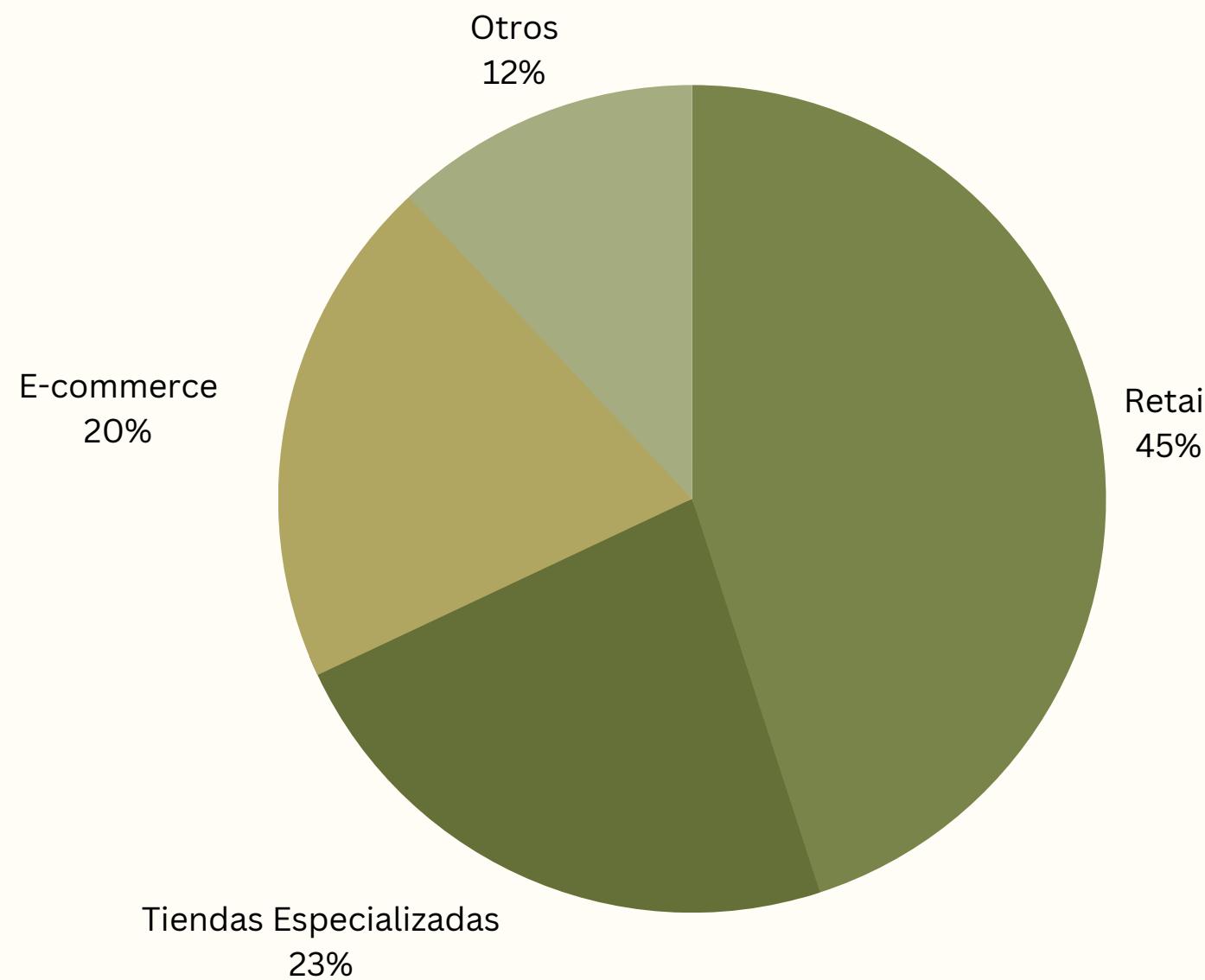
- Fomentar el desarrollo socioeconómico de la comunidad de Tapachula mediante las donaciones y reinversiones de parte de las ventas en proyectos locales.
- Ayudar a la contribución de la preservación del medio ambiente y la diversidad en la ruta del café en Chiapas a través de prácticas de cultivo y producción responsable.
- Ofrecer al consumidor una experiencia única de sabor mediante el uso exclusivo del cacao cultivado en la Finca Don Jorge.
- Establecer la marca YAKAW como líder de la industria en el chocolate mexicano, mostrando que podemos combinar lo comercial con la responsabilidad social y ambiental.
- Expandir la presencia de la marca a nivel nacional e internacional a través de ventas en línea y en tiendas físicas.

