



**Universidad
Europea**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

Nekko Latte



Óscar Boada Álvarez

Binita María Gutiérrez Hernández

TRABAJO FINAL DEL GRADO EN
DIRECCIÓN Y CREACIÓN DE EMPRESAS

Dirigido por David Curbelo Pérez

Convocatoria de junio 2025





UNIVERSIDAD EUROPEA DE CANARIAS
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

Nekko Latte

Óscar Boada Álvarez

Binita María Gutiérrez Hernández

TRABAJO FINAL DEL GRADO en DYCRE

Dirigido por David Curbelo Pérez

Convocatoria de junio de 2025

Resumen: Nekko Latte es un espacio único que fusiona cafetería, biblioteca y bar en el centro de Santa Cruz de Tenerife, creado para quienes buscan un lugar elegante donde estudiar, trabajar o desconectar.

Palabras clave: Cafetería temática, coworking, experiencia cliente, sostenibilidad, cultura.



Agradecimientos

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a todas las personas que han hecho posible la realización de este Trabajo de Fin de Grado.

En primer lugar, a nuestro tutor, **David Curbelo Pérez**, por su acompañamiento, su orientación constante y por creer en esta idea desde el primer momento. Gracias por su paciencia, por sus consejos y por ayudarnos a dar forma a un proyecto del que hoy nos sentimos orgullosos.

También queremos agradecer al profesor **Vinil Nanikram Daryanani Daryanani**, por haberse tomado el tiempo de revisar en profundidad el Excel financiero y orientarnos con sugerencias clave que mejoraron significativamente esta parte del proyecto.

A nuestras **familias**, por su apoyo incondicional, por animarnos incluso en los momentos más difíciles y por recordarnos siempre la importancia de seguir adelante con pasión y compromiso.

Por último, queremos agradecer al **profesorado** de la Universidad Europea de Canarias, por su implicación, su cercanía y por habernos acompañado durante estos años de formación con profesionalidad y vocación.



Contenido

1. RESUMEN EJECUTIVO.....	15
1.1. Elevator Pitch	15
1.2. Resumen ejecutivo	15
2. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO	16
3. ANÁLISIS DEL ENTORNO	18
Análisis PESTEL	18
3.1. Entorno político-legal	18
3.2. Entorno económico	19
3.3. Factores tecnológicos	21
3.4. Entorno socio-cultural	21
4. ESTUDIO DE MERCADO	23
4.1. Análisis del mercado objetivo	23
4.2. Investigación de Mercado.....	24
4.3. Cálculo de la demanda.....	24
4.4. Análisis de la competencia	25
4.5. Análisis DAFO / CAME	26
4.6. Análisis estratégico del sector	27
5. CONTRIBUCIÓN DEL PROYECTO A LOS ODS.....	29
6. PLAN DE MARKETING	30
6.1. Estrategias de segmentación, posicionamiento y fidelización	30
6.1.1. Estrategias de segmentación	30
6.1.2. Estrategias de posicionamiento	30
6.1.3. Estrategias de fidelización.....	31
6.2. Definición de los objetivos de marketing: cualitativos y cuantitativos	31

6.2.1. Objetivos cualitativos	32
6.2.2. Objetivos cuantitativos	32
6.3. Estrategias funcionales	33
6.3.1. Estrategia de producto	33
6.3.2. Estrategia de precios.....	34
6.3.3. Estrategias de distribución y ventas.....	34
6.3.4. Estrategia de promoción y comunicación.....	35
6.4. Estrategia creativa.....	35
7. PLAN DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO	37
7.1. Esquema de la planificación, desarrollo y ejecución del bien o servicio.....	37
7.2. Características detalladas del proceso de prestación del servicio	37
7.3. Recursos de localización, técnicos, humanos y materiales requeridos.....	38
7.3.1. Recursos de localización.....	38
7.3.2. Recursos técnicos	39
7.3.3. Recursos humanos	39
7.3.4. Materiales requeridos.....	40
7.4. Sistemas logísticos, de almacenamiento y de gestión de stocks	40
7.5. Recursos tecnológicos, seguridad y telecomunicaciones.....	41
8. DIRECCIÓN DE PERSONAS	42
8.1. Organigrama de personal.....	42
8.2. Descripción de los puestos de trabajo, funciones y competencias.....	44
8.3. Plan de contrataciones y desarrollo de competencias	44
8.4. Normativa laboral aplicable al personal, contratos que se van a implantar y evaluación del rendimiento.....	46
8.5. Sistema de retribución.....	47

8.6. Plan de Igualdad	47
9. ASPECTOS JURÍDICOS.....	48
9.1. Elección de la forma jurídica	48
9.2. Obligaciones fiscales.....	48
9.3. Trámites para la constitución de la sociedad.....	49
9.4. Gastos de constitución	50
10. PLAN FINANCIERO	51
10.1. Plan de Inversión y Financiación.....	51
10.2. Proyección de Ingresos y Gastos.....	52
10.3. Análisis de los Flujos de Caja.....	54
10.3.1 Cálculo del coste del capital.....	54
10.3.2 Análisis de viabilidad: VAN, TIR y Plazo de Recuperación	55
10.3.3 Análisis del punto de equilibrio: Umbral de rentabilidad	56
10.4. Estados financieros: Balance, PyG y Estado de flujos de efectivo.....	57
10.5. Análisis de sensibilidad	58
11. PLAN DE ACCIÓN	59
11.1. Principales fases del proyecto.....	59
11.2. Plan de trabajo: Definición de tareas / actividades a llevar a cabo en el proyecto	59
11.3 Cronograma de acciones: Diagrama de Gantt	60
11.4 Diagrama de Pert	61
12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	62
13. ANEXOS.....	72

Índice de tablas

Tabla 1. Estrategia de Producto	33
Tabla 2. Estrategia de precios	34
Tabla 3. Estrategia de distribución y venta	34
Tabla 4. Estrategia de promoción y comunicación	35
Tabla 5. Cuadro de inversión (2025)	51
Tabla 6. Cuadro de financiación (2025)	51
Tabla 7. Previsión de ingresos (2025-2027)	52
Tabla 8. Previsión de gastos (2025-2027)	53
Tabla 9. WACC	54
Tabla 10. VAN y plazo de recuperación.....	55
Tabla 11. TIR y periodo de recuperación.....	56
Tabla 12. Umbral de rentabilidad (ventas).....	56
Tabla 13. Umbral de rentabilidad (unidades).....	57
Tabla 14. Plan de Trabajo.....	59

Índice de gráficos

Gráfico 1. PIB - PIB per cápita de Canarias (2018-2024)	19
Gráfico 2. IPC de Canarias (2018-2025).....	20
Gráfico 3. Tasa de desempleo (2018-2024)	20

Índice de figuras

Figura 1. Modelo Canvas.....	17
Figura 2. Plano base del local.....	38
Figura 3. Ubicación del local.....	38
Figura 4. Funnel de ventas	42
Figura 5. Diagrama de Gantt	60
Figura 6. Diagrama de Pert.....	61



1. RESUMEN EJECUTIVO

1.1. Elevator Pitch

En un mundo donde el ritmo urbano exige lugares versátiles, nace Nekko Latte, un concepto donde la gastronomía, el trabajo y el disfrute se integran en una cafetería temática, biblioteca y bar lounge, ubicado en el centro de Santa Cruz de Tenerife. Un espacio para quienes valoran su tiempo y buscan experiencias distintas, como alternativa a los modelos tradicionales. Con un enfoque rentable y escalable, Nekko Latte no es solo un local, es una nueva forma de vivir.

1.2. Resumen ejecutivo

Nekko Latte es un espacio híbrido que fusiona cafetería, biblioteca y bar lounge en un entorno elegante, versátil y multiservicio. Este diseño responde a una necesidad creciente: encontrar lugares donde estudiar, trabajar o socializar sin interrupciones, en un ambiente cuidado que inspire y favorezca la concentración o el disfrute.

A diferencia de los modelos tradicionales, que promueven una experiencia rápida y transaccional, este proyecto está concebido para invitar a quedarse. Para ello, se han habilitado zonas silenciosas perfectas en caso de necesitar más intimidad, gastronomía de calidad, y una biblioteca activa.

Nekko Latte se dirige a quienes valoran el confort, la calidad y la experiencia, y se presenta como una propuesta rentable y escalable, alineada con el auge del consumo experiencial, la flexibilidad laboral y la cultura del bienestar. Se trata de un modelo hostelero diseñado para generar valor social, económico y emocional, con el objetivo de consolidarse como referente local en innovación gastronómica y cultural.



2. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

Nekko Latte representa un **concepto de negocio innovador** que busca redefinir la experiencia de las cafeterías tradicionales, mediante la creación de un espacio de lujo que combina una cafetería temática de alta gama, una biblioteca acogedora y un bar sofisticado. Esta fusión permite ofrecer un entorno versátil y adaptado a diversas necesidades, que van desde el estudio y el trabajo hasta el ocio y la socialización.

La **propuesta de valor** de Nekko Latte se centra en ofrecer un ambiente sofisticado y acogedor, donde los clientes disfruten de productos de alta calidad mientras se sumergen en un entorno culturalmente enriquecedor. La diferenciación radica en proporcionar un espacio que facilita tanto la concentración y el trabajo individual como la interacción social en un ambiente relajado y elegante.

El **segmento de clientes** al que se dirige incluye estudiantes y “freelancers” que buscan un lugar cómodo para estudiar o trabajar, profesionales que requieren un espacio tranquilo para reuniones y entrevistas, amantes de la lectura y la cultura, así como personas que valoran una experiencia única en un entorno exclusivo.

Para alcanzar al **público objetivo**, se emplean diversos canales de comunicación, como redes sociales, una página web para la gestión de reservas y eventos, correo electrónico y colaboraciones con influencers que amplían la visibilidad. Además, se fomenta la creación de una comunidad activa a través de clubes de lectura, talleres y eventos temáticos.

La **relación con los clientes** se basa en la personalización y la fidelización. Se ofrecerán membresías con beneficios exclusivos, atención personalizada para reservas y eventos especiales, y un sistema de puntos canjeables que premia la lealtad de quienes eligen Nekko Latte.

Las **fuentes de ingresos** se sustentan en múltiples canales, incluyendo la venta de café de especialidad, alimentos gourmet, coctelería temática, membresías mensuales, alquiler de espacios para eventos, y la comercialización de libros, merchandising y productos temáticos.

Se contará con **recursos clave** para garantizar el rendimiento del negocio, como una ubicación premium de fácil acceso, equipamiento de alta calidad, personal capacitado, tecnología de vanguardia y alianzas estratégicas con proveedores de bebidas, alimentos, editoriales y universidades.

Las **actividades clave** para el funcionamiento de Nekko Latte incluyen la gestión operativa de la cafetería, biblioteca y bar, la organización de eventos temáticos, el desarrollo de estrategias de marketing digital y la innovación continua en productos y servicios para mantenerse relevantes en el mercado.

En cuanto a la **estructura de costos**, se contemplan inversiones en diseño de interiores y tecnología para crear un espacio temático atractivo, alquiler del local y servicios básicos, salarios del personal, adquisición de insumos de alta calidad, campañas de marketing y el mantenimiento y renovación de materiales para garantizar una experiencia de calidad constante.

Figura 1. Modelo Canvas



Fuente: Elaboración propia

3. ANÁLISIS DEL ENTORNO



Análisis PESTEL

En este apartado se tratará el análisis del entorno, ya que es fundamental para comprender los factores externos que pueden influir en el desarrollo y el éxito de Nekko Latte. Para ello se hará uso del análisis PESTEL, el cual permite identificar las oportunidades y amenazas dadas por el entorno político-legal, económico, tecnológico y socio-cultural, que ayudan a anticipar cambios del mercado, determinar la estrategia a seguir y aprovechar las ventajas competitivas de situarse en Tenerife.

3.1. Entorno político-legal

Nekko Latte se rige por la normativa española y las particularidades de la Comunidad Autónoma de Canarias, donde la estabilidad política favorece la inversión. Deben considerarse regulaciones locales, como el Real Decreto 90/2010, que regula la actividad turística de restauración, y la Ley 7/1995, de Ordenación del Turismo de Canarias, que regulan la actividad de restauración y exigen estándares de calidad, seguridad y transparencia para el consumidor.

El cumplimiento normativo es fundamental para evitar sanciones y garantizar una operativa adecuada.

Por otro lado, Canarias ofrece ventajas fiscales respecto a la península. El IGIC es inferior al IVA nacional, lo que supone una ventaja competitiva. A ello se le puede añadir el beneficio de la ZEC, que ofrece una tributación reducida del tipo impositivo, y la RIC, favoreciendo la reinversión de beneficios con ventajas fiscales.

También existen subvenciones para proyectos innovadores y emergentes dentro del sector turístico y de restauración, gestionados por el Gobierno de Canarias.

Estas condiciones mejoran la rentabilidad del negocio, permiten optimizar la inversión inicial y refuerzan una estrategia de crecimiento adaptada al entorno local.

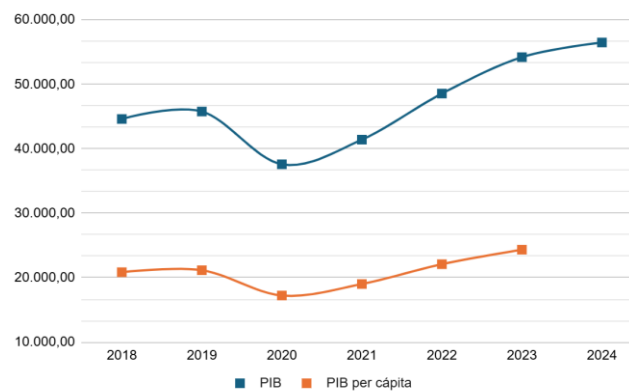
3.2. Entorno económico

Canarias presenta una economía fuertemente vinculada al turismo, lo que genera un comportamiento diferenciado respecto al resto de España.

En 2023, el PIB regional alcanzó los 54.194 millones de euros, con un crecimiento del 4,2% en 2024, por encima de la media nacional (3,5%). Este repunte muestra una recuperación acelerada tras la crisis del COVID-19.

Por otro lado, el PIB per cápita fue de 24.345€, inferior a los 32.630€ de la media nacional, reflejando un menor poder adquisitivo.

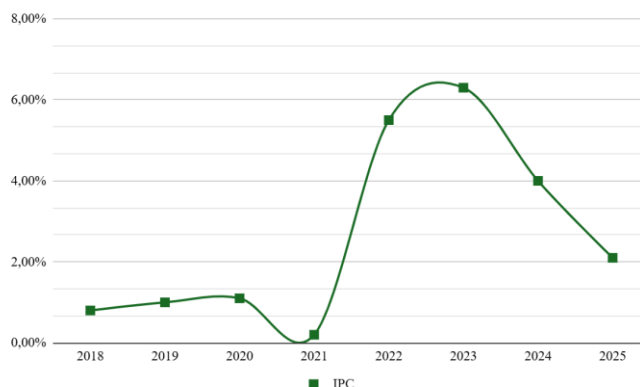
Gráfico 1. PIB - PIB per cápita de Canarias (2018-2024)



Fuente: datosmacro.expansion.com

En cuanto a la inflación, Canarias cerró 2024 con un IPC del 2,1%, frente al 2,9% nacional, favoreciendo la previsión de precios para Nekko Latte. Asimismo, el BCE y la FED buscan mantener una política de normalización monetaria para este periodo, 2025, especialmente en la Eurozona, dando lugar a que se produzcan nuevos recortes en los tipos de interés.

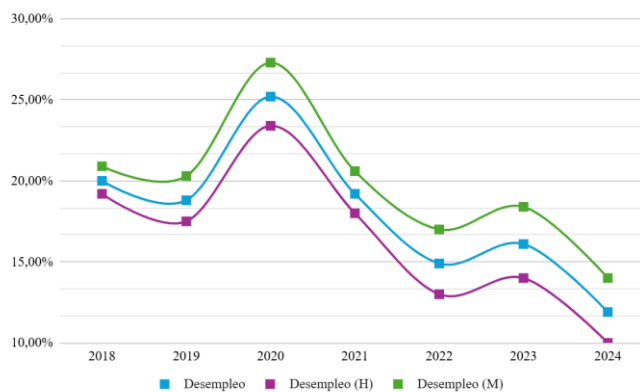
Gráfico 2. IPC de Canarias (2018-2025)



Fuente: datosmacro.expansion.com

Finalmente, la tasa de desempleo decreció de un 16,1% en 2023 a un 11,9% en 2024, lo que implica una mayor disponibilidad de talento para el sector servicios, persistiendo las diferencias por género, afectando más a mujeres (14%) que a hombres (10%), especialmente entre los menores de 20 años. Esta mejora general amplía la disponibilidad de talento en el sector servicios.

Gráfico 3. Tasa de desempleo (2018-2024)



Fuente: datosmacro.expansion.com

En conjunto, estos indicadores muestran un entorno económico favorable para invertir en negocios innovadores como Nekko Latte, aunque el menor poder adquisitivo sugiere que deberá cuidarse la relación calidad-precio para atraer al consumidor local.

3.3. Factores tecnológicos

Hoy en día, la inclusión de la tecnología y elementos como la IA es una práctica cada vez más común en el sector turístico y de restauración. Elementos como los menús QR, la gestión de pedidos desde apps o la automatización del autoservicio han transformado la experiencia del cliente y la eficiencia operativa.

Según las tendencias actuales, Nekko Latte implementará una página web y una app para facilitar reservas, pedidos y consultas, incorporando menús digitales mediante códigos QR. Esto da lugar a una reducción del uso de papel, mejora la sostenibilidad y optimiza la gestión.

Además, se integrarán sistemas de autoservicio y herramientas de inteligencia artificial para personalizar recomendaciones, prever la demanda y mejorar la atención. Asimismo, también se ofrecerán pagos digitales y sin contacto, con el fin de aumentar la comodidad y seguridad.

Respecto a la visibilidad de marca, se apostará por el marketing digital y las redes sociales, esenciales para llegar a residentes y turistas.

