



Sostenibilidad en Jinny's Tea Rooms, Bakery and Cottage Accommodation

DÓNDE · Leitrim, Irlanda MÁS
INFORMACIÓN · www.jinnys.ie y
McGuire's Red Door Cottages

El negocio en cifras

Año de fundación: 2003

Número de negocios: 3 —salón de té, panadería y alojamiento en casas rurales—

Personal: 11 personas, incluido el personal a tiempo parcial y de temporada

Energía como porcentaje de los costes: aproximadamente el 6,3 % de los costes totales

Proporción de abastecimiento local: 40 % en un radio de 50 km

Acerca de Jinny's

Jinny's es una empresa familiar situada en Drumshanbo, condado de Leitrim, con vistas a la pasarela Shannon Blueway. Consta de tres partes conectadas: panadería, salón de té y food truck, y alojamiento en casas rurales. El salón de té sirve comidas ligeras, con especial atención a ingredientes saludables y locales, y un menú concentrado que se adapta a un servicio intenso. La panadería elabora productos para minoristas nacionales y clientes del propio establecimiento. McGuire's Red Door Cottages se construyó en el recinto en 1975.

“Para nosotros, EcoSmart significa hacer que la sostenibilidad forme parte de la rutina: cómo compramos, cómo preparamos, cómo reducimos los residuos y cómo seguimos mejorando semana tras semana”.

Fotografías cortesía del Instagram de Jinny's

¿Cómo se hace visible la sostenibilidad en las operaciones diarias?

En Jinny's, la sostenibilidad se manifiesta en operaciones cotidianas que los clientes pueden ver y el personal puede repetir:

- Abastecimiento local y de temporada en el salón de té: el menú se articula en torno a ingredientes saludables y locales y a productos de proximidad.
- Cultivo en el propio establecimiento: ensaladas, hortalizas y fruta del huerto se utilizan después en la oferta del salón de té.
- El desperdicio alimentario vuelve a la producción: las peladuras y otros residuos orgánicos se compostan, y el compost nutre las ensaladas y hortalizas cultivadas para el salón de té.
- Eficiencia energética: se sustituyeron luminarias y accesorios por LED.
- Envases de menor impacto: los envases de las mezclas se están sustituyendo por materiales reciclables, en consonancia con los requisitos de los minoristas y la reducción de residuos.
- Apoyo estructurado a la mejora: formación del equipo mediante Green for Micro, de la Local Enterprise Office, centrada en la eficiencia de los recursos, la comprensión de la huella de carbono y la implantación de un sistema de gestión medioambiental.

¿Qué papel desempeña el abastecimiento local?

El abastecimiento local es una de nuestras palancas de sostenibilidad más prácticas. Nos permite mantener el gasto cerca de casa, entablar relaciones con personas a las que realmente podemos llamar y reducir la distancia que recorren los ingredientes hasta llegar al plato.

También facilita las operaciones diarias. Al conocer a nuestros proveedores, podemos planificar según la temporada, adaptarnos con rapidez cuando cambie la demanda y reducir los residuos derivados de pedidos excesivos o de productos de vida útil corta.

Además, aporta pruebas concretas a nuestro relato de sostenibilidad. Indicamos a quién compramos, mostramos en el menú qué productos son locales y podemos explicar la diferencia que esto supone para el cliente y para la economía local.

¿Cómo favorece la participación de la comunidad la sostenibilidad?

Sobre la base del abastecimiento local, entendemos la sostenibilidad como algo que se hace con las personas del entorno. Formamos parte de Taste Leitrim – Sustainable Food Trail of Restaurants, una excelente forma de conectar con otras empresas alimentarias locales mediante una experiencia que los visitantes pueden ver y seguir, con bajas emisiones de carbono y mucha aventura.

Damos prioridad y obtenemos claros beneficios de:

- Colaborar con otras empresas para adquirir ingredientes, realizar promoción cruzada, compartir entregas y aprender conjuntamente.
- Apoyar actos locales y jornadas comunitarias que atraen visitantes sin requerir un alto gasto publicitario.
- Mantener el valor en el condado, dando prioridad a los proveedores locales siempre que sea posible.



Welcome to Taste Leitrim

Welcome to the Taste Leitrim Sustainable Food Trail, a delicious journey like no other, in a special place that values biodiversity and a slower pace. We invite you to join us to sustainably traverse Leitrim's green landscapes, celebrate our food culture, and meet the dedicated people to authentic food.

“Nuestra proporción de abastecimiento local del 40 % en un radio de 50 km para el salón de té mantiene el gasto en la zona y reduce la distancia que recorren los ingredientes”.