# Estudio de Mercado

- Consumo de Chocolate en México
  - Consumo per cápita de chocolate en México: 750 g al año
- Comparación con otros países:
  - Brasil (1.6 kg), Suiza (11.9 kg)
- Producción de cacao en México Principales estados productores:
  - Tabasco (68.8%), Chiapas (31.1%)
- Posición de producción mundial:
  - 13avo lugar con 28,383 toneladas al año Industria del chocolate en México
- Consumo per cápita proyectado para 2027:
  - 6.53 kg
- Precio promedio por unidad proyectado para 2027:
  - \$13.19 dólares
- Ingresos proyectados para 2027:
  - \$11.86 mil millones de dólares

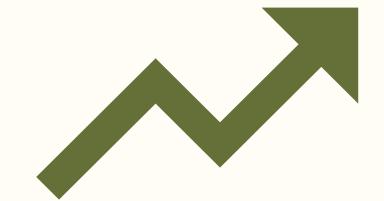


# Puntos de Venta



# Tendencias

- Cambio en las preferencias de los consumidores
  - Los consumidores están cada vez más interesados en productos de mayor calidad, con ingredientes naturales y éticos.
- Mayor conciencia sobre la salud
  - La población en general es cada vez más consciente de los beneficios para la salud del chocolate oscuro, que contiene más cacao y menos azúcar.
- Procupación por el comercio justo y la sustentabilidad
  - La demanda de productos que son ambiental y socialmente responsables están en aumento
- Diversificación de sabores y experiencias
  - La creciente demanda de sabores y experiencias únicas ha llevado a un aumento en chocolates con ingredientes exóticos como chiles, flor de sal, frutas, etc...

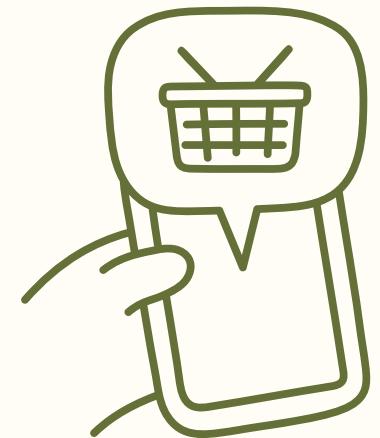


# Go to Market Strategy



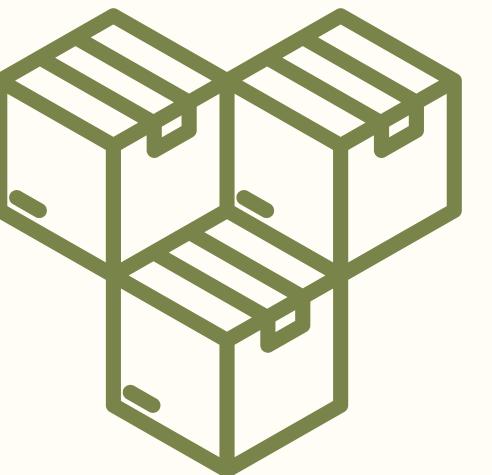
## Tiendas Especializadas

*Enfocarnos en tiendas que comparten nuestra misma misión. Cafeterías, panaderías, tiendas boutique,*



## E-commerce

*Construir nuestra página web con logística de distribución y almacenamiento dirigida a Estados Unidos.*