A medio plazo, se invertirá en infraestructura TIC, como el WiFi de alta velocidad, plataformas de gestión de pedidos y software para la app, puesto que permite fidelizar al cliente y tener un registro del mismo.

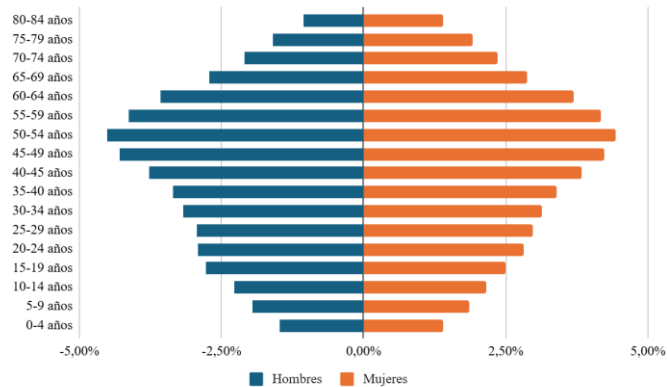
3.4. Entorno socio-cultural

Canarias cuenta con una estructura demográfica singular, la cual influye en el consumo y el sector de la restauración.

En primer lugar, Canarias cerró con 2.258.219 habitantes, de los cuales 959.647 residen en Tenerife. La región muestra una estructura demográfica envejecida, contando con una tasa de natalidad un 35% inferior a la de inicios de siglo, siendo el 18,26% de la población mayor de 64 años.

Este envejecimiento modifica los patrones de consumo, aumentando la demanda de espacios accesibles, tranquilos y con valor añadido, como los que ofrece Nekko Latte.

Gráfica 4. Pirámide de población (Diciembre 2024)



Fuente: datosmacro.expansion.com

Respecto al desarrollo social, España tenía en 2022 un IDH de 0,911 puntos, considerado muy alto. Aunque no existe un dato actualizado específico para Canarias, su menor PIB per cápita sugiere que su índice se encuentra situado algo por debajo. En 2015, el IDH regional era de 0,855 frente al 0,889 nacional.

Por otro lado, la conciencia medioambiental está en aumento. Esto se traduce en regulaciones sobre plásticos y eficiencia energética, y en una mayor preferencia por empresas sostenibles. Es por ello que Nekko Latte integrará prácticas como la reducción del desperdicio alimentario y la colaboración con proveedores locales responsables.

Este análisis del entorno revela que Canarias ofrece un contexto favorable para el desarrollo de propuestas innovadoras, gracias a la estabilidad política, los incentivos fiscales y una economía en recuperación. Además, la estructura demográfica envejecida y el creciente interés por espacios tranquilos y sostenibles refuerzan el valor de una propuesta híbrida como la que ofrece Nekko Latte. Asimismo, la digitalización permite optimizar la operativa y mejorar la experiencia del cliente. No obstante, el menor poder adquisitivo regional exige cuidar la relación calidad-precio. Todos estos factores han sido considerados en la estrategia para adaptarse al contexto local.

4. ESTUDIO DE MERCADO



4.1. Análisis del mercado objetivo

El sector hostelero en España mantiene una senda de crecimiento moderada en 2025, tras cerrar 2024 con un incremento del 6%, según Hostelería de España. Para este año, se prevé una desaceleración hasta el 3-4%, en un contexto donde la calidad, experiencia y diferenciación ganan mayor peso en las decisiones de consumo.

En Canarias, la economía regional crecerá un 3%, impulsada por el turismo y el consumo interno. Aunque en el primer cuatrimestre se registró una caída del 0,5% en la ocupación hotelera, la media se mantuvo entre el 80 y el 85%, lo que sigue siendo favorable para negocios ligados al ocio y la restauración.

En este contexto, el café adquiere protagonismo. Aunque los últimos datos publicados por AECafé y Alimarket corresponden a 2023-2024, confirman que el 33% del consumo ocurre fuera del hogar, con tendencia hacia productos premium, digitalización y fidelización. En 2025, esta dinámica se mantiene, aunque con el desafío de un encarecimiento del 40%, derivado de problemas de producción internacional.

Además, eventos como CoffeeFest 2025, han reforzado el papel del café de especialidad como generador de experiencias, destacando las fórmulas híbridas, la conexión emocional con el cliente y el diseño como factor de permanencia.

En Tenerife, pese al entorno favorable, la mayoría de cafeterías siguen modelos clásicos o de bajo coste, y ni los coworkings ni las cadenas internacionales integran propuestas gastronómicas atractivas. Esta brecha representa una oportunidad para Nekko Latte, que apuesta por una experiencia híbrida, sostenible y de calidad.

4.2. Investigación de Mercado

Para adaptar la propuesta de Nekko Latte al contexto local, se realizó una encuesta con 75 respuestas válidas, siendo un 92% residentes en Tenerife (*Anexo 1.22*). El perfil predominante fue joven-adulto, compuesto por trabajadores a tiempo completo (50,7%) y estudiantes (32%) (*Anexo 1.20*), principalmente entre 26 y 35 años (53,3%) (*Anexo 1.21*).

El 58,7% acude varias veces por semana a cafeterías y un 20% a diario (*Anexo 1.1*), destacando actividades como tomar café (89,3%) y socializar (62,7%), aunque también valoran trabajar o estudiar (48%) (*Anexo 1.2*).

Además, el 81,3% prefiere zonas diferenciadas (*Anexo 1.6*), y el 53,3% usaría una zona de estudio o coworking (*Anexo 1.8*), validando el enfoque híbrido. El 48% prefiere acudir por las mañanas y el 44% por las tardes (*Anexo 1.4*), lo que justifica un servicio versátil.

Los aspectos más valorados son la calidad (60%), el trato (48%) y el ambiente (44%) (*Anexo 1.3*), reforzando la importancia de ofrecer una experiencia completa. En cuanto al precio, el 60% considera razonable un gasto entre 10 y 20€ (*Anexo 1.11*), validando el ticket medio planteado.

Por último, el 94,7% valora positivamente la ubicación en Santa Cruz (*Anexo 1.15*), el 84% desea una app o web para reservas o eventos (*Anexo 1.14*), y el 70,7% descubre nuevos locales por redes sociales o Google (*Anexo 1.7*), reforzando la importancia de la presencia digital.

4.3. Cálculo de la demanda

La estimación de la demanda de Nekko Latte se ha realizado combinando fuentes oficiales como el INE, el Gobierno de Canarias y el CIS, junto con los datos obtenidos en la encuesta realizada.

Santa Cruz de Tenerife, ciudad donde se ubicará el local, cuenta con 211.359 habitantes, de los cuales el 88,89% son mayores de 15 años, conformando un mercado potencial de 7.139 personas. Este segmento agrupa los perfiles con mayor hábito de consumo en cafeterías, especialmente entre los 18 y 45 años.

Partiendo de un enfoque conservador, se estima alcanzar inicialmente el 5% de dicho mercado, lo que representará 357 clientes efectivos. Esta previsión es prudente, dado que se trata de un concepto innovador, premium y de fidelización progresiva.

Además, a partir de la pregunta de disposición de compra y la aplicación de ponderaciones (0 para “no”, 0,5 para “ocasionalmente”, y 1 para “frecuentemente”), se obtuvo un índice de 0,558. Una vez aplicado sobre los clientes efectivos, se proyecta una demanda futura de 199 clientes recurrentes. (*Anexo 3.40*)

Por otro lado, la frecuencia de visita estimada permite proyectar un volumen anual de 31.064 visitas, siendo el 19,3% a diario, el 29,8% varias veces por semana, el 15,8% una vez a la semana, y el restante ocasionalmente. (*Anexo 3.41*)

En base a estos datos y la previsión de ingresos, que se tratará más adelante, se ha planteado un ticket medio de 11,77€, calculado de la siguiente manera:

$$\frac{\text{Previsión de ingresos}}{n^{\circ} \text{ de clientes diarios} \times \frac{\text{días trabajados} \times \text{semanas al año}}{\text{meses}}} = 11,77\text{€}$$

$$\frac{30.603}{100 \times \frac{6 \times 52}{12}} = 11,77\text{€}$$

Aunque la demanda recurrente es de 199 clientes, se ha contemplado que, al tratarse de un negocio nuevo, la afluencia inicial podría ser inferior. Por ello, se optó por mantener una estimación ajustada en este primer año.

Finalmente, al aplicar el ticket medio sobre las visitas anuales, se estima una demanda económica anual de 365.640€, lo que confirma la viabilidad comercial y financiera inicial del modelo.

$$31.064 \times 11,77 = 365.640$$

4.4. Análisis de la competencia

En Santa Cruz de Tenerife, la competencia incluye cafeterías como Kiosco El Príncipe, el cual cuenta con una ubicación estratégica, gran tradición y clientela fiel, pero una oferta clásica y poco innovadora; y Café Caramba, destacado por su repostería y cocina casera, con un enfoque más familiar que premium.

Por otra parte, de competencia indirecta la representan espacios como Espacio 105 Coworking y Workeamos Coworking, que ofrecen entornos profesionales y networking; pero sin integración de servicios gastronómicos, aunque sí facilitan la socialización entre usuarios.

Asimismo, cadenas internacionales como Starbucks destacan por su reconocimiento de marca y personalización del producto, pero manteniendo un modelo estandarizado y poco adaptado al entorno local.

En definitiva, la oferta actual carece de propuestas que integren gastronomía, ambiente y experiencia. Nekko Latte aprovecha esta brecha, posicionándose como una alternativa diferenciada, cultural y sostenible, orientada a un público que busca algo más que una simple cafetería.

4.5. Análisis DAFO / CAME

Nekko Latte se presenta como un concepto innovador en Tenerife, integrando una cafetería premium que combina espacios de coworking, estudio y socialización. Según el análisis DAFO, se identifican debilidades como la elevada inversión inicial y la falta de reconocimiento de marca, comunes en proyectos emergentes. En contraposición, destaca la diferenciación experiencial frente a una oferta tradicional centrada en el precio. A esto se suman oportunidades ligadas al auge turístico, la demanda juvenil de espacios híbridos y el respaldo institucional a propuestas sostenibles. Como amenazas, destacan la posible reacción de la competencia y los posibles cambios normativos o hábitos de consumo.

La estrategia CAME permite dar respuesta a este contexto:

- **Corregir debilidades** mediante una identidad de marca cuidada desde el inicio (branding y diseño), junto a un plan de formación continua y una apertura progresiva por zonas que permita ajustar recursos al volumen de clientes.
- **Afrontar amenazas** a través de una propuesta difícil de replicar, durante su periodo inicial, combinando eventos culturales, ambiente temático, cocina creativa y servicios diferenciados por zonas. Además, se mantendrá una estructura flexible que se adapte a variaciones del entorno.

- **Mantener fortalezas** reforzando la identidad de marca a través de una estrategia de microexperiencias (cartas personalizadas según la zona, menús temáticos por temporadas y pequeños gestos de cortesía), que fortalezcan el vínculo emocional sin elevar los costes.
- **Explotar oportunidades** posicionando a Nekko Latte como referente en lifestyle y cultura local, mediante un calendario de eventos propios y una comunidad digital que fomente la fidelización, conectando a los usuarios dentro y fuera del espacio.

Estas acciones permitirán consolidar un modelo diferencial, adaptable y sostenible, alineado con las tendencias actuales del sector y las expectativas del público.

4.6. Análisis estratégico del sector

Este análisis, realizado mediante el modelo de las 5 Fuerzas de Porter, permite evaluar la competitividad del sector y la rentabilidad esperada en el entorno donde se desarrollará Nekko Latte.

1. Rivalidad entre competidores existentes - Nivel: Moderado

El mercado de cafeterías en Santa Cruz cuenta con numerosas opciones, pero la mayoría presenta propuestas tradicionales y poco innovadoras. Esto reduce la saturación directa, aunque la presencia de marcas consolidadas exige mantener una diferenciación clara y constante.

2. Amenaza de entrada de nuevos competidores - Nivel: Media

Las barreras de entrada son moderadas debido a la inversión y la complejidad del concepto. Sin embargo, el auge de modelos experienciales puede atraer imitaciones, por lo que será clave mantener una propuesta diferenciada y fidelizar desde el inicio.

3. Amenaza de servicios sustitutivos - Nivel: Baja

Cafeterías clásicas, bares o coworkings pueden cubrir parte de la demanda, pero ninguno de ellos ofrece una experiencia integral. Esta amenaza se reduce si se mantiene la exclusividad, calidad y coherencia del servicio.

4. Poder de negociación de los proveedores - Nivel: Medio-alto

La necesidad de productos gourmet y servicios especializados puede generar cierta dependencia si los proveedores están concentrados. Por ello, se priorizará la diversificación y se establecerán acuerdos estables y éticos.

5. Poder de negociación de los clientes - Nivel: Alto

Los consumidores tienen numerosas alternativas y comparan precios fácilmente. No obstante, una experiencia emocional y con valor añadido reduce esta presión. El objetivo será fidelizar mediante atención, ambientación y una propuesta diferencial.

5. CONTRIBUCIÓN DEL PROYECTO A LOS ODS

Nekko Latte es mucho más que una cafetería temática: es una **propuesta empresarial comprometida con la sostenibilidad, la inclusión y el desarrollo local**. Por ello, se ha trabajado activamente para alinear sus decisiones con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos por la Agenda 2030 de Naciones Unidas.

A lo largo de este documento se han incluido iconos visuales que representan los ODS más relevantes asociados a cada acción estratégica, para facilitar su identificación y reforzar el compromiso transversal del proyecto con estos principios.

La estrategia empresarial de Nekko Latte incorporará los siguientes ODS más relevantes, adaptados específicamente a su modelo de negocio:

- **ODS 3 (Salud y bienestar):** Promoción de hábitos saludables mediante productos frescos, seguros y de calidad, incluyendo opciones sin alérgenos y alternativas equilibradas.
- **ODS 4 (Educación de calidad):** Creación de espacios y actividades que fomentan el aprendizaje continuo, la lectura y la difusión cultural, tanto para clientes como para el equipo interno.
- **ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico):** Generación de empleo estable y de calidad, apoyo a proveedores locales, y fomento del crecimiento económico responsable.
- **ODS 10 (Reducción de las desigualdades):** Política de contratación inclusiva, oportunidades laborales para personas en riesgo de exclusión y accesibilidad total del espacio.
- **ODS 11 (Ciudades y comunidades sostenibles):** Diseño accesible, integración en el tejido urbano y participación en la mejora de la vida comunitaria a través de eventos y colaboración local.
- **ODS 12 (Producción y consumo responsables):** Gestión eficiente de recursos, reducción del desperdicio, y trabajo con proveedores responsables y sostenibles.
- **ODS 13 (Acción por el clima):** Medidas de eficiencia energética, uso de materiales reciclables y difusión activa de prácticas ambientales responsables.

6. PLAN DE MARKETING



En Nekko Latte se entiende que un plan de marketing eficaz no solo informa, sino que conecta y motiva; por ello, se centra en transmitir desde el primer contacto la experiencia única que ofrece.

Se posiciona como un espacio exclusivo y sofisticado que integra una cafetería temática de alta gama, una biblioteca y un bar premium, no solo para atraer al cliente, sino para forjar relaciones duraderas con un público que busca un entorno elegante, tranquilo y enriquecedor donde estudiar, trabajar y socializar.

6.1. Estrategias de segmentación, posicionamiento y fidelización

6.1.1. Estrategias de segmentación

Se han identificado tres perfiles principales a los que se desea atraer:

- **Estudiantes y freelance (18–30 años):** Suelen buscar espacios cómodos, con buena conexión WiFi, enchufes accesibles y una oferta gastronómica adaptada a jornadas prolongadas de estudio o trabajo.
- **Profesionales y empresarios (30–50 años):** Requieren entornos elegantes para reuniones o encuentros laborales. Se prevé habilitar salas privadas y un servicio de catering que motive la repetición de la experiencia.
- **Amantes de la cultura y el ocio (todas las edades):** Valoran la innovación y las propuestas culturales. A este segmento se le ofrecerán actividades como clubs de lectura, catas de café y exposiciones de arte local.

6.1.2. Estrategias de posicionamiento

Se posiciona como un espacio único, donde la calidad, la cultura y el ambiente se entrelazan para ofrecer una experiencia memorable; el objetivo es que los clientes no solo visiten, sino regresen atraídos por todo lo que representa.

- Se ofrece calidad premium mediante café de especialidad, cócteles de autor y postres gourmet, todos elaborados con ingredientes frescos y locales, acompañados de un servicio cercano y profesional que cuida cada detalle.

- Se impulsa una cultura activa con eventos mensuales (presentaciones de libros, catas, tertulias y exposiciones) en un espacio decorado con referencias literarias y artísticas que fomente la creatividad.
- Se dispone de un espacio versátil con áreas diseñadas para estudiar, reunirse o desconectar, en un entorno elegante dotado de luz cálida y mobiliario ergonómico, adaptado a las distintas necesidades del cliente.

6.1.3. Estrategias de fidelización

Antes de pensar en nuevas visitas, se quiere crear relaciones duraderas. La fidelización es la forma de agradecer a cada persona que elige Nekko Latte y motivarles para que vuelvan, sabiendo que siempre encontrarán algo nuevo y especial:

- **Programa de puntos integrado en la app**, que permite acumular consumos y canjearlos por descuentos, productos exclusivos o experiencias VIP.
- **Membresías Silver, Gold y Platinum**, con beneficios escalonados: desde descuentos y eventos abiertos (Silver), hasta catas privadas, talleres literarios y acceso preferente a ediciones limitadas (Platinum).
- **Encuestas de satisfacción** tras cada visita, para detectar mejoras y adaptar la oferta.
- **Eventos exclusivos** como cenas temáticas, encuentros culturales o talleres, reservados para socios Gold y Platinum.
- **Comunicación personalizada** mediante newsletters y notificaciones, fomentando el vínculo continuo con la comunidad.

6.2. Definición de los objetivos de marketing: cualitativos y cuantitativos

Los objetivos de marketing de Nekko Latte están enfocados en fortalecer nuestra propuesta como espacio premium que combina cafetería, biblioteca y bar.