¿Qué herramientas respaldan el seguimiento de la energía y de los residuos?

Mantenemos herramientas sencillas pero eficaces. El seguimiento va más allá de “mirar la factura”: podemos ver qué la está determinando y qué cambio ha permitido reducirla. Con los años hemos perfeccionado las herramientas para controlar la energía, el agua y los residuos, adaptadas al tamaño y la naturaleza de nuestra actividad.

- Energía: contador inteligente y registro sencillo de equipos para detectar picos, consumo de base y averías, con una lista básica de mantenimiento.
- Agua: lecturas periódicas del contador por franjas horarias para detectar fugas; revisión de rutinas de alto consumo y mejora de los hábitos de prelavado, del uso del lavavajillas a plena carga, de las pistolas de aclarado y de las prácticas de limpieza.
- Residuos y desperdicio alimentario: seguimiento por tipo —general, reciclaje, vidrio, orgánico y aceite— y control constante del desperdicio alimentario para priorizar la prevención.
- Facilidad de uso: panel en una hoja de cálculo alimentado por facturas, lecturas de contadores, datos de TPV y existencias e informes del gestor de residuos.
- Buenas prácticas: una medida mensual de mejora para evaluar el avance y seguir progresando.

¿Cómo se controla o reduce el desperdicio alimentario?

Nuestro desperdicio alimentario se ha reducido porque aplicamos un modelo integrado en el salón de té, la panadería y el alojamiento, que permite planificar la producción con precisión y utilizar los ingredientes de manera eficiente.

- En el salón de té mantenemos un menú concentrado: un especial, una sopa y un plato principal al día, además de una selección limitada de favoritos. Así se reduce la sobreproducción y la preparación resulta previsible.
- La panadería y el salón de té compostan los residuos orgánicos inevitables: peladuras de frutas y hortalizas, cáscaras de huevo, restos similares y recortes de césped.
- El compost cierra un ciclo práctico: se utiliza para cultivar las hortalizas de las ensaladas y para convertir un residuo en un recurso para la producción alimentaria del propio establecimiento.



¿Qué datos orientan las decisiones clave?

Las decisiones clave se guían por un pequeño conjunto de datos sobre los que podemos actuar rápidamente:

- Utilizamos el sistema de TPV minorista para controlar la afluencia diaria, las horas punta y la combinación de ventas, y planificar el personal, la preparación y la cocina sin producir en exceso.
- Observamos a diario los productos agotados y los sobrantes y ajustamos las porciones y el especial del día.
- Utilizamos las reservas y la ocupación del alojamiento para prever la demanda, planificar y tomar decisiones de marketing.
- Para las mezclas de pan destinadas al comercio minorista, aprendemos de los sistemas de datos de SuperValu, Tesco y Aldi, que muestran patrones de demanda y rendimiento por tienda y periodo y orientan la producción, los envases y las mejoras de producto.
- Seguimos los comentarios y reseñas en plataformas como Tripadvisor, especialmente los temas y preguntas repetidos, para ajustar nuestros mensajes.

¿Cómo se utiliza lo digital para hacer crecer y promocionar el negocio?

- El sitio web como centro: www.jinnys.ie reúne la oferta —panadería, salón de té y contacto— y un sólido relato de destino local en torno a Drumshanbo.
- Ventas y regalos en línea: dirigen a la compra de mezclas de pan y de vales de regalo, generando ingresos además de las visitas al salón de té.
- Venta minorista y señales de credibilidad: los perfiles de terceros y las actualizaciones del sitio web y de las redes sociales refuerzan la marca y la gama, por ejemplo, mediante SuperValu Food Academy.
- Redes para actualizaciones y promoción del producto: Instagram y Facebook comunican novedades operativas y de productos, como el food truck Minny Jinny y el salón de té.
- Redes de directorios y descubrimiento: Taste Leitrim ofrece enlaces directos y una sección clara sobre sostenibilidad; Tripadvisor respalda la reputación y la planificación de la visita.



¿Cómo están influyendo las redes sociales en las relaciones con los clientes? ¿Uso de la IA?

Las redes sociales desempeñan un papel práctico en la creación y el mantenimiento de las relaciones. Utilizamos Facebook para seguir conectados con nuestra base principal de clientes. Con 7.800 seguidores, compartimos información cotidiana —horarios, actividades, menús y premios— y respondemos con rapidez para mantener una relación cálida y directa.

Instagram nos permite llegar de manera más visual a un público joven. Con más de 3.000 seguidores, recurrimos a relatos basados en imágenes que muestran la comida, el entorno y las novedades, lo que ayuda a los clientes a sentirse conectados incluso cuando no están aquí.