## Otros

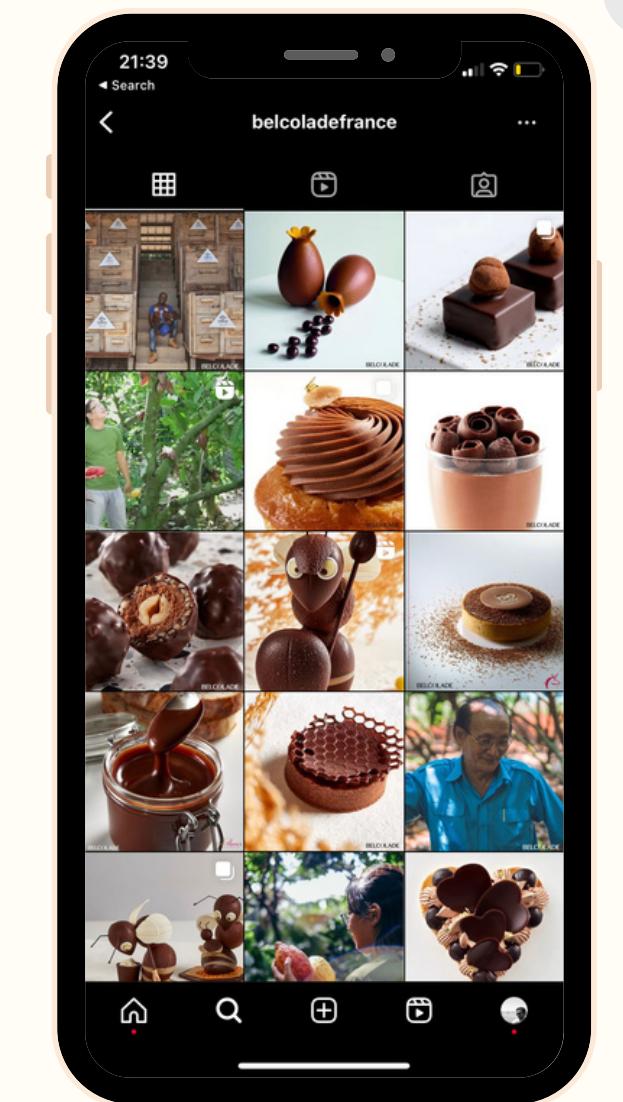
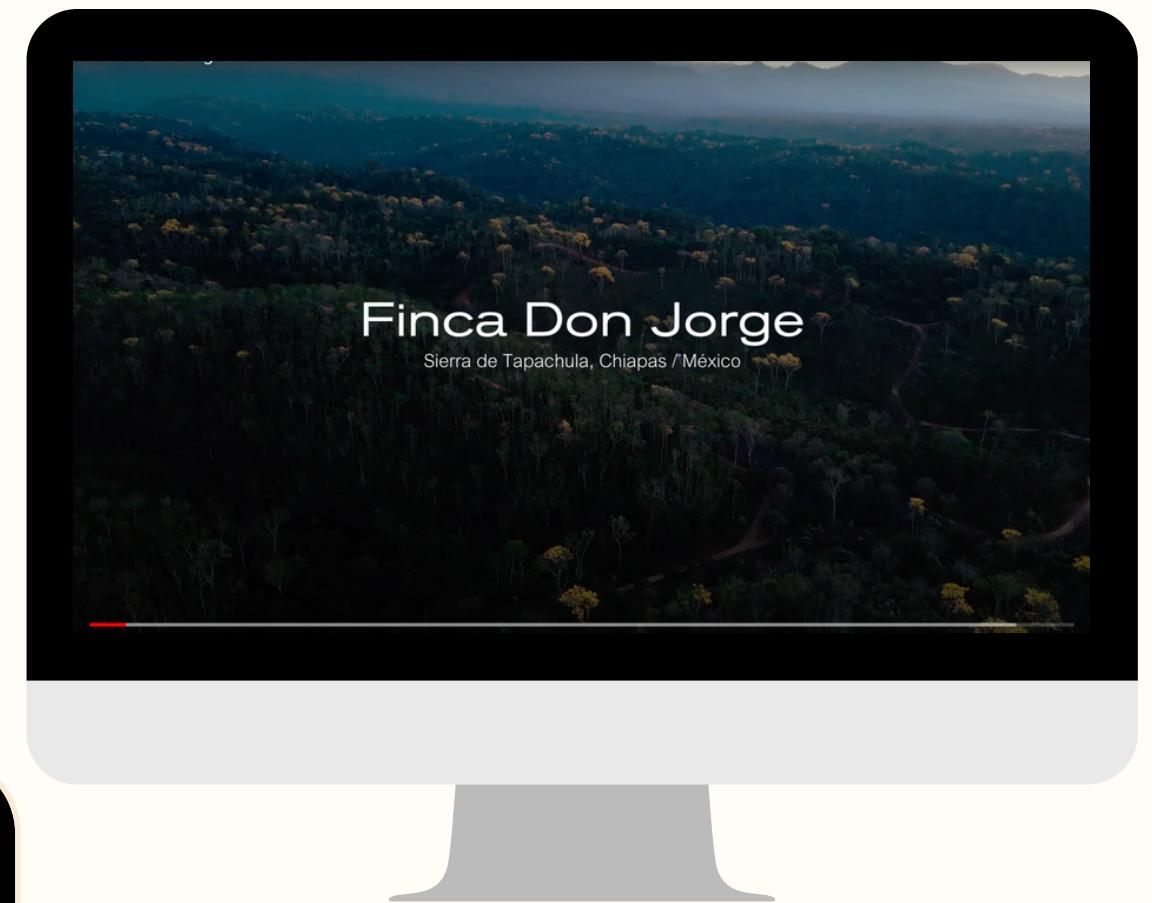
*bazares, hoteles...*