6.2.1. Objetivos cualitativos

- **Posicionar** a Nekko Latte como referente en cafeterías temáticas de lujo en el centro de Santa Cruz de Tenerife antes de finalizar el primer año, alcanzando un 60 % de reconocimiento entre el público objetivo. Para lograrlo, se aplicará una estrategia de visibilidad online constante, con al menos 3 campañas locales, 3 colaboraciones con influencers y presencia en 4 eventos gastronómicos.
- **Crear una comunidad activa**, mediante un club de lectura con reuniones bimensuales y talleres de cata de café y vino. El objetivo es llegar a 100 miembros recurrentes en un plazo de 12 meses.
- **Garantizar** una experiencia excelente, formando continuamente al personal y aplicando un protocolo de atención al cliente. Se buscará alcanzar una valoración media mínima de 4,0 sobre 5 en Google y TripAdvisor en los primeros 9 meses.
- **Visibilizar** el compromiso sostenible, instalando cartelera informativa desde el primer mes, mostrando certificaciones de al menos 3 proveedores locales, y publicando cada mes en redes sociales los avances en reciclaje y reducción de desperdicio. El objetivo es que al menos el 50 % de los clientes encuestados conozcan estas acciones al finalizar el primer año.

6.2.2. Objetivos cuantitativos

- **Alcanzar 100 clientes** fidelizados mediante un programa de puntos atractivo, asociado a descuentos y productos exclusivos, junto con la venta de membresías Silver, Gold y Platinum, durante el primer año.
- **Lograr 1.500 visitas** mensuales promedio al local, con especial énfasis en períodos clave (inicio de cursos universitarios, campañas navideñas y verano), alcanzando picos de al menos 2.000 visitas en dichos momentos.
- **Conseguir que el 70% de las ventas provengan de clientes recurrentes**, a través de promociones personalizadas enviadas por email, notificaciones en la app y un seguimiento post-visita para fomentar la repetición.
- **Superar los 6.000 seguidores en redes sociales** (Instagram y TikTok), combinando publicaciones de contenido original (recetas, detrás de cámaras y colaboraciones) con campañas de publicidad geolocalizadas, logrando una interacción mínima del 10% antes del primer aniversario.
- **Organizar un evento temático mensual**, con la presencia de figuras locales destacadas (chefs, baristas, escritores), una asistencia mínima de 30 personas por evento y la obtención de una tasa de satisfacción del 90%, medida mediante encuestas anónimas.

- **Alcanzar una facturación mensual** de aproximada de 18.000 euros al finalizar el primer año, con estrategias de ventas cruzadas, packs temáticos y promociones exclusivas, proyectando un crecimiento del 15% en el segundo año.

6.3. Estrategias funcionales

Las estrategias funcionales de Nekko Latte son el reflejo de todo lo que se ha construido en nuestra idea de negocio: un espacio de lujo accesible, culturalmente activo y diseñado para ser recordado. Aquí se transforman los objetivos y el posicionamiento en acciones concretas, con detalle y coherencia.

6.3.1. Estrategia de producto

Tabla 1. Estrategia de Producto

Categoría	Descripción
Café de especialidad	Variedades seleccionadas de origen, tueste medio y molido propio. Opciones personalizadas, posibilidad de elegir métodos de extracción (V60, prensa francesa) y catas mensuales para descubrir nuevas variedades.
Coctelería de autor	Combinados diseñados exclusivamente para Nekko Latte, inspirados en obras literarias y estaciones del año. Presentaciones únicas y maridajes recomendados.
Repostería gourmet	Postres artesanales, incluyendo opciones veganas, sin gluten y bajas en azúcar. Incorporación de postres temáticos según el evento mensual.
Merchandising	Tazas, termos, tote bags y láminas decorativas de edición limitada, con diseños artísticos que reflejan la esencia cultural del local y colaboraciones con ilustradores locales.
Libros a la venta	Selección exclusiva de editoriales independientes, autores locales, ediciones limitadas y obras recomendadas en los eventos culturales.

Fuente: Elaboración Propia

6.3.2. Estrategia de precios

Tabla 2. Estrategia de precios

Estrategia	Descripción
Basado en valor	Los precios reflejarán la experiencia completa: producto premium, presentación impecable y servicio excepcional. Se evitarán precios bajos que puedan desvirtuar la exclusividad de la marca. Por ejemplo, un café de especialidad tendrá un precio base de 3,50€, acompañado siempre de una pequeña degustación de repostería.
Packs especiales	<ul style="list-style-type: none"> - Desayunos premium (desde 9,90€): café, repostería exclusiva y pequeño detalle (como una cita literaria o minitarjeta de regalo). - Meriendas literarias (desde 14,90€): café o té, dulce gourmet y libro recomendado del mes. - Afterwork de autor (desde 16,50€): cóctel de autor, tapa gourmet y acceso preferente a la charla o evento programado. Incluye invitación a networking posterior.
Ofertas estratégicas	Campañas puntuales adaptadas a fechas clave (vuelta al cole, Black Friday, San Valentín). En cada caso, se diseñarán promociones especiales (como menús temáticos o 2x1 en eventos) que mantendrán la imagen de exclusividad sin recurrir a descuentos agresivos. Además, se ofrecerán descuentos personalizados a los miembros fidelizados según su nivel (Silver, Gold, Platinum).

Fuente: Elaboración Propia

6.3.3. Estrategias de distribución y ventas

Tabla 3. Estrategia de distribución y venta

Canal	Descripción
Venta en local	Atención personalizada con personal capacitado, ambiente exclusivo con playlist propia, carta digital interactiva y zonas diferenciadas (zona coworking, zona lectura, zona reuniones privadas).
Venta online	Tienda en la web para productos físicos (café molido, tazas, libros, merchandising), reserva anticipada para eventos con opción de pago seguro y confirmación inmediata. Plataforma accesible desde móvil y ordenador.
Take away y delivery	Embalajes premium biodegradables, personalizados con el logo de la marca. Alianzas con plataformas como Glovo y Uber Eats, ofreciendo menús diseñados para mantener la calidad y presentación hasta el domicilio. Opciones de pedido programado.
Colaboraciones	Convenios con universidades, centros de negocios y hoteles boutique para realizar packs corporativos, catas privadas y eventos conjuntos de fidelización para sus clientes o empleados.

Fuente: Elaboración Propia

6.3.4. Estrategia de promoción y comunicación

Tabla 4. Estrategia de promoción y comunicación

Medio/Canal	Descripción
Redes sociales	Publicaciones diarias con contenido dinámico: reels de preparación de bebidas, entrevistas a baristas y autores invitados, concursos mensuales y calendario cultural. Hashtags propios y colaboraciones cruzadas con influencers.
Email marketing	Boletín mensual con agenda de eventos, promociones personalizadas y recomendaciones culturales. Incluye cupones exclusivos para la base de datos segmentada por hábitos de consumo.
Prensa local y regional	Artículos mensuales en medios gastronómicos y culturales, notas de prensa para nuevos lanzamientos y colaboraciones con revistas lifestyle regionales.
Influencers locales	Campañas con embajadores de marca vinculados al ámbito cultural y gastronómico, quienes compartirán su experiencia y participación en eventos privados.
Eventos propios	Presentaciones literarias, jornadas gastronómicas y noches temáticas. Todos ellos comunicados mediante agenda digital y presencia en plataformas de ocio locales. La inscripción se podrá realizar directamente desde la web o app oficial.

Fuente: Elaboración Propia

6.4. Estrategia creativa

La estrategia creativa de Nekko Latte busca que, desde el primer vistazo, las personas entiendan que este no es un lugar cualquiera: es un espacio donde el café, la cultura y la inspiración se encuentran. Nuestra imagen corporativa está pensada para emocionar, atraer y hacer que la gente quiera descubrir qué hay detrás.

1. Diseño del logotipo corporativo

El logotipo de Nekko Latte combina una tipografía elegante y cercana: “Nekko” resalta con fuerza, mientras que “Latte” aporta suavidad. Se presenta sobre un fondo rojo con ornamentos dorados y flores, reflejando lujo, energía y sofisticación. Esta imagen busca transmitir desde el primer instante una experiencia visual única, creativa y acogedora.

2. Paleta de colores

- Rojo intenso: color principal que representa pasión, energía y elegancia, visible en elementos clave del local y la papelería.

- Dorado: pequeños detalles dorados que aportan ese toque premium sin resultar ostentosos.
- Blanco: aporta limpieza, claridad y amplitud visual, utilizado en fondos y elementos complementarios para equilibrar el diseño.

3. Estilo visual y elementos gráficos

- Texturas naturales: papel reciclado, madera clara y mármol suave en la papelería y el mobiliario, reflejando sostenibilidad y calidez.
- Iconografía personalizada: pequeños dibujos lineales de tazas, granos de café y libros, que aparecerán en las cartas, posavasos y redes sociales, siempre manteniendo un tono simpático y elegante.
- Fotografía cercana y real: imágenes que retratan clientes sonrientes, libros abiertos sobre mesas de café y detalles del local que inviten a quedarse.

4. Aplicación de la imagen corporativa

- La identidad de Nekko Latte será coherente y envolvente: las tazas llevarán ilustraciones únicas según la temporada, los tickets tendrán mensajes inspiradores, y cada mesa contará con pequeños detalles gráficos que harán sentir al cliente que todo ha sido pensado para él.
- Todo esto responde a nuestra idea de negocio: ser ese refugio urbano elegante donde se mezclan la inspiración, el ocio y la productividad. La estrategia creativa no solo decora, sino que narra una historia y hace que cada persona que cruce nuestras puertas quiera formar parte de ella.



7. PLAN DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

7.1. Esquema de la planificación, desarrollo y ejecución del bien o servicio

La experiencia en Nekko Latte comienza con el primer contacto y culmina con una visita satisfactoria que motive a volver.

- **Atracción del cliente:** Llega mediante redes sociales, recomendaciones o búsquedas, y puede reservar online.
- **Elección de zona:** Selecciona entre cafetería, biblioteca o bar.
- **Carta:** Disponible en formato digital (QR) o físico, con atención personalizada.
- **Pedido:** En barra, mesa o app, en zonas silenciosas se recomienda hacerlo sin asistencia directa, para evitar interrupciones.
- **Preparación:** El pedido se procesa de manera centralizada con productos frescos y presentación cuidada.
- **Servicio:** Entrega en mesa (cafetería/bar) o recogida en barra (biblioteca).
- **Pago:** El pago puede efectuarse en efectivo, tarjeta o móvil.
- **Valoración:** Se invita al cliente a dejar su valoración mediante encuesta física o digital.

7.2. Características detalladas del proceso de prestación del servicio

Nekko Latte dispone de tres áreas diferenciadas, adaptando el servicio a los objetivos de cada una, sin perder calidad.

En la cafetería, los productos se elaboran cada mañana con ingredientes frescos. La barra sigue recetas estandarizadas, garantizando consistencia y rapidez. El personal ofrece un trato cercano y profesional.

Las zonas de biblioteca y coworking priorizan el silencio. El pedido se realizará desde el móvil y se recogerá en barra para evitar interrupciones. Se ofrecerán packs especiales con bebida, snack saludable y acceso preferente.

El bar, operativo por la tarde-noche, se enfoca en el disfrute pausado, con cócteles de autor, un bartender especializado y eventos como catas, espectáculos o tertulias.

7.3. Recursos de localización, técnicos, humanos y materiales requeridos

7.3.1. Recursos de localización

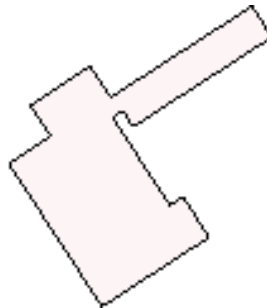
Nekko Latte estará ubicado en Santa Cruz de Tenerife, con entrada por la Calle Imeldo Serís, una de las vías más transitadas y céntricas. Esta localización garantiza visibilidad, accesibilidad y cercanía a zonas laborales, educativas y turísticas.

El local cuenta con dos plantas conectadas por escaleras. En la planta a nivel de calle se ubicará la cafetería temática y el bar lounge clásico, que compartirán espacio físico, pero se diferenciarán por producto, ambiente y horario. Durante el día, el entorno será elegante y luminoso; y al anochecer, se transformará en un bar refinado con iluminación ambiental y música envolvente.

La planta inferior acogerá la zona de biblioteca y coworking, con estanterías, mesas individuales, puntos de carga y WiFi de alta velocidad, en un ambiente silencioso y acogedor que favorezca la concentración.

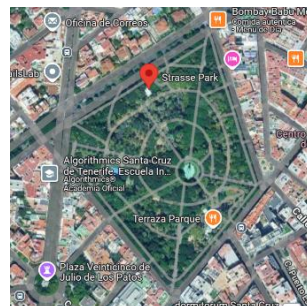
A continuación, se muestra el plano base del local, junto a su ubicación exacta.

Figura 2. Plano base del local



Fuente: www1.sedecatastro.gob.es

Figura 3. Ubicación del local



Fuente: www.google.com

7.3.2. Recursos técnicos

El equipamiento se distribuirá según la funcionalidad de cada espacio.

En la planta 0, se instalarán la cocina, la barra de café y la barra de coctelería. Además, esta área contará con una cafetera profesional de doble grupo, molinillos, vaporizadores, hornos eléctricos, batidoras, frigoríficos, congeladores y vitrinas para la exposición de productos. También se integrará un sistema de iluminación ajustable, sonido ambiental y tablets conectadas al TPV.

La planta -1 estará equipada con mobiliario ergonómico para estudio, estanterías para libros, iluminación regulable, señalética, papelería, WiFi de alta velocidad y puntos de carga. No obstante, toda la infraestructura digital estará conectada entre plantas, adaptada a las necesidades específicas de cada ambiente.

7.3.3. Recursos humanos

Nekko Latte contará con un equipo humano estructurado según las necesidades de cada área y del volumen de actividad inicial.

La Dirección General asumirá la coordinación estratégica y la supervisión global.

Bajo su liderazgo operarán responsables de operaciones y sala, cocina y producción, cultura y eventos, marketing y comunicación, y administración y finanzas, combinando jornadas completas, parciales e híbridas, promoviendo una gestión flexible.

El personal operativo incluirá camareros/as, baristas, ayudantes de cocina y auxiliar administrativo y personal de limpieza, con turnos parciales o completos.

Cada puesto optimiza recursos sin comprometer la calidad, asegurando atención eficaz, coherente con los valores y adaptable a las tres áreas y franjas horarias.

7.3.4. Materiales requeridos

Nekko Latte trabajará con proveedores seleccionados para garantizar productos frescos, sostenibles y coherentes con su identidad. La estrategia será mixta, combinando eficiencia logística y compromiso local.

Makro será el proveedor principal de alimentos, bebidas, menaje, limpieza y envases, por su fiabilidad y amplia gama.

Surpan se utilizará como apoyo puntual para bollería básica y masas, mientras que la repostería se elaborará internamente. Respecto al café, se ha elegido Premium Coffee Canarias, que suministrará café 100% arábico, formación y soporte técnico.

Los productos frescos provendrán de La Venta Nueva, proveedor local especializado en productos de temporada.

También se adquirirán libros, papelería y decoración para las zonas de estudio y ambientación local.

7.4. Sistemas logísticos, de almacenamiento y de gestión de stocks

La logística de Nekko Latte garantizará un abastecimiento eficiente, sostenible y ajustado a la demanda.

Los productos no perecederos se almacenarán en estanterías ventiladas, y los productos frescos en frigoríficos y congeladores próximos a la cocina y barra, aplicando el sistema FIFO, para evitar desperdicios.

Los materiales culturales se guardarán junto a la biblioteca, con control mediante inventarios periódicos.

La gestión de stock será digital, con registros automáticos, alertas y el sistema just in time, optimizando frescura y rotación.

La recepción se programará en horarios de menor afluencia, con controles de calidad.

Por último, el flujo interno evitará interferencias, separando zonas de paso y limitando movimientos entre plantas a reposiciones puntuales.

7.5. Recursos tecnológicos, seguridad y telecomunicaciones

Nekko Latte apostará por una infraestructura tecnológica moderna, clave para la experiencia del cliente y la gestión.

El sistema operativo integrará TPV, tablets, reservas, control de stock, encuestas y fidelización, permitiendo análisis en tiempo real del ticket medio y productos destacados.

El cliente podrá pedir desde su móvil mediante QR, consultar la carta y recibir notificaciones. En la biblioteca habrá WiFi, tomas de corriente, iluminación regulable y señalética silenciosa.

La web y la app, gestionadas externamente, permitirán reservas, consulta del menú o inscripción en eventos, con certificado SSL y alojamiento seguro.

En ciberseguridad, se implementarán antivirus, firewall, backups, doble autenticación y contraseñas cifradas, cumpliendo el RGPD.

Se valorará integrar un CRM (HubSpot o Zoho), con mantenimiento periódico y soporte externo.

8. DIRECCIÓN DE PERSONAS



8.1. Organigrama de personal

Una experiencia excelente no solo se consigue con un buen café y un espacio bonito, sino también con un equipo humano bien estructurado, motivado y comprometido. El organigrama está diseñado para asegurar una gestión eficiente del día a día, al mismo tiempo que permite crecer y adaptarse con agilidad a nuevas ideas y proyectos.

Figura 4. Funnel de ventas



Fuente: Elaboración Propia

A continuación se detallan los departamentos:

Dirección General:

- Área de máxima responsabilidad del centro.
- Coordinación estratégica de todas las áreas funcionales.
- Funciones: supervisión global, planificación, toma de decisiones y liderazgo del equipo.
- Responsable: Gerente de centro.

Operaciones y Sala:

- Encargada del servicio directo al cliente en sala y barra.
- Gestión del equipo de camareros/as y baristas.
- Funciones: organización de turnos, atención al cliente, control de calidad del servicio.
- Responsable: Jefe/a de sala.

Cocina y Producción

- Área responsable de la elaboración del menú y control de cocina.
- Participan el Jefe/a de cocina, el Ayudante de cocina y el coctelero.
- Funciones: producción culinaria, higiene alimentaria, gestión de stock y pedidos.
- Responsable: Jefe/a de cocina.

Administración y Finanzas

- Área encargada de la gestión contable, documental y financiera.
- Funciones: facturación, pagos, control de tesorería, archivo y coordinación con la asesoría externa.
- Responsable: Ayudante administrativo (reporta directamente a Gerencia).

Apoyo transversal y refuerzos

- Incluye al Especialista de servicio, con funciones polivalentes.
- Interviene en momentos puntuales: eventos, refuerzo de sala o barra.
- Funciones: cobertura operativa, atención en eventos, tareas logísticas.
- Responsable directo: Gerente o Jefes de área, según necesidad.

8.2. Descripción de los puestos de trabajo, funciones y competencias

Cada persona que forma parte del equipo, tiene un papel clave en la creación de esa experiencia especial que nos define, hospitalidad, cultura y estética. Para lograrlo, se ha diseñado una estructura de puestos clara, cuidada y alineada con la filosofía de marca: elegancia accesible, atención al detalle y pasión por lo que se hace.

A continuación en el siguiente anexo, se presentan las funciones y competencias de cada departamento. *(Anexo 3.41)*

8.3. Plan de contrataciones y desarrollo de competencias

No se trata solo de contratar personal, sino de encontrar personas que compartan nuestra visión y que deseen crecer con la marca en un entorno dinámico. Por eso, no solo se contempla la incorporación de talento, sino también su formación continua y motivación.

1. Selección del personal

La contratación se realizará a través de diversas vías para asegurar una selección de perfiles diversos y adecuados:

La selección del personal se llevará a cabo a través de varias vías complementarias, como la publicación de ofertas en portales especializados en hostelería y cultura (Hosteleo, Turijobs, LinkedIn), el uso de redes sociales oficiales y la red de contactos y recomendaciones profesionales. También se establecerán acuerdos con centros de formación y universidades para incorporar perfiles junior mediante prácticas.

Criterios de selección:

Se selecciona al equipo mediante entrevistas individuales, donde se valorarán la actitud, la vocación de servicio y la afinidad con nuestra filosofía. También se realizará pruebas prácticas adaptadas a cada puesto (como atención al cliente o preparación de productos) y dinámicas grupales en áreas que requieran trabajo en equipo, como eventos o comunicación. Además, se tendrá en cuenta el compromiso con la cultura, el detalle y la sostenibilidad.

2. Plan de formación

Nekko Latte pondrá en marcha un plan de formación que garantice que todo el equipo esté alineado con la filosofía del proyecto y preparado para ofrecer un servicio excelente:

Formación inicial:

- Bienvenida e integración: valores de marca, protocolo interno, recorrido por el local y filosofía del servicio.
- Formación específica por puesto: atención al cliente, manipulación de alimentos, uso del TPV, técnicas de café, maridajes, presentación de platos, etc.

Formación continua:

- Se organizarán talleres mensuales de mejora de habilidades (barismo, coctelería, gestión del tiempo, comunicación), a través de charlas culturales y sesiones creativas impartidas por colaboradores externos.
- También se realizarán planes de mejora individual para trabajadores que busquen asumir más responsabilidades.

3. Motivación y bienestar del equipo

- Un equipo motivado es clave para ofrecer una experiencia excelente. Por ello, se premiará el buen desempeño con reconocimientos públicos, incentivos y detalles que refuercen el compromiso. Se fomentará la comunicación mediante reuniones periódicas donde cada persona pueda aportar ideas y expresar sugerencias.

- La organización de horarios será flexible siempre que sea posible, favoreciendo la conciliación personal. Además, el equipo contará con beneficios internos como descuentos, participación en talleres y acceso preferente a eventos culturales. También se ofrecerá formación para quienes deseen crecer dentro del proyecto.

8.4. Normativa laboral aplicable al personal, contratos que se van a implantar y evaluación del rendimiento

El cumplimiento legal y el bienestar del equipo caminan de la mano. Se compromete a ofrecer condiciones laborales seguras, claras y motivadoras, cumpliendo con la normativa vigente y apostando por un equipo estable y comprometido.

Se regirá por el Estatuto de los Trabajadores (Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre), así como por el Convenio Colectivo de Hostelería aplicable en la provincia de Santa Cruz de Tenerife.

Tipos de contratos

Teniendo en cuenta la naturaleza diversa del negocio, se implementarán los siguientes tipos de contrato:

- Contrato indefinido a tiempo completo: para responsables de área (sala, cocina, eventos, marketing, administración).
- Contrato indefinido a tiempo parcial: para puestos de apoyo con horarios rotativos o flexibles (eventos, comunicación).
- Contrato de prácticas o formación: en colaboración con centros educativos para integrar jóvenes talentos con posibilidad de incorporación futura.
- Contrato temporal por circunstancias de la producción (ETT): para campañas específicas, refuerzos por eventos o temporadas altas.

Evaluación del rendimiento

La evaluación se realizará cada seis meses por la Dirección General y los responsables de área, a través de observación directa y reuniones individuales. Se medirá el cumplimiento de tareas específicas por rol:

- Sala: atención al cliente y eficiencia en el servicio.
- Cocina: calidad, presentación y control del desperdicio.
- Eventos: planificación y asistencia a actividades.
- Marketing: crecimiento en redes y creatividad en campañas.
- Administración: exactitud en pagos y gestión documental.

8.5. Sistema de retribución

Como empresa de nueva creación, se aplica un sistema de retribución mixto adaptado a nuestra etapa inicial, pero con una clara orientación al crecimiento. Se asegura el cumplimiento del salario mínimo legal vigente, con la intención de mejorar progresivamente las condiciones según la evolución del negocio.

Estos sueldos se plantean como base de arranque, con revisión anual según la evolución económica del proyecto, en el Anexo 44 se presenta la remuneración.

8.6. Plan de Igualdad

En Nekko Latte se apuesta por un entorno laboral justo, respetuoso e inclusivo. El compromiso con la igualdad se refleja en medidas concretas que garantizan condiciones equitativas para todo el equipo:

- **Selección objetiva:** el acceso al empleo se basará exclusivamente en la experiencia, formación y actitud, sin tolerancia a la discriminación.
- **Retribución equitativa:** a igual función, igual salario. Se aplicarán revisiones periódicas para asegurar proporcionalidad.
- **Promoción interna:** se valorará el compromiso y el desempeño para ofrecer oportunidades de crecimiento dentro del equipo.
- **Conciliación y flexibilidad:** se procurará adaptar turnos y horarios a situaciones personales justificadas.
- **Ambiente respetuoso:** se fomentará la colaboración y el buen trato, actuando ante cualquier comportamiento inapropiado.
- **Comunicación inclusiva:** se usarán formatos accesibles como cartelería clara, lectura fácil, pictogramas y QR con audio, para facilitar la integración.

9. ASPECTOS JURÍDICOS

9.1. Elección de la forma jurídica

Para la constitución de Nekko Latte se ha optado por una S.L., por su flexibilidad operativa, adecuación al tamaño del proyecto y por limitar la responsabilidad de los socios al capital aportado, protegiendo su patrimonio personal.

Según la Ley 18/2022, de 28 de Septiembre, ya no es obligatorio un capital mínimo de 3.000€, permitiendo constituir una sociedad con solo 1€. No obstante, se ha decidido establecer un capital social de 3.000€, como recoge el plan financiero, evitando obligaciones adicionales.

Estas incluyen destinar al menos el 20% del beneficio anual a una reserva legal hasta alcanzar los 3.000€, y la responsabilidad subsidiaria de socios y administradores en caso de liquidación, que se evita al superar dicho umbral.

Asimismo, esta forma jurídica permite una administración sencilla y una estructura ágil, inicialmente asumida por los socios fundadores.

A diferencia de una S.A., no exige capital elevado ni estructuras complejas, resultando ventajoso para emprender con agilidad.

Por lo tanto, la elección combina simplicidad jurídica, protección legal y funcionalidad operativa.

9.2. Obligaciones fiscales

Como S.L., Nekko Latte tributará por el IS, con un tipo general del 23-25%, según el volumen de ingresos, y un tipo reducido del 15%, los dos primeros ejercicios con base imponible positiva, según la Ley 27/2014.

Además, al operar en Canarias, estará sujeta al IGIC (Ley 20/1991), con un tipo general del 7%, sustituyendo al IVA peninsular, aunque existen tipos distintos según el producto o servicio.

Adicionalmente, la empresa deberá presentar las siguientes obligaciones fiscales:

- **Modelo 036:** Declaración censal de alta en el censo de empresarios y profesionales.

- **Modelo 400:** Declaración censal de comienzo, modificación o cese de actividad en el IGIC.
- **Modelo 420:** Declaración trimestral del IGIC.
- **Modelo 425:** Resumen anual del IGIC.
- **Modelo 202:** Pagos fraccionados del IS.
- **Modelo 111:** Retenciones e ingresos a cuenta por rendimientos del trabajo y actividades profesionales.
- **Modelo 115:** Retenciones por arrendamientos de inmuebles urbanos.

Por otro lado, no será necesario presentar el IAE, puesto que solo se exige a empresas que superen el millón de euros de cifra de negocio, límite que no alcanza según las previsiones establecidas (*Anexo 2.29*).

Finalmente, la gestión fiscal será asumida por una asesoría especializada en normativa canaria, garantizando cumplimiento normativo, presentación en plazo y adaptación a cualquier cambio legal que pudiese producirse.

9.3. Trámites para la constitución de la sociedad

La constitución de Nekko Latte se desarrollará en distintas fases ordenadas cronológicamente, atendiendo a la normativa vigente:

1. Solicitud de la certificación negativa de nombre en el RMC para asegurar la disponibilidad de “Nekko Latte” como denominación social, realizándose de manera online en el portal del RMC.
2. Apertura de una cuenta bancaria a su nombre, donde se ingresará el capital social.
3. Redacción de los estatutos sociales, que incluirán denominación, objeto social, domicilio, duración, capital y régimen de administración.
4. Otorgamiento de la escritura pública ante notario, firmada por todos los socios fundadores.

5. Obtención del NIF provisional (modelo 036).
6. Liquidación del ITP/AJD (modelo 600), exento en constituciones de sociedades.
7. Inscripción en el Registro Mercantil Provincial de Santa Cruz de Tenerife, la cual indica la adquisición de personalidad jurídica.
8. Obtención del NIF definitivo.
9. Alta en el Censo de Empresarios (modelo 036).
10. Comunicación de apertura del centro de trabajo ante la autoridad laboral de Canarias.
11. Legalización en formato electrónico de los libros societarios y contables, en el Registro Mercantil.
12. Registro de la marca “Nekko Latte” en la OEPM, como medida de protección de identidad comercial e imagen de marca.

9.4. Gastos de constitución

La constitución de Nekko Latte como S.L. supondrá una inversión inicial necesaria para formalizar legalmente la empresa y proteger su identidad comercial desde el inicio.

El primer trámite será la solicitud de la certificación negativa del nombre en el RMC (13,52€). Seguidamente, se procederá a la escritura pública ante notario, con unos honorarios oscilan entre 150-350€, y la inscripción en el Registro Mercantil (50-100€). A ello se le incluyen los servicios de asesoría o gestoría (200-600€), fundamentales para la correcta tramitación del alta en Hacienda, Seguridad Social y otras gestiones administrativas.

Además, se debe incluir el registro de la marca “Nekko Latte” en la OEPM (127,88€) y otros gastos menores como el certificado digital (24€) o la legalización de libros contables (hasta 100€).

En conjunto, se estimaría una inversión inicial entre 900 y 1.200€, que garantizarían el cumplimiento legal y protegería la identidad comercial.

10. PLAN FINANCIERO



10.1. Plan de Inversión y Financiación

La inversión inicial necesaria para poder poner en marcha Nekko Latte, asciende a 31.119,47€, el cual incluye tanto el equipamiento como el capital circulante para poder cubrir los primeros meses de actividad. Dicha inversión se distribuye en inmovilizado intangible (4.127,88€), destinándose al desarrollo digital, herramientas informáticas y registro de marca; e inmovilizado material (22.152€), asociado a instalaciones, maquinaria, mobiliario, utillaje y equipos de gestión digital.

Tabla 5. Cuadro de inversión (2025)

INVERSIÓN	31.119,47
Inmovilizado Intangible	4.127,88
Inmovilizado material	22.152,00
Inversiones inmobiliarias	0,00
Tesorería	3.000,00

Fuente: Elaboración propia

Asimismo, se ha previsto contar con un capital social de 3.000€, acompañado de unas aportaciones de los socios de 8.119,47€, conformando los fondos propios de la sociedad, y una financiación privada de 20.000€, procedente de un crédito a 5 años al 4% TIN, ofrecido por Banco Santander.

Tabla 6. Cuadro de financiación (2025)

FINANCIACIÓN	31.119,47
Fondos propios	11.119,47
Capital	11.119,47
Deudas largo plazo	20.000,00
Deudas con terceros	20.000,00
Condiciones deudas con terceros	
Tipo interés (%)	4,00%
Plazo (años)	5,00

Fuente: Elaboración propia

Además, se ha previsto seguir una estrategia de reinversión de beneficios durante las primeras fases, destinando los excedentes como aportaciones complementarias, con el objetivo de reforzar la liquidez y sostener el crecimiento, sin necesidad de recurrir a financiación externa.

10.2. Proyección de Ingresos y Gastos

A lo largo del primer ejercicio, se espera una afluencia media de 2.600 visitas mensuales, calculadas de la siguiente manera:

$$\frac{\text{Personas diarias previstas} \times (\text{Días de apertura} \times \text{Semanas al año})}{\text{Meses}}$$

$$\frac{100 \times (6 \times 52)}{12} = 2.600 \text{ visitas}$$

Con un ticket medio de 11,77€, las ventas de productos gastronómicos ascienden a 187.255,25€. A este importe se le deben de incluir los ingresos complementarios (pases de entradas, eventos y merchandising), añadiéndose un total de 65.412,50€, dando lugar a una previsión global de 271.419,19€ (IGIC incluido).

No obstante, para 2026 y 2027, se aplica un incremento del 2% anual en los precios unitarios, como ajuste por inflación, elevando la previsión de ingresos a 712.926,81 y 727.185,35€, respectivamente.

Tabla 7. Previsión de ingresos (2025-2027)

	2025	2026	2027
Previsión ingresos	252.667,75	664.546,83	677.837,77
Ventas IGIC Incluido	271.419,19	712.926,81	727.185,35
Ventas	187.255,25	327.429,18	333.977,76
Otros ingresos	65.412,50	337.117,65	343.860,00

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, los gastos de 2025 incluyen 83.039€ en aprovisionamientos (aprovisionamientos, otros aprovisionamientos y trabajos realizados por terceros), 114.791,34€ en personal (salarios y cargas sociales) y 60.229,60€ en otros gastos de explotación. Asimismo, se dota una amortización anual de 5.521,45€.

Para los ejercicios siguientes, dichos conceptos aumentan, puesto que en el primer año solo se tuvieron en cuenta los costes de medio año, al iniciar la actividad en junio.

Tabla 8. Previsión de gastos (2025-2027)

	2025	2026	2027
Previsión gastos	264.314,29	628.329,98	633.656,97
Aprovisionamientos IVA incluido	89.033,73	386.590,25	386.590,25
Aprovisionamientos	62.877,50	277.845,00	277.845,00
Otros aprovisionamientos	16.729,50	69.834,00	69.834,00
Trabajos realizados por terceros	3.432,00	8.112,00	8.112,00
Total aprovisionamientos	83.039,00	355.791,00	355.791,00
Gastos de personal	114.791,34	196.763,73	196.763,73
Otros gastos de explotación	60.229,60	68.171,12	68.171,12
Gastos financieros	732,89	582,67	426,34
Amortización	5.521,45	7.021,45	12.504,79

Fuente: Elaboración propia

10.3. Análisis de los Flujos de Caja

10.3.1 Cálculo del coste del capital

Para el cálculo del WACC, se ha empleado el modelo CAMP para estimar el coste de los fondos propios, junto con el coste de la deuda y la estructura financiera real de Nekko Latte. En primer lugar, el coste de los fondos propios (r_{FP}) se obtiene como:

$$r_{FP} = r_f + \beta_L \times (r_m - r_f)$$

Donde la tasa libre de riesgo (r_f) se sitúa en el 3,21%; la prima de mercado ($r_m - r_f$) en 6,46% y la beta apalancada (β_L), calculada a partir de la beta desapalancada sectorial (0,93) y la relación deuda/fondos propios, resulta en un 2,35, siendo:

$$r_{FP} = 3,21\% + 2,35 \times 6,46\% = 18,42\%$$

A continuación, el coste de la deuda (r_D) se ha fijado en 4%, correspondiente a las condiciones del préstamo anteriormente mencionado y se ha aplicado un tipo impositivo efectivo del 15%, dando lugar a la siguiente estructura:

$$r^* = r_{FP} \times \frac{FP}{FP + D} + r_D \times (1 - t_s) \times \frac{D}{FP + D}$$

$$r^* = 18,42\% \times \frac{11.119,47}{11.119,47 + 20.000} + 4\% \times (1 - 15\%) \times \frac{20.000}{11.119,47 + 20.000} \cong 8,77\%$$

Este 8,77% es empleado como tasa de descuento para actualizar los flujos futuros y evaluar la creación de valor del proyecto.

Tabla 9. WACC

WACC	8,77%
WACC=rFP*((FP/FP)+D)+rD*(1-ts))*((D/FP)+D)	
Fondos propios (FP)	11.119,47
Deuda (D)	20.000,00
Tipo impositivo (ts)	15,00%
Tasa libre de riesgo (rf)	3,21%
Prima de mercado (rm-rf)	6,46%
β (Beta Restaurant/Dining) (Desapalancada)	0,93
Coste de la deuda (rD)	4,00%
β (Beta Restaurant/Dining) (Apalancada)	2,35
Coste de fondos propios	18,42%
rFP=rf+ β^* (rm-rf)	

Fuente: Elaboración propia

10.3.2 Análisis de viabilidad: VAN, TIR y Plazo de Recuperación

En el análisis de viabilidad se descuentan los flujos de caja netos proyectados con el WACC obtenido.