# Estrategia de Marketing

## Página Web

Página elaborada con tienda en línea  
Blog con información del cacao  
Alcancía digital para donaciones



## Redes Sociales

Instagram con marca y tienda con  
contenido semanal

## Colaboraciones

Establecer relaciones con influencers en el  
ámbito gastronómico

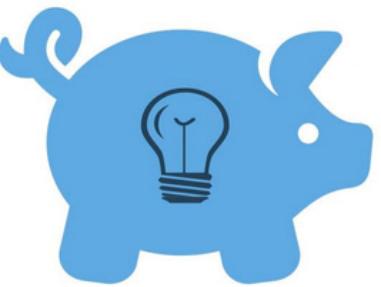
## Eventos

# Responsabilidad Social



## Alcancia Digital

- Crearemos una sección en la página web dedicada a la recaudación de fondos para proyectos comunitarios.
- La alcancia será un método donde se alcanzarán ciertas metas de donaciones recolectadas.
- Una vez que la alcancia esté llena, se informará a los donantes y se pondrá en marcha un proyecto para ayudar a la comunidad.



- Los proyectos estarán bien elaborados y comunicados con organizaciones locales y proyectos locales de la región.
- Mantendremos a los donantes informados sobre el progreso, logros de los proyectos y causas apoyadas.
- Fomentaremos la confianza y la credibilidad a través de la transparencia y la comunicación constante.
- Compartiremos historias y resultados de los proyectos apoyados en redes sociales y en el sitio web.

# Siguientes pasos

1. Lanzamiento oficial de la marca YAKAW
2. Desarrollo y puesta en marcha de la página web y redes sociales
3. Establecer acuerdos con fabricantes y transportistas
4. Implementar las estrategias de marketing y responsabilidad social
5. Monitorear y evaluar el progreso y resultados



# Registro de Marca

- *Registro de Nombre y logo (IMPI)*
- *Crear la estructura legal (S.A. de C.V.)*  
*Trámites con la Secretaría de Economía y el SAT*
- *Cumplir con normas de la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS).*
- *Cumplir con los requisitos de higiene y calidad para obtener los permisos necesarios*
- *Empaque y Etiquetado: Seguiremos las reglas para el etiquetado de alimentos (como la NOM-051), que incluyen información nutricional, ingredientes y advertencias de alérgenos.*





# Plan de Producción

## YAKAW

### OBTENCION DEL CACAO

*Logística detrás de las relaciones con YAKAW para obtener una asociación que sea óptima para ambos lados*



### TRANSPORTE A FABRICA

*Entender la logística para transportar el cacao a la fábrica*



### RELACION CON FABRICANTE

*Obtener relación con un fabricante que produzca/empaquete al mejor precio por calidad*



### TRANSPORTE A ALMACENAMIENTO

*Entender la logística para transportar el producto finalizado a la localización de almacenamiento*

# Equipo



**Mateo Esteve**

*Boulder, Colorado*



**Santiago Barroso**

*California, Berkeley*