- Flujo 0 (Inversión inicial): -31.119,47€
- Flujo 1 (2025): -3.645,21€
- Flujo 2 (2026): 38.388,45€
- Flujo 3 (2027): 50.484,80€

Aplicando la fórmula:

$$VAN = -CF_0 + \sum_{i=1}^n \frac{Q_i}{(1+k)^i}$$

Se obtiene un VAN de 39.050,89€, lo que indica que, tras descontar el coste de oportunidad del capital, el proyecto generará un valor adicional significativo.

Tabla 10. VAN y plazo de recuperación

COSTE DEL CAPITAL (TASA DE DESCUENTO)		8,77%			
VAN					
Periodo	0	1	2	3	
Flujos a descontar	29.279,88	-3.645,21	38.388,45	50.484,80	
Flujos descontados	-29.279,88	-3.351,36	32.448,72	39.233,41	
VAN (sumatorio de flujos descontados)	39.050,89				

Fuente: Elaboración propia

La TIR resulta en un 47%, aproximadamente y el periodo de recuperación de la inversión se sitúa entre uno y dos años, dado que los flujos acumulados superan los 31.119,47€ a lo largo de 2026.

Tabla 11. TIR y periodo de recuperación

TIR	47%
Flujos de Caja	
	0 -31.119,47
	1 -3.645,21
	2 38.388,45
	3 50.484,80

Fuente: Elaboración propia

Estos indicadores confirman la rentabilidad y capacidad de generación de liquidez de Nekko Latte, ofreciendo un perfil atractivo de retorno para los socios.

10.3.3 Análisis del punto de equilibrio: Umbral de rentabilidad

En 2025, el umbral de rentabilidad, respecto a las ventas mínimas para cubrir costes, se calcula dividiendo los costes fijos por el margen de contribución medio.

El total de costes fijos incluye partidas como alquileres, salarios y cargas sociales, seguros y otros gastos de estructura. El margen de contribución resulta de restar las ventas las ventas netas con los costes variables y dividirlo por las ventas netas:

$$\text{Margen de contribución} = \frac{252.667,75 - 83.039}{252.667,75} \cong 67,14\%$$

Por tanto, el umbral de ventas en euros es:

$$\text{Umbral de rentabilidad} = \frac{180.542,40}{67,14\%} \cong 268.923,99\text{€}$$

Tabla 12. Umbral de rentabilidad (ventas)

Umbral de rentabilidad (ventas)	268.923,99 €
Costes fijos totales/Margen de contribución medio	
Costes fijos totales	180.542,40
Margen de contribución	67,14%
(Ventas netas-Costes variables)/Ventas netas	
Ventas netas	252.667,75
Costes variables (Aprovisionamientos)	83.039,00

Fuente: Elaboración propia

Y el umbral en unidades se obtiene dividiendo los costes fijos por el margen unitario medio (*Precio medio – Coste variable unitario*).

$$\text{Umbral de rentabilidad} = \frac{180.542,40}{6,44} \cong 28.019,77 \text{ unidades}$$

Tabla 13. Umbral de rentabilidad (unidades)

Umbral de rentabilidad (unidades)	28.019,77
Costes fijos/Margen unitario medio	
Costes fijos totales	180.542,40
Precio medio (Pmedio)	9,60 €
Ventas netas anuales/Unidades totales vendidas	
Ventas netas anuales	252.667,75
Unidades totales vendidas	26.326,00
Coste variable unitario medio (Cvu)	3,15 €
Costes variables/Unidades totales vendidas	
Costes variables (Aprovisionamientos)	83.039,00
Margen unitario medio (Mcu)	6,44 €
Precio medio-Coste variable unitario medio	

Fuente: Elaboración propia

Este nivel de facturación no se alcanza en el primer periodo, lo cual es habitual en la fase de arranque. Sin embargo, el umbral se supera con creces en 2026 y 2027, validando la estrategia de crecimiento gradual, partiendo de una estructura de costes controlada y un incremento sostenible.

10.4. Estados financieros: Balance, PyG y Estado de flujos de efectivo

Durante 2025, el PyG arroja una pérdida neta de -9.899,56€, por elevados costes iniciales y amortización (5.521,45€). No obstante, al reincorporar dicha amortización y ajustar los gastos financieros, el cash-flow mejora a -3.645,21€, evidenciando liquidez operativa. En los ejercicios siguientes, este flujo aumenta hasta 38.388,45€ (2026) y 50.484,80€ (2027). (*Anexo 2.30*)

Respecto al balance, 2025 cierra con un Activo no corriente de 20.758,43€, (inmovilizado material: 17.976,67€), y un Activo corriente de 7.289,73€ (tesorería:

5.542,75€; deudores: 1.746,98€). El Patrimonio Neto de 1.219,92€, procede de fondos propios (11.119,47€), conformado por 3.000€ de capital social y el resto por aportaciones adicionales; y el pasivo suma 12.475,63€ de deudas a largo plazo y 3.837,29€ a corto plazo. (Anexo 2.35-36)

La tesorería inicial de 3.000€ evoluciona hasta 5.542,75 en 2025; 51.056,93€, en 2026; y 101.135,94€, en 2027, confirmando solvencia y viabilidad del plan. (Anexo 2.29)

10.5. Análisis de sensibilidad

Se anticipan tres posibles escenarios para evaluar el impacto en margen, umbral de rentabilidad y cash-flow, definiendo medidas de contingencia:

- **Escenario crítico**

En caso de no concederse la licitación del espacio público, se buscará una ubicación alternativa, se adaptará el modelo a un local privado o se negociará con el Ayuntamiento.

- **Escenario pesimista**

Con menor demanda y alza de costes, se renegociarán acuerdos con proveedores, se optimizará la carta, eliminando productos de bajo margen, se aplicarán ajustes de precio moderados y se pospondrán inversiones no críticas.

- **Escenario optimista**

Con una demanda superior se ampliarán turnos y personal, para absorber el crecimiento, se reinvertirán excedentes a mejoras de espacio y fidelización, y se anticipará la programación de eventos y colaboraciones, manteniendo la calidad.

11. PLAN DE ACCIÓN



11.1. Principales fases del proyecto

Este proyecto tiene un tiempo de ejecución de seis meses, desde la formalización de la idea hasta la apertura al público. El proceso abarca desde la constitución legal y adecuación del local hasta la contratación del equipo y el lanzamiento inicial.

Fase 1. Diseño de la idea (Mes 1)

Fase 2. Trámites legales (Mes 2)

Fase 3. Acondicionamiento del local (Meses 2–3)

Fase 4. Contratación y formación (Mes 4)

Fase 5. Desarrollo tecnológico y marketing (Meses 4–5)

Fase 6. Pruebas piloto y apertura (Mes 6)

11.2. Plan de trabajo: Definición de tareas / actividades a llevar a cabo en el proyecto

Tabla 14. Plan de Trabajo

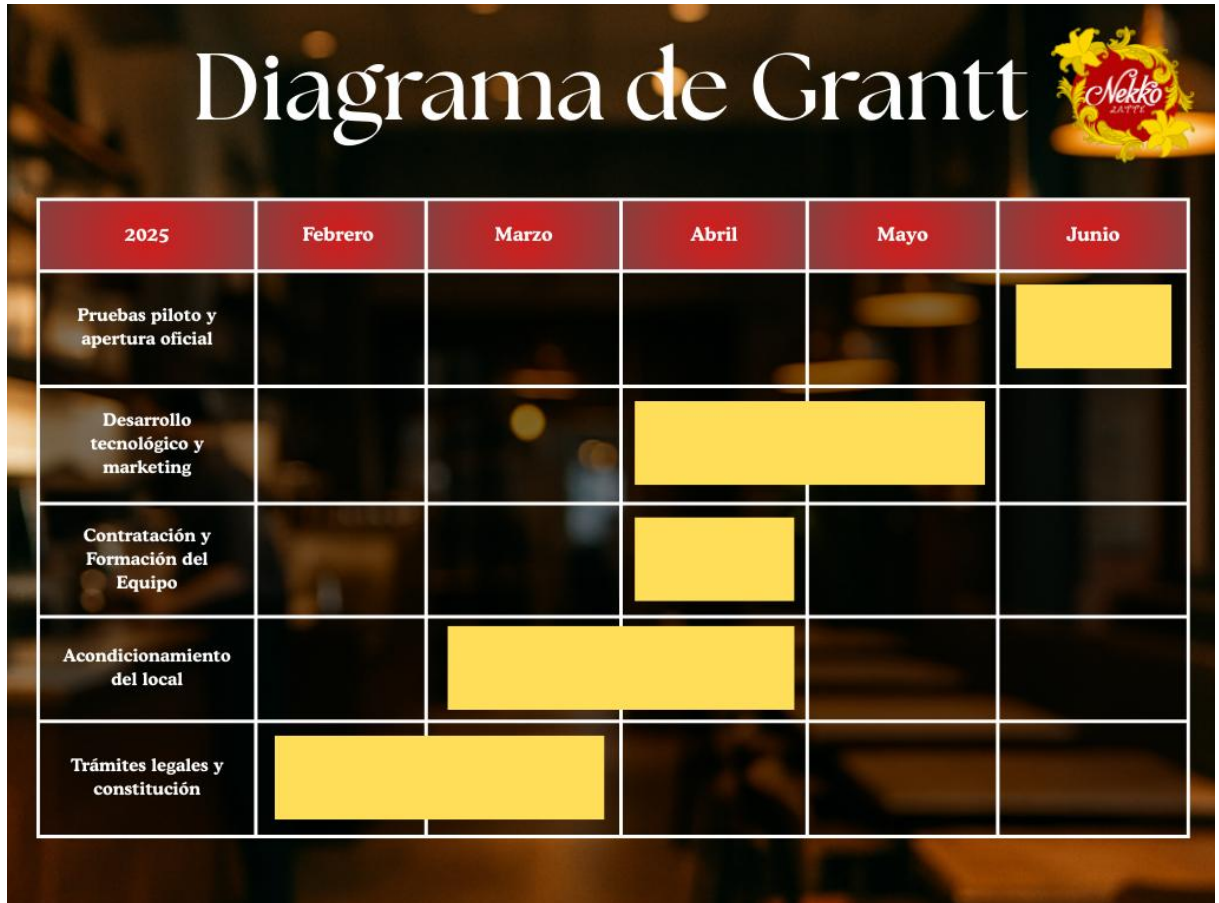
Fase	Mes de ejecución	Actividades clave	Resultados previstos
Trámites legales y constitución	Mes 1 - 2	Registro de la empresa, obtención de NIF, redacción de estatutos	Empresa legalmente constituida y operativa a nivel fiscal y jurídico
Acondicionamiento del local	Meses 2 - 3	Reformas, compras de mobiliario, instalación de equipos y decoración	Espacio acondicionado y listo para su uso en todas las áreas
Contratación y formación del equipo	Mes 4	Publicación de ofertas, entrevistas, formación inicial por área	Equipo formado, motivado y preparado para ofrecer el servicio
Desarrollo tecnológico y marketing	Meses 4 - 5	Desarrollo de app y web, estrategia en redes sociales, campaña de visibilidad	Infraestructura digital lista y marca posicionada en el entorno local
Pruebas piloto y apertura oficial	Mes 6	Ensayos con público interno, ajustes operativos, inauguración del negocio	Operación iniciada y primeros clientes atendidos con éxito

Fuente: Elaboración propia

11.3 Cronograma de acciones: Diagrama de Gantt

El diagrama de Gantt refleja la planificación de las acciones clave para la apertura de Nekko Latte entre febrero y junio de 2025.

Figura 5. Diagrama de Gantt



Fuente: Elaboración propia

11.4 Diagrama de Pert

El diagrama de Pert muestra la secuencia lógica de tareas necesarias para la apertura de Nekko Latte. Todas las acciones culminan en la fase final de pruebas piloto y apertura oficial, que solo puede realizarse si las etapas anteriores se han completado correctamente.

Figura 6. Diagrama de Pert



Fuente: Elaboración propia

12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

5 Fuerzas de Porter. (s.f.). *5 Fuerzas de Porter*. <https://www.5fuerzasdeporter.com/>

Agencia Estatal de Administración Tributaria. (s.f.). *Modelo 036. Censo de empresarios, profesionales y retenedores – Declaración censal de alta, modificación y baja*. Sede Electrónica de la Agencia Estatal de Administración Tributaria.

<https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/procedimientoini/G322.shtml>

Agencia Estatal de Administración Tributaria. (s.f.). *Modelo 111. Declaración informativa de rentas sometidas a retención e ingreso a cuenta*. Sede Electrónica de la Agencia Estatal de Administración Tributaria.

<https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/procedimientoini/GH01.shtml>

Agencia Estatal de Administración Tributaria. (s.f.). *Modelo 115. Retenciones e ingresos a cuenta de rentas por arrendamiento de inmuebles urbanos*. Sede Electrónica de la Agencia Estatal de Administración Tributaria.

<https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/procedimientoini/GH02.shtml>

Agencia Estatal de Administración Tributaria. (s.f.). *Modelo 202. IS: Impuesto sobre Sociedades e Impuesto sobre la Renta de no Residentes (establecimientos permanentes y entidades en régimen de atribución de rentas constituidas en el extranjero con presencia en territorio español). Pago fraccionado*. Sede Electrónica de la Agencia Estatal de Administración Tributaria.

<https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/procedimientoini/GE00.shtml>

Alcubilla, P. (2024, 17 de diciembre). *Informe 2024 del sector del café en España*.

Alimarket. <https://www.alimarket.es/alimentacion/informe/398749/informe-2024-del-sector-del-cafe-en-espana>

Anexo: Países por índice de desarrollo humano. (2025, 22 de mayo). Wikipedia, la enciclopedia libre.

https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Pa%C3%ADses_por_%C3%ADndice_de_de_sarrollo_humano

Asesoría Orihuela Costa. (s.f.). *Modelo 202: guía completa sobre el pago fraccionado del Impuesto sobre Sociedades*. <https://www.asesoriaorihuelacosta.com/modelo-202-guia-completa-sobre-el-pago-fraccionado-del-impuesto-sobre-sociedades/>

Asociación Española de Café. (s.f.). *Datos del café*. <https://www.asociacioncafe.com/datos-cafe/>

Asociación Española de Café. (s.f.). *Infografía Estadística Sectorial AECafé: Datos 2022–2023*. https://www.asociacioncafe.com/wp-content/uploads/2024/10/Infografia-Estadistica-Sectorial-AECafe_Datos-2022_2023_FINAL.pdf

BBVA. (s.f.). *Hostelería*. BBVA Empresas. <https://www.bbva.es/empresas/hosteleria.html>

Café Caramba. (s.f.). *El Restaurante*. Café Caramba. <https://cafecaramba.com/el-restaurante>

Canarias despide la temporada alta turística con una ligera caída en la ocupación. (2025, 2 de mayo). Cadena SER. <https://cadenaser.com/canarias/2025/05/02/canarias-despide-la-temporada-alta-turistica-con-una-ligera-caida-en-la-ocupacion-ser-las-palmas/>

Cardona Arbeláez, D. A. (2009). *Una aproximación sobre lo que es responsabilidad social empresarial. Saber, ciencia y libertad*, 4(2), 161–167. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6261725.pdf>

Cegid. (s.f.). *¿Qué es el modelo 400 en Canarias GP?* <https://www.cegid.com/ib/es/blog/que-es-modelo-400-canarias-gp/>

Centro de Investigaciones Sociológicas. (2024). *Barómetro de diciembre de 2024* (Estudio núm. 3489). <https://www.cis.es/documents/d/cis/es3489mar-pdf>

Confederación Canaria de Empresarios. (2025, 21 de enero). *Conclusiones del Informe de Coyuntura Socioeconómica, Diciembre 2024*. Confederación Canaria de Empresarios. <https://ccelpa.org/2025/01/21/>

Constante y progresiva caída de la natalidad en Canarias. (2025, 5 de enero). La Provincia. <https://www.laprovincia.es/sociedad/2025/01/05/constante-progresiva-caida-natalidad-canarias-113096511.html>

Coworking Spain. (s.f.). *Workeamos Coworking Tenerife.* <https://coworkingspain.es/espacios/coworking/santa-cruz-de-tenerife/workeamos-coworking-tenerife>

Damodaran, A. (s.f.). *betaEurope.* Stern School of Business, New York University. <https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/pc/datasets/betaEurope.xls>

Damodaran, A. (s.f.). *ctrypremJuly24.* Stern School of Business, New York University. <https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/pc/datasets/ctrypremJuly24.xlsx>

Damodaran, A. (s.f.). *WACC Europe.* Stern School of Business, New York University. <https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/pc/datasets/waccEurope.xls>

Datosmacro.com. (s.f.). *Bono social España.* https://datosmacro.expansion.com/bono/espana?utm_source=chatgpt.com

Datosmacro.com. (s.f.). *Canarias 2025.* <https://datosmacro.expansion.com/ccaa/canarias>

Datosmacro.com. (s.f.). *EPA de Canarias 2025.* <https://datosmacro.expansion.com/paro-epa/espana-comunidades-autonomas/canarias>

Datosmacro.com. (s.f.). *Índice de Desarrollo Humano de Canarias.* <https://datosmacro.expansion.com/idh/espana-comunidades-autonomas/canarias>

Datosmacro.com. (s.f.). *Índice de Desarrollo Humano de España.* <https://datosmacro.expansion.com/idh/espana>

Datosmacro.com. (s.f.). *Paro de Canarias.* <https://datosmacro.expansion.com/paro/canarias>

Datosmacro.com. (s.f.). *PIB de Canarias.* <https://datosmacro.expansion.com/pib/canarias>

Datosmacro.com. (s.f.). *Piramide de población de Canarias*. Datosmacro.com.
<https://datosmacro.expansion.com/demografia/estructura-poblacion/espana-comunidades-autonomas/canarias>

Declaración censal. (s.f.). Sage Advice España. <https://www.sage.com/es-es/blog/diccionario-empresarial/declaracion-censal/>

Declaración Modelo 425 IGIC. (s.f.). Datisa. <https://datisa.es/declaracion-modelo-425-igic/>

DegustaSantaCruz. (s.f.). *Kiosco El Príncipe*.
<https://degustasantacruz.com/establecimientos/kiosco-el-principe/>

Dirección General de Tributos de Canarias. (s.f.). *Modelos de IGIC*. Gobierno de Canarias.
<https://www3.gobiernodecanarias.org/tributos/atc/jsf/publico/asistenciaContribuyente/modelos/listado.jsp?tributo=IGIC>

Dirección General del Catastro. (s.f.). *Consulta de Bienes Inmuebles*. Sede Electrónica del Catastro.
<https://www1.sedecatastro.gob.es/CYCBienInmueble/OVCConCiud.aspx?del=38&mun=900&UrbRus=U&RefC=7401201CS7570S0001DD&Apenom=&esBice=&RCBice1=&RCBice2=&DenoBice=&from=nuevoVisor&ZV=NO&anyoZV=>

El sector de la hostelería cerrará 2024 con un crecimiento del 6%. (2024, 11 de diciembre). Hosteltur. https://www.hosteltur.com/167237_el-sector-de-la-hosteleria-cerrara-2024-con-un-crecimiento-del-6.html

El sector de la hostelería cerrará 2024 con un crecimiento del 6%. (2024, 11 de diciembre). Hosteltur. https://www.hosteltur.com/167237_el-sector-de-la-hosteleria-cerrara-2024-con-un-crecimiento-del-6.html

Espacio 105 Santa Cruz. (s.f.). *Información*. Facebook.
https://www.facebook.com/espacio105.santacruz/about_details?locale=es_ES

Eustat. (s.f.). *Índice de desarrollo humano: última nota de prensa*.
https://www.eustat.eus/estad/id_852/ti_Indice-de-desarrollo-humano/ultima-nota-prensa.html

Fernández, E. (2025, 5 de mayo). *Modelo 202: pagos a cuenta del Impuesto de Sociedades*. Anfix. <https://www.anfix.com/blog/como-rellenar-el-modelo-202-pagos-a-cuenta-del-impuesto-de-sociedades>

GastroRanking. (s.f.). *Kiosco Príncipe*. https://gastroranking.es/r/kiosco-principe_105820/

Gobierno de Canarias. (2010, 30 de julio). *Decreto 90/2010, de 22 de julio, por el que se regula la actividad turística de restauración y los establecimientos donde se desarrolla*. Boletín Oficial de Canarias, núm. 149, pp. 4447–4450. https://noticias.juridicas.com/base_datos/CCAA/ic-d90-2010.html

Gobierno de Canarias. (s.f.). *Modelo 425: Declaración resumen anual de IGIC*. Sede Electrónica de Tributos de la Comunidad Autónoma de Canarias. <https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/tramites/4018>

Gobierno de Canarias. (s.f.). *Reconocimiento del Derecho a la Renta Canaria de Ciudadanía*. Sede electrónica del Gobierno de Canarias. <https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/tramites/9627>

Gobierno de Canarias. (s.f.). *Trámites IGIC*. Sede Electrónica de Tributos de la Comunidad Autónoma de Canarias. <https://sede.gobiernodecanarias.org/tributos/jsf/publico/sede/tramites/tramite.jsp?categoria=igic>

Gobierno de Canarias. (s.f.). *Unidad de Apoyo a la Promoción*. Gobierno de Canarias. <https://www.gobiernodecanarias.org/turismo/UAP/index.html>

Graduado Social TF. (s.f.). *Tablas salariales Convenio de Hostelería Santa Cruz de Tenerife 2022–2026*. https://graduadosocialtf.org/wp-content/uploads/2023/02/TABLAS-SALARIALES-CONVENIO-DE-HOSTELERIA-SANTA-CRUZ-DE-TENERIFE-2022-2026_compressed.pdf

Grupo Strasse. (s.f.). *STRASSE PARK*. <https://strasselounge.wixsite.com/grupostrasse/strasse-park>

Hostelería de España señala que el sector cerrará 2024 con un crecimiento del 6% y anticipa una leve desaceleración para 2025. (2024, 10 de diciembre). Servimedia.

<https://www.servimedia.es/noticias/hosteleria-espana-senala-sector-cerrara-2024-crecimiento-6-anticipa-una-leve-desaceleracion-para-2025/>

HostelVending.com. (2024, 28 de agosto). *CoffeeXperience, el punto de encuentro para el sector del café en GUEXT 2024*. HostelVending. <https://www.hostelvending.com/noticias-vending/coffeeexperience-el-punto-de-encuentro-para-el-sector-del-cafe-en-guext-2024>

IFEMA. (s.f.). *Coffee Fest*. <https://www.ifema.es/coffee-fest>

Infoautónomos. (2025, 14 de mayo). *Modelo 420 IGIC: qué es y cómo se presenta*. Infoautónomos. <https://www.infoautonomos.com/blog/modelo-420-igic/>

Infoautónomos. (2025, 30 de abril). *El IGIC de Canarias*. Infoautónomos. <https://www.infoautonomos.com/fiscalidad/el-igic-de-canarias/>

Instituto Canario de Estadística. (2025, 7 de febrero). *Contabilidad Trimestral de Canarias. Base 2015. 2024 Cuarto trimestre*. ISTAC. <https://www.gobiernodecanarias.org/istac/.content/noticias/contabilidad-trimestral-canarias-noticia-2024-cuarto-trimestre.html>

Instituto Canario de Estadística. (s.f.). *Índice de Precios de Consumo (IPC)*. ISTAC. <https://www.gobiernodecanarias.org/istac/indicadores/IPC.html>

Instituto Canario de Estadística. (s.f.). *Población*. ISTAC. <https://www.gobiernodecanarias.org/istac/indicadores/poblacion.html>

Instituto Canario de Estadística. (s.f.). *Visualizador estadístico: conjunto de datos E30245A_000002*. ISTAC. https://www3.gobiernodecanarias.org/istac/statistical-visualizer/visualizer/data.html?resourceType=dataset&agencyId=ISTAC&resourceId=E30245A_000002&version=~latest#visualization/table

Instituto Nacional de Estadística. (s.f.). *Estadística continua de población. Últimos datos*. INEbase. https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177095&menu=ultiDatos&idp=1254735572981

Instituto Nacional de Estadística. (s.f.). *Población por islas y sexo*. INEbase. <https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=2910&L=0>

Instituto Nacional de Estadística. (s.f.). *Tasa Bruta de Mortalidad por año*. INEbase.
<https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=36743&L=0>

Instituto Nacional de Estadística. (s.f.). *Tasa Bruta de Natalidad por año*. INEbase.
<https://www.ine.es/jaxi/Tabla.htm?tpx=28954&L=0>

Kiosco El Príncipe. (s.f.). *Información*. Facebook.
<https://www.facebook.com/kioscoelprincipe/about>

La Cámara de Comercio de S/C de Tenerife prevé un crecimiento del 3 % de la economía canaria. (2025, 22 de mayo). Radio Televisión Canaria.
<https://rtvc.es/camara-comercio-sc-tenerife-crecimiento-3-economia-canaria/>

Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el Texto Refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad. Boletín Oficial del Estado, núm. 314, de 29 de diciembre de 2018, pp. 129833–129854.
<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2018-17989>

Ley 18/2022, de 28 de septiembre, de creación y crecimiento de empresas. Boletín Oficial del Estado, 234, de 29 de septiembre de 2022, 133603–133675.
<https://www.boe.es/eli/es/l/2022/09/28/18>

Ley 20/1991, de 7 de junio, de modificación del régimen jurídico de la propiedad vertical. *Boletín Oficial del Estado*, núm. 141, de 8 de junio de 1991.
<https://www.boe.es/eli/es/l/1991/06/07/20/con>

Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades. *Boletín Oficial del Estado*, núm. 283, de 28 de noviembre de 2014.
<https://www.boe.es/eli/es/l/2014/11/27/27/con>

Ley 7/1995, de 6 de abril, de Ordenación del Turismo de Canarias. Boletín Oficial del Estado, núm. 122, de 23 de mayo de 1995, pp. 15038–15055.
<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1995-12102>

Ley Orgánica 8/2015, de 22 de julio, de modificación del sistema de protección a la infancia y a la adolescencia. Boletín Oficial del Estado, núm. 175, de 23 de julio de 2015. <https://www.boe.es/eli/es/lo/2015/07/22/8>

Modelo 400. (s.f.). Sede electrónica del Gobierno de Canarias.
<https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/tramites/4015>

Modelo 420. (s.f.). Billin. <https://www.billin.net/glosario/modelo-420/>

Modelo 420: *Impuesto General Indirecto Canario*. (s.f.). FinanEDI.
<https://finanedi.es/blog/modelo-420-impuesto-general-indirecto-canario/>

Modelo 425. *Declaración resumen anual de IGIC*. (s.f.). Supercontable.
https://www.supercontable.com/informacion/IVA_Impuesto_valor_a%C3%B1adido/Modelo_425.Declaracion_resumen_anual_de_IGIC..html

MyTripleA. (s.f.). *Calculadora de préstamos*.
<https://mytriplea.com/simuladores/calculadora-prestamos/>

Núñez, G. (2003). *La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible* (CEPAL – Serie Medio ambiente y desarrollo, n.º 72). Santiago de Chile: Publicación de las Naciones Unidas, Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
<https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/4fa567cb-d58f-454e-8d10-9c08b922cc86/content>

Occident. (s.f.). *Comercio*.
https://contactar.occident.com/comercio?gad_source=1&gad_campaignid=21224552334&gbraid=0AAAAADwwXPOn9l2OIRbznZJ76Flpd6dDq&gclid=Cj0KCQjwYHBBhD9ARIsALRu09oK8kuNXDL1QHPivJyMr39vimKfsQaifs_1cDC5Vf2s6UMlhj3gzUcaAlaAEALw_wcB

OpenAI (2025a). *ChatGPT* (versión del 14 de mayo de 2025).
<https://chatgpt.com/share/6830a203-d2a4-800b-bd65-44f9e1d855e2>

OpenAI (2025b). *ChatGPT* (versión del 14 de mayo de 2025).
<https://chatgpt.com/share/68322e83-93d0-800b-88ee-70bd3bf76587>

OpenAI (2025c). *ChatGPT* (versión del 14 de mayo de 2025).
<https://chatgpt.com/share/68333f27-8554-800b-a707-59e8153e1757>

Orden de 19 de septiembre de 2016, de la Consejería de Hacienda, por la que se regula la ordenación contable en la ejecución y cierre del presupuesto de gastos

e ingresos. *Boletín Oficial de Canarias*, núm. 183, de 21 de septiembre de 2016, pp. 19991–20002. <https://www.gobiernodecanarias.org/boc/2016/183/001.html>

Prevedemos un crecimiento del 3 % para Canarias en 2025. (2025, 22 de mayo). Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife. <https://camaratenerife.com/secretaria/prevedemos-un-crecimiento-del-3-para-canarias-en-2025/>

Project Management Institute. (2021). *PMBOK® Guide* (7th ed.). <https://www.pmi.org/standards/pmbok>

PYMNTS. (2024, 31 de mayo). *Restaurants Reintroduce Paper Menus Amid Customer Complaints About QR Codes*. PYMNTS. <https://www.pymnts.com/restaurant-technology/2024/restaurants-reintroduce-paper-menus-amid-customer-complaints-about-qr-codes/>

Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Sociedades de Capital. *Boletín Oficial del Estado*, 161, de 3 de julio de 2010. <https://www.boe.es/eli/es/rdlg/2010/07/02/1/con>

Real Decreto Legislativo 2/2004, de 5 de marzo, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Regulación de los Espacios de Uso Público. *Boletín Oficial del Estado*, 56, de 6 de marzo de 2004. <https://www.boe.es/eli/es/rdlg/2004/03/05/2/con>

Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores. *Boletín Oficial del Estado*, 255, de 24 de octubre de 2015, 100224–100308. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2015-11430>

Redacción ABANCA. (2024, 10 de diciembre). *Quién es la clase media en España en 2024 y cómo saber si formas parte*. Cuentas Claras. <https://www.cuentasclaras.es/actualidad/quien-es-la-clase-media-espana-cuanto-debes-cobrar/>

Reig Santamaria, J. (2025, 1 de agosto). *Las tendencias en restauración para 2025*. Last.app. <https://www.last.app/recursos/blog/las-tendencias-en-restauracion-para-2025>

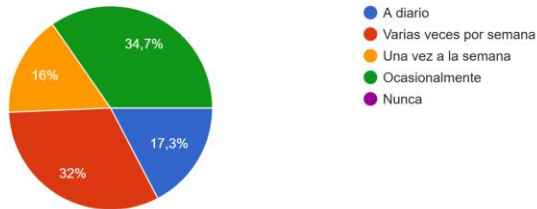
- Ríos, K. (2025, 23 de marzo). *¿El modelo 036 en qué consiste?* PayFit. <https://payfit.com/es/contenido-practico/modelo-036/>
- Siverio, J. (2025, 21 de enero). *El café en Canarias se convierte en un lujo: descubre por qué pagarás mucho más por tu taza diaria.* La Razón. https://www.larazon.es/canarias/cafe-canarias-convierte-lujo-descubre-que-pagaras-mucho-mas-taza-diaria_20250121678f5ecb691a460001e59677.html
- Spoonity. (2020, 20 de julio). *10 programas de fidelización exitosos.* <https://www.spoonity.com/es/10-programas-de-fidelizacion-exitosos/>
- Statista. (s.f.). *Población de Canarias por isla.* Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/474029/poblacion-de-canarias-por-isla/>
- Stripe. (s.f.). *Form 111 Spain.* Stripe. <https://stripe.com/es/resources/more/form-111-spain>
- Wolters Kluwer TAA España. (2022, 14 de octubre). *Para qué sirve el Modelo 115 y quién está obligado a presentarlo.* Wolters Kluwer. <https://www.wolterskluwer.com/es-es/expert-insights/para-que-sirve-el-modelo-115-y-quien-esta-obligado-a-presentarlo>
- Wolters Kluwer TAA España. (2025, 24 de marzo). *Modelo 036: qué es y quién debe presentarlo.* Wolters Kluwer. <https://www.wolterskluwer.com/es-es/expert-insights/modelo-036-hacienda-que-es>
- Wolters Kluwer TAA España. (2025, 9 de mayo). *Para qué sirve el Modelo 111 y quién debe presentarlo.* Wolters Kluwer. <https://www.wolterskluwer.com/es-es/expert-insights/para-que-sirve-el-modelo-111-y-quien-debe-presentarlo>
- Workin.Space. (s.f.). *Workeamos.* <https://workin.space/es/coworking/espana/islas-canarias/santa-cruz-de-tenerife/workeamos>

13. ANEXOS

1.- Encuestas y resultados.

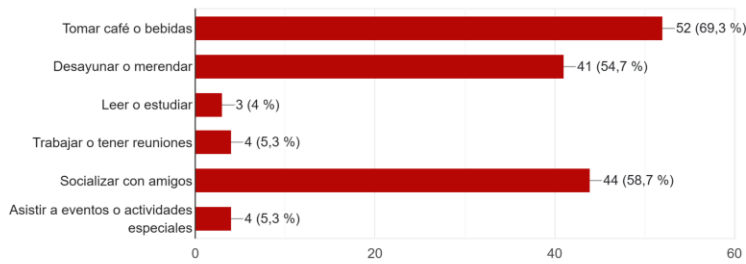
Anexo 1. Frecuencia de visitas a cafeterías

¿Con qué frecuencia visitas cafeterías o espacios similares?
75 respuestas



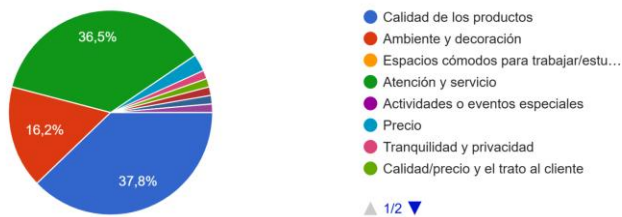
Anexo 2. Actividades realizadas en cafeterías

¿Qué actividades sueles realizar en una cafetería?
75 respuestas



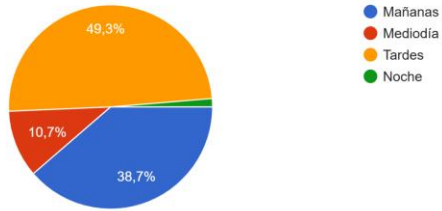
Anexo 3. Factores más valorados al elegir una cafetería

¿Qué valoras más al elegir una cafetería?
74 respuestas



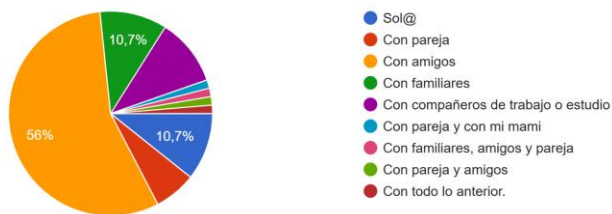
Anexo 4. Horario habitual de visita

¿En qué horario sueles visitar más este tipo de espacios?
75 respuestas



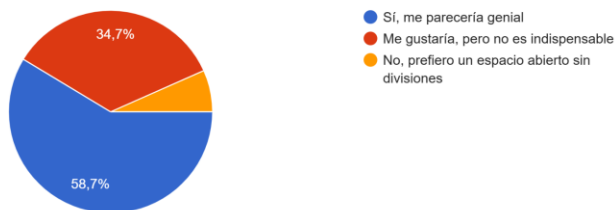
Anexo 5. Acompañantes habituales al acudir a cafeterías

¿Con quién sueles acudir a este tipo de establecimientos?
75 respuestas



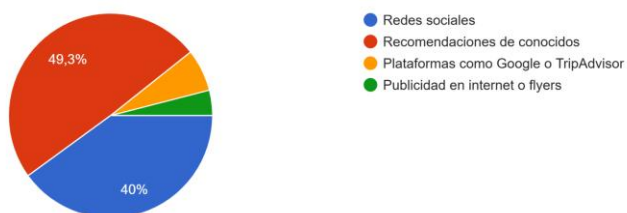
Anexo 6. Preferencia por zonas diferenciadas (estudio, relax, social)

¿Te gustaría que la cafetería tuviera zonas diferenciadas para estudiar/trabajar, relajarse y socializar?
75 respuestas



Anexo 7. Medios usados para descubrir nuevas cafeterías

¿Qué medios usas para descubrir nuevas cafeterías o espacios similares?
75 respuestas

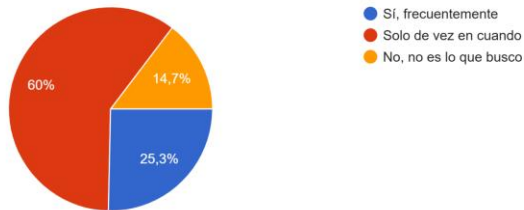


Preferencias y expectativas.

Anexo 8. Uso potencial del coworking o espacio de estudio

¿Usarías un espacio de coworking o estudio dentro de una cafetería como Nekko Latte?

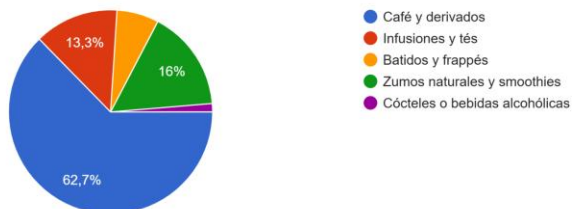
75 respuestas



Anexo 9. Tipos de bebidas más consumidas

¿Qué tipo de bebidas consumes habitualmente?

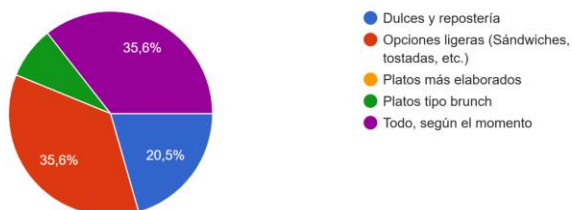
75 respuestas



Anexo 10. Tipos de comida más preferida

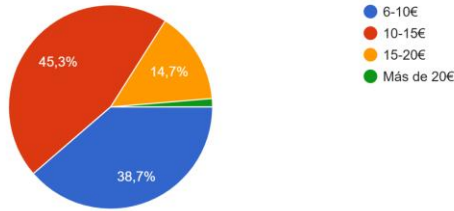
¿Qué tipo de comida prefieres cuando visitas una cafetería?

73 respuestas



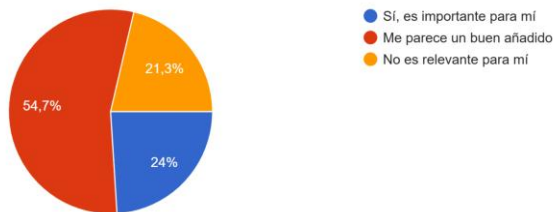
Anexo 11. Rango de precios considerado razonable

¿Qué rango de precios consideras razonable para una experiencia premium en una cafetería?
75 respuestas



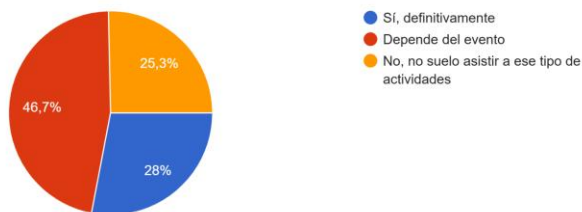
Anexo 12. Interés por opciones veganas o sin gluten

¿Te gustaría que se ofrecieran opciones veganas o sin gluten?
75 respuestas



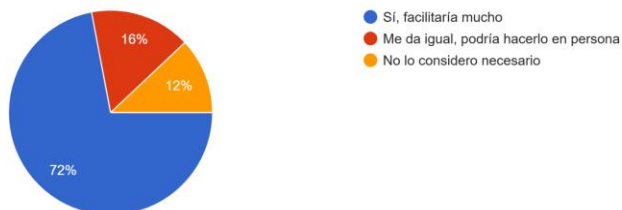
Anexo 13. Interés por eventos (clubes de lectura, catas, talleres)

¿Te interesaría participar en eventos como clubes de lectura, catas o talleres?
75 respuestas



Anexo 14. Preferencia por app o web para reservas/eventos

¿Preferirías que existiera una app o página web para reservar mesa o conocer los eventos?
75 respuestas

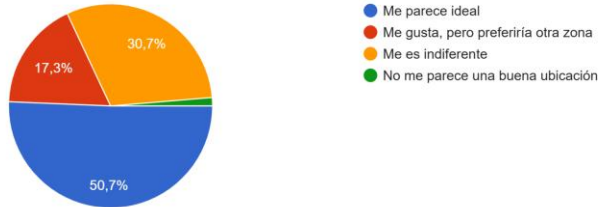


Ubicación y experiencia ideal.

Anexo 15. Opinión sobre la ubicación en Santa Cruz de Tenerife

¿Qué te parece que Nekko Latte se ubique en Santa Cruz de Tenerife?

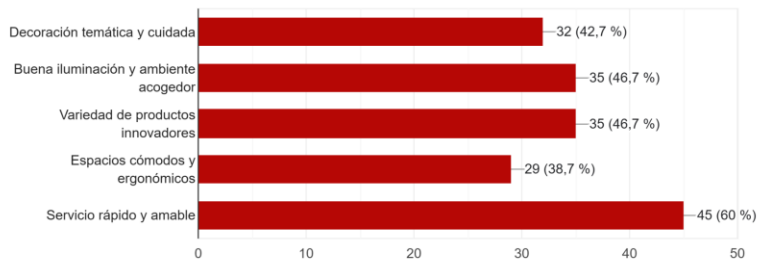
75 respuestas



Anexo 16. Elementos que hacen única a una cafetería

¿Qué elementos crees que hacen única a una cafetería

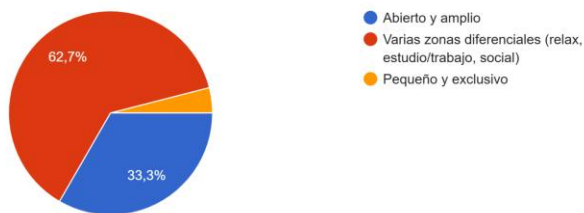
75 respuestas



Anexo 17. Formato preferido del espacio

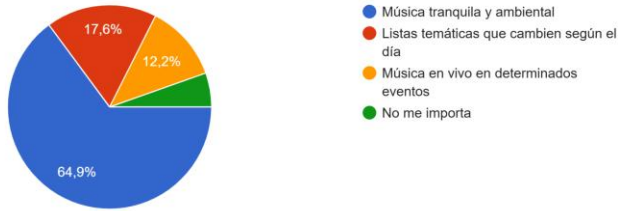
¿Qué formato prefieres para el espacio?

75 respuestas



Anexo 18. Ambiente musical preferido

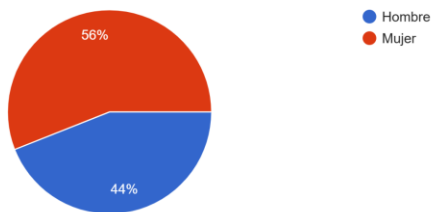
¿Qué ambiente musical prefieres?
74 respuestas



Datos personales

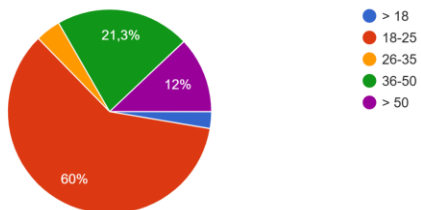
Anexo 19. Sexo

Sexo
75 respuestas



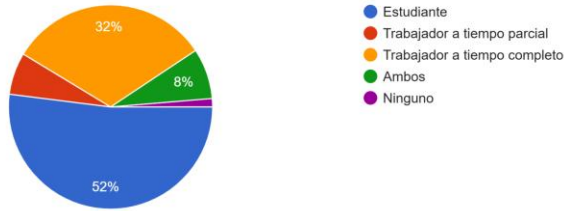
Anexo 20. Edad

Edad
75 respuestas



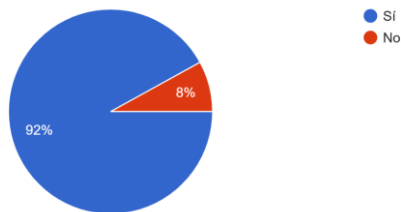
Anexo 21. Profesión o situación laboral

Profesión
75 respuestas



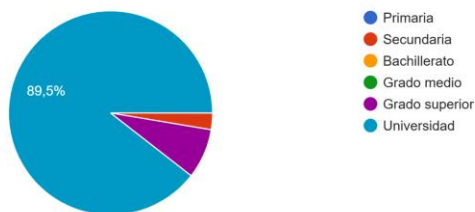
Anexo 22. Residencia en Tenerife

¿Eres residente de Tenerife?
75 respuestas



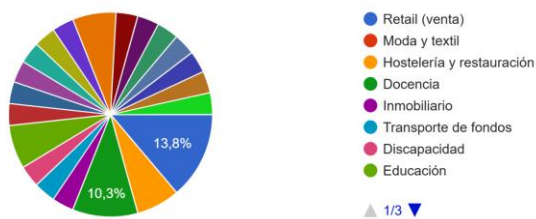
Anexo 23. Estudios de los estudiantes

Si es estudiante, ¿en qué estudia?
38 respuestas



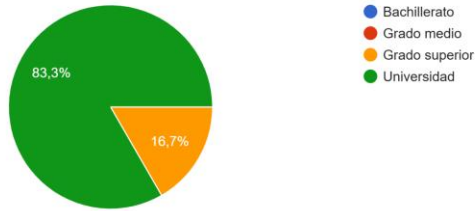
Anexo 24. Sector laboral de los trabajadores

Si trabaja, ¿en qué sector?
29 respuestas



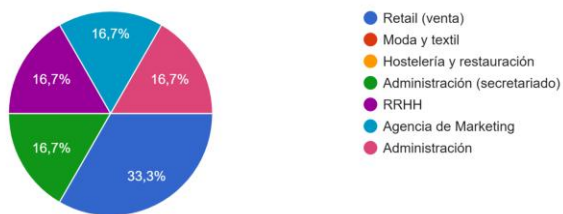
Anexo 25. Estudios de los que estudian y trabajan

Si es estudiante, ¿en qué estudia?
6 respuestas



Anexo 26. Sector laboral de los que estudian y trabajan

Si trabaja, ¿en qué sector?
6 respuestas



2.- Cálculos y tablas del plan financiero.

Anexo 27. Cuadro de inversión

	2025 €	Vida útil Años	Amort. 2025 €	2026 €	Vida útil Años	Amort. 2026 €	2027 €	Vida útil Años	Amort. 2027 €
INVERSIÓN	31.119,47		5.521,45	1.605,00		1.500,00	8.720,50		5.483,33
Inmovilizado Intangible	4.127,88		1.346,12	0,00		0,00	0,00		0,00
Desarrollo	3.500,00	3,00	1.166,67			0,00			0,00
Concesiones Administrativas			0,00			0,00			0,00
Propiedad Industrial	127,88	10,00	12,79			0,00			0,00
Fondo de Comercio									
Derechos de Traspaso			0,00			0,00			0,00
Aplicaciones Informáticas	500,00	3,00	166,67			0,00			0,00
Inmovilizado material	22.152,00		4.175,33	1.500,00		1.500,00	8.150,00		5.483,33
Terrenos y Bienes Naturales									
Construcciones			0,00			0,00			0,00
Instalaciones técnicas	4.000,00	10,00	400,00			0,00			0,00
Maquinaria	6.152,00	6,00	1.025,33			0,00	2.000,00	1,00	2.000,00
Utilillaje	4.000,00	3,00	1.333,33			0,00	4.000,00	3,00	1.333,33
Otras Instalaciones	4.000,00	6,00	666,67	1.500,00	1,00	1.500,00	1.500,00	1,00	1.500,00
Mobiliario	2.000,00	8,00	250,00			0,00			0,00
Equipos para el Proceso de Información	1.500,00	4,00	375,00			0,00	500,00	1,00	500,00
Elementos de Transporte			0,00			0,00			0,00
Otro Inmovilizado Material	500,00	4,00	125,00			0,00	150,00	1,00	150,00
Inversiones inmobiliarias	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00
Inversiones en terrenos									
Inversiones en construcciones			0,00			0,00			0,00
Tesorería	3.000,00								
Efectivo	1.000,00								
Bancos	2.000,00								
IGIC Inversión	1.839,59			105,00			570,50		
Cuota generada	1.839,59			105,00			570,50		

Anexo 28. Cuadro de financiación

	2025 €	2026 €	2027 €
FINANCIACIÓN	31.119,47	1.605,00	8.720,50
Fondos propios	11.119,47	1.605,00	8.720,50
Capital	11.119,47	1.605,00	8.720,50
Subvenciones/donaciones	0,00	0,00	0,00
Subvenciones			
Donaciones			
Deudas largo plazo	20.000,00	0,00	0,00
Deudas con terceros	20.000,00		
Tesorería (RESERVAS: BENEFICIOS GENERADOS Y NO DISTRIBUIDOS)		Saldo Tesorería 2025	Saldo Tesorería 2026
Excedente ejercicios anteriores		5.542,75	51.056,93
Condiciones deudas con terceros			
Tipo interés (%)	4,00%		
Plazo (años)	5,00		
Imputación subvención			
Vida útil (años)			

Anexo 29. Flujo de Tesorería

FLUJO DE TESorerÍA	REVISAR	-368,33	-368,33	-11.747,65	-11.747,65	-12.034,03	6.145,00	888,41	13.820,96	849,48	21.350,82	-4.641,45	2.375,51	5.542,75	51.056,93	101.135,94
FLUJO DE TESorerÍA ACUMULADO		3.000,00	2.631,67	2.263,34	-9.484,31	-21.231,96	-33.265,99	-27.120,99	-26.232,58	-12.411,61	-11.542,13	9.308,69	3.167,24	5.542,75		

Anexo 30. Cuenta de Pérdidas y Ganancias

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS		2025		2026		2027	
1	Importe neto de la cifra de negocios	252.667,75	100,00%	664.546,83	100,00%	677.837,77	100,00%
2	Variación de existencias de productos acabados y en curso	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
3	Trabajos realizados por la empresa para su activo	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
4	Aprovisionamientos	(83.039,00)	-32,86%	(355.791,00)	-53,54%	(355.791,00)	-52,49%
5	Otros ingresos de explotación	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
6	Gastos de personal	(114.791,34)	-45,43%	(196.763,73)	-29,61%	(196.763,73)	-29,03%
7	Otros gastos de explotación	(60.229,60)	-23,84%	(68.171,12)	-10,26%	(68.171,12)	-10,06%
8	Amortización del inmovilizado	(5.521,45)	-2,19%	(7.021,45)	-1,06%	(12.504,79)	-1,84%
9	Imputación de subvenciones inmovilizado no financiero y otros	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
10	Excesos de provisiones	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
11	Deterioro y resultado por alienaciones del inmovilizado	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
A)	RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11)	(10.913,65)	-4,32%	36.799,53	5,54%	44.607,13	6,58%
12	Ingresos financieros	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
13	Gastos financieros	(732,89)	-0,29%	(582,67)	-0,09%	(426,34)	-0,06%
14	Variación de valor razonable en instrumentos financieros	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
15	Diferencias de cambio	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
16	Deterioro y resultado por venta de instrumentos financieros	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
B)	RESULTADO FINANCIERO (12+13+14+15+16)	(732,89)	-0,29%	(582,67)	-0,09%	(426,34)	-0,06%
C)	RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A+B)	(11.646,54)	-4,61%	36.216,85	5,45%	44.180,79	6,52%
17	Impuesto sobre beneficios	1.746,98	0,69%	(5.432,53)	-0,82%	(6.627,12)	-0,98%
D)	RESULTADO DEL EJERCICIO (C+17)	(9.899,56)	-3,92%	30.784,33		37.553,68	5,54%
E)	CASHFLOW ECONÓMICO (D + 8 +13)	-3.645,21		38.388,45		50.484,80	

Anexo 31. Cálculo del VAN y la TIR

CÁLCULO DEL VAN Y LA TIR

COSTE DEL CAPITAL (TASA DE DESCUENTO) **8,77%** Hay que calcularlo con el WACC

	VAN			
Periodo	0	1	2	3
Flujos a descontar	29.279,88	-3.645,21	38.388,45	50.484,80
Flujos descontados	-29.279,88	-3.351,36	32.448,72	39.233,41

VAN (sumatorio de flujos descontados) 39.050,89

TIR 47%

Flujos de Caja	0	1	2	3
	-31.119,47	-3.645,21	38.388,45	50.484,80

Anexo 32. Cálculo del WACC

WACC	8,77%
$WACC=rFP*((FP/FP)+D)+rD*(1-ts))*((D/FP)+D)$	
Fondos propios (FP)	11.119,47
Deuda (D)	20.000,00
Tipo impositivo (ts)	15,00%
Tasa libre de riesgo (rf)	3,21%
Prima de mercado (rm-rf)	6,46%
β (Beta Restaurant/Dining) (Desapalancada)	0,93
Coste de la deuda (rD)	4,00%
β (Beta Restaurant/Dining) (Apalancada)	2,35

Coste de fondos propios	18,42%
$rE=rf+\beta*(rm-rf)$	

Anexo 33. Cálculo del umbral de rentabilidad (ventas)

Umbral de rentabilidad (ventas)	268.923,99 €
Costes fijos totales/Margen de contribución medio	
Costes fijos totales	180.542,40
Margen de contribución	67,14%
$(Ventas\ netas-Costes\ variables)/Ventas\ netas$	
Ventas netas	252.667,75
Costes variables (Aprovisionamientos)	83.039,00

Anexo 34. Cálculo del umbral de rentabilidad (unidades)

Umbral de rentabilidad (unidades)	28.019,77
Costes fijos/Margen unitario medio	
Costes fijos totales	180.542,40
Precio medio (Pmedio)	9,60 €
Ventas netas anuales/Unidades totales vendidas	
Ventas netas anuales	252.667,75
Unidades totales vendidas	26.326,00
Coste variable unitario medio (Cvu)	3,15 €
Costes variables/Unidades totales vendidas	
Costes variables (Aprovisionamientos)	83.039,00
Margen unitario medio (Mcu)	6,44 €
Precio medio-Coste variable unitario medio	

Anexo 35. Balance - Activo

BALANCE							
ACTIVO							
	2025		2026		2027		
A) ACTIVO NO CORRIENTE (I + II + III + IV + V + VI)	20.758,43	74,01%	15.236,97	22,98%	10.882,18	9,71%	
I Inmovilizado intangible	2.781,76	13,40%	1.435,64	9,42%	89,52	0,82%	
II Inmovilizado material	17.976,67	86,60%	13.801,33	90,58%	10.792,67	99,18%	
III Inversiones inmobiliarias	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
IV Inversiones en empresas del grupo y asociadas a l/p	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
V Inversiones financieras a l/p	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
VI Activos por impuesto diferido	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
B) ACTIVO CORRIENTE (I+II+III+IV+V+VI+VII)	7.289,73	25,99%	51.056,93	77,02%	101.135,94	90,29%	
I Activos no corrientes mantenidos para la venta	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
II Existencias		0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
III Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	1.746,98	23,94%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
1 Clientes por ventas y prestaciones de servicio	0,00	0,00%	0,00	--%	0,00	--%	
2 Accionistas por desembolsos exigidos		0,00%		--%		--%	
3 Otros deudores	1.746,98	100,00%	0,00	--%	0,00	--%	
IV Inversiones en empresas del grupo y asociadas a c/p	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
V Inversiones financieras a c/p	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
VI Periodificaciones a c/p	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
VII Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	5.542,75	76,04%	51.056,93	100,00%	101.135,94	100,00%	
TOTAL ACTIVO (A + B)	28.048,16	100,00%	66.293,90	100,00%	112.018,12	100,00%	

Anexo 36. Balance - Patrimonio Neto y Pasivo

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	2025		2026		2027	
A) PATRIMONIO NETO (A1+A2+A3)	1.219,92	4,35%	33.609,24	50,70%	79.883,42	71,31%
A-1) Fondos propios	1.219,92	100,00%	33.609,24	100,00%	79.883,42	100,00%
I Capital	11.119,47	911,50%	12.724,47	37,86%	21.444,97	26,85%
1 Capital escriturado	11.119,47	100,00%	12.724,47	100,00%	21.444,97	100,00%
2 (Capital no exigido)		0,00%		0,00%		0,00%
II Prima de emisión	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
III Reservas	0,00	0,00%	0,00	0,00%	20.884,77	26,14%
IV (Acciones y participaciones en patrimonio propias)	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
V Resultados de ejercicios anteriores	0,00	0,00%	(9.899,56)	-29,45%	0,00	0,00%
VI Otras aportaciones de socios	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
VII Resultados del ejercicio	(9.899,56)	-811,50%	30.784,33	91,59%	37.553,68	47,01%
VIII (Dividendo a cuenta)	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
IX Otros instrumentos de patrimonio	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
A-2 Ajustes por cambio de valor	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
A-3 Subvenciones, donaciones y legados recibidos	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
B) PASIVO NO CORRIENTE (I + II + III + IV + V)	12.475,63	44,48%	8.482,01	12,79%	4.325,67	3,86%
I Provisiones a largo plazo	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
II Deudas a largo plazo	12.475,63	100,00%	8.482,01	100,00%	4.325,67	100,00%
1 Deudas con entidades de crédito	12.475,63	100,00%	8.482,01	100,00%	4.325,67	100,00%
2 Creadores por arrendamiento financiero		0,00%		0,00%		0,00%
3 Otros pasivos financieros		0,00%		0,00%		0,00%
III Deudas con empresas del grupo y asociadas a l/p	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
IV Posivos por impuesto diferido	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
V Periodificaciones a largo plazo	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
C) PASIVO CORRIENTE (I+II+III+IV+V+VI)	14.352,61	51,17%	24.202,66	36,51%	27.809,03	24,83%
I Pasivos vinculados con activos NC mantenidos para la venta	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
II Provisiones a corto plazo	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
III Deudas a largo plazo	3.837,29	26,74%	3.993,63	16,50%	4.156,34	14,95%
1 Deudas con entidades de crédito	3.837,29	100,00%	3.993,63	100,00%	4.156,34	100,00%
2 Creadores por arrendamiento financiero		0,00%		0,00%		0,00%
3 Otros pasivos financieros		0,00%		0,00%		0,00%
IV Deudas con empresas del grupo y asociadas a c/p	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
V Creadores comerciales y otras cuentas a pagar	10.515,32	73,26%	20.209,03	83,50%	23.652,70	85,05%
1 Proveedores	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
2 Otros acreedores	10.515,32	100,00%	20.209,03	100,00%	23.652,70	100,00%
VI Periodificaciones a corto plazo	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)	28.048,16	100,00%	66.293,90	100,00%	112.018,12	100,00%

Anexo 37. Distribución de beneficios

DISTRIBUCIÓN DE BENEFICIOS	
Resultado ejercicio 2025	
	-9.899,56
Distribución	0,00
Reservas legales y estatutarias	
Otras reservas	
Dividendos	
Compensación pérdidas ejercicios anteriores	
Resultado negativo ejercicio pendiente de compensar	-9.899,56
Resultado ejercicio 2026	
	30.784,33
Distribución	0,00
Reservas legales y estatutarias	3.078,43
Otras reservas	17.806,34
Dividendos	
Compensación pérdidas ejercicios anteriores	-9.899,56
Resultado negativo ejercicio pendiente de compensar	0,00
Resultado ejercicio 2027	
	37.553,68
Distribución	0,00
Reservas legales y estatutarias	3.755,37
Otras reservas	33.798,31
Dividendos	
Compensación pérdidas ejercicios anteriores	0,00
Resultado negativo ejercicio pendiente de compensar	0,00

Anexo 38. Liquidación de IGIC

IGIC REPERCUTIDO		1T - 2025		2T - 2025		3T - 2025		4T - 2025		2025		2026		2027	
Tipo	Base Imponible	Cuota	Base Imponible	Cuota	Base Imponible	Cuota	Base Imponible	Cuota	Base Imponible	Cuota	Base Imponible	Cuota	Base Imponible	Cuota	
7,00%	0,00	0,00	25.418,25	1.779,28	91.991,00	6.439,37	93.398,50	6.537,90	210.807,75	14.756,54	591.351,63	41.394,61	603.178,66	42.222,51	
7,00%	0,00	0,00	3.640,00	254,80	10.920,00	764,40	10.920,00	764,40	25.480,00	1.783,60	44.553,60	3.118,75	45.444,67	3.181,13	
13,50%	0,00	0,00	2.340,00	315,90	7.020,00	947,70	7.020,00	947,70	16.380,00	2.211,30	28.641,60	3.866,62	29.214,43	3.943,95	
TOTAL		0,00		2.349,98		8.151,47		8.250,00		18.751,44		48.379,98		49.347,58	
IGIC SOPORTADO		1T - 2025		2T - 2025		3T - 2025		4T - 2025		2025		2026		2027	
Tipo	Base Imponible	Cuota	Base Imponible	Cuota	Base Imponible	Cuota	Base Imponible	Cuota	Base Imponible	Cuota	Base Imponible	Cuota	Base Imponible	Cuota	
Inversión	7,00%	26.279,88	1.839,59						26.279,88	1.839,59	1.500,00	105,00	8.150,00	570,50	
	7,00%	10.598,47	741,89	32.315,23	2.262,07	41.370,15	2.895,91	41.370,15	2.895,91	125.654,00	8.795,78	224.089,60	15.686,27	224.089,60	15.686,27
	7,00%	0,00	0,00	2.025,00	141,75	6.075,00	425,25	6.075,00	425,25	14.175,00	992,25	108.480,00	7.593,60	108.480,00	7.593,60
	13,50%	0,00	0,00	400,00	54,00	1.200,00	162,00	1.200,00	162,00	2.800,00	378,00	90.675,00	12.241,13	90.675,00	12.241,13
TOTAL		2.581,48		2.457,82		3.483,16		3.483,16		12.005,62		35.626,00		36.091,50	
Resultado		-3.061,48		-107,84		4.668,31		4.766,83		6.745,82		12.753,99		13.256,08	

Anexo 39. Cuadro de amortización del préstamo bancario

Nekko Latte S.L.
Ejercicio: 2025

Importe total	20.000,00	
Aportación inicial		
Amortización pendiente		
Capital nominal	20.000,00	
Interés nominal	4,00%	
Número períodos	60	5,00 años
Frecuencia de pago	12	
Comisión apertura		-

Cuota 368,33

r	Total	Cuota interés	C. amort.	Total amortizado	Reserva
Total	22.099,83	2.099,83	20.000,00		20.000,00
1	368,33	66,67	301,66	301,66	19.698,34
2	368,33	65,66	302,67	604,33	19.395,67
3	368,33	64,65	303,68	908,01	19.091,99
4	368,33	63,64	304,69	1.212,70	18.787,30
5	368,33	62,62	305,71	1.518,41	18.481,59
6	368,33	61,61	306,73	1.825,13	18.174,87
7	368,33	60,58	307,75	2.132,88	17.867,12
8	368,33	59,56	308,77	2.441,65	17.558,35
9	368,33	58,53	309,80	2.751,46	17.248,54
10	368,33	57,50	310,84	3.062,29	16.937,71
11	368,33	56,46	311,87	3.374,16	16.625,84
12	368,33	55,42	312,91	3.687,07	16.312,93

13	368,33	54,38	313,95	4.001,03	15.998,97
14	368,33	53,33	315,00	4.316,03	15.683,97
15	368,33	52,28	316,05	4.632,08	15.367,92
16	368,33	51,23	317,10	4.949,18	15.050,82
17	368,33	50,17	318,16	5.267,34	14.732,66
18	368,33	49,11	319,22	5.586,57	14.413,43
19	368,33	48,04	320,29	5.906,85	14.093,15
20	368,33	46,98	321,35	6.228,20	13.771,80
21	368,33	45,91	322,42	6.550,63	13.449,37
22	368,33	44,83	323,50	6.874,13	13.125,87
23	368,33	43,75	324,58	7.198,71	12.801,29
24	368,33	42,67	325,66	7.524,37	12.475,63
25	368,33	41,59	326,75	7.851,11	12.148,89
26	368,33	40,50	327,83	8.178,94	11.821,06
27	368,33	39,40	328,93	8.507,87	11.492,13
28	368,33	38,31	330,02	8.837,89	11.162,11
29	368,33	37,21	331,12	9.169,02	10.830,98
30	368,33	36,10	332,23	9.501,25	10.498,75
31	368,33	35,00	333,33	9.834,58	10.165,42
32	368,33	33,88	334,45	10.169,03	9.830,97
33	368,33	32,77	335,56	10.504,59	9.495,41
34	368,33	31,65	336,68	10.841,27	9.158,73
35	368,33	30,53	337,80	11.179,07	8.820,93
36	368,33	29,40	338,93	11.517,99	8.482,01
37	368,33	28,27	340,06	11.858,05	8.141,95
38	368,33	27,14	341,19	12.199,24	7.800,76
39	368,33	26,00	342,33	12.541,57	7.458,43
40	368,33	24,86	343,47	12.885,04	7.114,96
41	368,33	23,72	344,61	13.229,65	6.770,35
42	368,33	22,57	345,76	13.575,42	6.424,58
43	368,33	21,42	346,92	13.922,33	6.077,67
44	368,33	20,26	348,07	14.270,40	5.729,60
45	368,33	19,10	349,23	14.619,63	5.380,37
46	368,33	17,93	350,40	14.970,03	5.029,97
47	368,33	16,77	351,56	15.321,59	4.678,41
48	368,33	15,59	352,74	15.674,33	4.325,67
49	368,33	14,42	353,91	16.028,24	3.971,76
50	368,33	13,24	355,09	16.383,33	3.616,67
51	368,33	12,06	356,27	16.739,61	3.260,39
52	368,33	10,87	357,46	17.097,07	2.902,93
53	368,33	9,68	358,65	17.455,72	2.544,28
54	368,33	8,48	359,85	17.815,57	2.184,43
55	368,33	7,28	361,05	18.176,62	1.823,38
56	368,33	6,08	362,25	18.538,87	1.461,13
57	368,33	4,87	363,46	18.902,33	1.097,67
58	368,33	3,66	364,67	19.267,01	732,99
59	368,33	2,44	365,89	19.632,89	367,11
60	368,33	1,22	367,11	20.000,00	0,00

3.- De libre disposición.

Anexo 40. Cálculo de la demanda - Población

Nekko Latte	Datos INE			
<i>Geográfico</i>	<i>POBLACIÓN TOTAL ESPAÑA</i>	48.962.372		
	<i>TENERIFE</i>		0,02	955.063,00
	<i>Santa Cruz</i>		0,22	211.359,00
<i>Demográfico</i>	<i>Sexo</i>			
<i>Clase Social</i>	<i>Media alta</i>	0,03	6.763	
	<i>Alta</i>	0,01	1.268	
<i>Rango de Edad</i>	<i>Menos 15 años</i>		11,11%	
	<i>15-64</i>		70,63%	
	<i>Mayores de 64</i>		18,26%	
			100,00%	
		<i>Mayores de 15 años</i>		88,89%
	<i>% Mercado al que vamos a llegar</i>		5%	357

Anexo 41. Cálculo de la demanda - Disposición de compra

Disposición compra			
	Ponderación	Resultados Encuesta	
No, no es lo que busco	0	14,50%	0
Solo de vez en cuando	0,5	59,40%	0,297
Sí, frecuentemente	1	26,10%	0,261
		1	0,558
Demanda Futura	199		

Anexo 42. Cálculo de la demanda - Frecuencia o Repetición

Frecuencia o Repetición	Número de veces que nos visitan al año	Resultados Encuesta	Visitas anuales	
A diario	6	19,30%	11.994	52 semanas
Varias veces por semana	3	29,80%	16.595	52 semanas
Una vez a la semana	1	15,80%	1.637	52 semanas
Ocasionalmente	1	35,10%	839	12 meses
Nunca	0	0,00%	-	
			31.064	Demanda en personas
Ticket medio	11,77 €		365.640	Demanda en €

Anexo 43. Puestos de trabajo (Convenio colectivo)

Puesto	Departamento	Nivel	Jornada	Superior inmediato	Subordinados	Resumen del puesto	Cometidos principales	Requisitos mínimos
Gerente de centro	Dirección	Dirección	Completa	—	Todos los jefes de área	Responsable máximo del centro, coordina todas las áreas del negocio.	Supervisión estratégica, toma de decisiones, planificación general, coordinación operativa.	Formación en gestión, experiencia en hostelería, liderazgo, visión estratégica.
Jefe/a de sala	Operaciones y Sala	Coordinador	Completa	Gerente de centro	Camareros/as, baristas	Supervisa el servicio en sala, atención al cliente y funcionamiento diario del local.	Coordinación de personal, atención directa, organización de turnos, control de calidad.	Formación en hostelería, experiencia previa, empatía, dotes organizativas.
Jefe/a de cocina	Cocina y Producción	Coordinador	Completa	Gerente de centro	Ayudante de cocina	Dirige la cocina y garantiza la calidad y seguridad alimentaria.	Gestión de stock, pedidos, supervisión de recetas, cumplimiento de normativa higiénico-sanitaria.	Titulación en cocina, experiencia demostrable, creatividad, capacidad de liderazgo.
Ayudante de cocina	Cocina y Producción	Operativo	Parcial o Completa	Jefe/a de cocina	—	Apoya en la preparación de los platos y mantiene el orden en cocina.	Mise en place, elaboración básica, limpieza, almacenaje.	Formación básica, responsabilidad, higiene alimentaria.
Camarero/a	Operaciones y Sala	Operativo	Parcial o Completa	Jefe/a de sala	—	Atender con eficiencia a los clientes y mantener el orden en sala.	Toma de pedidos, servicio en mesa, cobros, limpieza de la zona de trabajo.	Experiencia en atención al cliente, buena presencia, agilidad.
Primer barman/barwoman (Barista)	Bebidas – Café	Especialista	Parcial o Completa	Jefe/a de sala	—	Especialista en café y bebidas calientes de autor.	Preparación de cafés, latte art, gestión de barra, atención personalizada.	Conocimientos en barismo, presentación impecable, habilidades sociales.
Primer barman/barwoman (Coctelero)	Bebidas – Coctelería	Especialista	Parcial (tardes/noches)	Jefe/a de sala	—	Responsable de la elaboración de cócteles y bebidas en el bar.	Preparación de cócteles de autor, gestión de ingredientes, servicio en barra nocturna.	Experiencia en coctelería, creatividad, conocimiento en mixología.
Ayudante administrativo	Administración y Finanzas	Operativo	Parcial (mañanas)	Gerente / Responsable área	—	Apoya en tareas de facturación, archivo y documentación.	Gestión de documentos, atención básica, registro contable.	Formación en administración, manejo de Excel y ofimática básica.
Especialista de servicio	Apoyo transversal	Operativo	Parcial	Gerente o Jefe/a de área	—	Refuerzo polivalente según necesidades puntuales (eventos, apoyo sala, bar, etc.).	Atención en eventos, apoyo logístico, cobertura de picos de trabajo.	Perfil adaptable, multitarea, buena actitud y disponibilidad horaria.

Anexo 44. Salarios Puestos de Trabajo

Puesto	Sistema de retribución	Sueldo bruto anual
Gerente de centro	Fija + Variable	17.680€
Jefe/a de sala	Mixta	20.307€
Jefe/a de cocina	Mixta	20.307€
Ayudante de cocina	Fija	16.692€
Camarero/a	Fija	17.699€
Primer barman/barwoman (Barista)	Fija	20.307€
Primer barman/barwoman (Coctelero)	Fija	20.307€
Ayudante administrativo	Fija	8.721€
Especialista servicio	Por Horas / Actividad	8.760€