Uso de la IA: actualmente no dependemos mucho de ella. Es un ámbito en el que necesitamos desarrollar competencias.

¿Cómo se comunica la sostenibilidad a los clientes?

La sostenibilidad se comunica a través de un fuerte sentido del lugar, no mediante afirmaciones generales. La imagen inferior muestra una publicación de Instagram sobre nuestro enfoque para convertir residuos en recursos.

- Los alimentos de temporada se muestran en tiempo real: las publicaciones conectan el compostaje con los ingredientes, el lugar y la estacionalidad.
- El posicionamiento natural y saludable se refuerza al mostrar alimentos reales, ingredientes sencillos y su elaboración, lo que genera confianza.
- Utilizamos "etiqueta limpia" para resumir nuestros valores: evitar colorantes y aromas artificiales, determinados conservantes y listas largas de nombres técnicos. El tono es coherente en todos los canales: qué crece, qué se hornea y qué está de temporada.
- Hacemos que la sostenibilidad sea fácil de ver y compartir: las publicaciones ofrecen datos sencillos, reproducibles, accesibles y tangibles.





Describe su estilo de liderazgo. ¿Qué prioridades tiene?

Gestionar este negocio como matrimonio significa que todas nuestras decisiones se centran en garantizar que esté construido para perdurar. “Es cosa de familia” es nuestro lema y responde a la realidad. Tres generaciones participan en el negocio, por lo que las decisiones permanecen cerca del día a día y protegemos lo que importa: la calidad, la constancia y el buen nombre en la comunidad. Nuestro propósito se basa en la familia, el lugar y unos alimentos que podemos defender; nuestro relato de sostenibilidad refleja personas, rutinas, proveedores y estaciones reales.

Un ejemplo de cómo han liderado ante la adversidad

Al mirar atrás, la adversidad nos impulsó a innovar. Nos hizo más dinámicos, rápidos para adaptarnos y seguros al probar nuevos productos, canales y formas de atender a los clientes. Durante la COVID tuvimos que actuar deprisa y mantener la flexibilidad. El alojamiento quedó paralizado y el confinamiento cerró de un día para otro el salón de té. Respondimos elaborando platos listos para consumir, ampliando Jinny's Bread Mixes con nuevos productos y generando ingresos mediante la extensión de los canales minoristas. Reforzamos nuestra presencia en línea, mantuvimos informados a los clientes y colaboramos estrechamente con organismos y apoyos locales. También participamos en programas formativos que nos ayudaron a perfeccionar los precios, los envases y la planificación de la producción.

Las tormentas cada vez más frecuentes y los fenómenos meteorológicos extremos constituyen un verdadero reto operativo. Cuando interrumpen el suministro eléctrico, la afluencia, las entregas y los días de apertura, debemos cambiar de rumbo rápidamente. Por eso son importantes la energía de respaldo y una mayor autosuficiencia: protegen la seguridad alimentaria, la refrigeración y la continuidad del servicio, permiten seguir operando y comunicarnos con claridad, y reducen las perturbaciones durante los cortes. Es nuestra nueva realidad y debemos prepararnos para una mayor incertidumbre ambiental.

¿Qué será lo siguiente para su marca o su negocio?

El siguiente paso consiste en formalizar lo que ya hacemos y reforzar la resiliencia cotidiana. Nuestras prioridades son:

- Formalizar las pruebas en los canales digitales: una página clara de sostenibilidad y ESG con textos aprobados, evidencias, fotografías y una breve actualización anual reutilizable en Google, directorios y respuestas del personal.
- Envases y venta minorista: seguir mejorando los envases de las mezclas de pan.
- Resiliencia y autosuficiencia: invertir en energía de respaldo y protocolos de contingencia frente a cortes e interrupciones de las entregas.
- Relato basado en el lugar: profundizar la colaboración con Taste Leitrim, Sustainable Food Trail y los usuarios del Food Hub.
- Certificación: estudiar y planificar una certificación de sostenibilidad adecuada a nuestra escala y que aporte valor real.

¿Cómo conectarán con la próxima generación?

Nuestros cuatro hijos participan activamente en el negocio, por lo que mantener la conexión con los clientes jóvenes forma parte de nuestra vida cotidiana y surge de manera natural a través de lo que ven, les gusta y oyen de sus amistades. Seguiremos centrándonos en aquello que les importa: alimentos reales, ingredientes sencillos y transparencia en la

elaboración. Reforzaremos nuestras redes sociales y continuaremos creando vínculos locales mediante colaboraciones con centros educativos y grupos juveniles y una educación alimentaria práctica que conecte el lugar, la alimentación y la sostenibilidad.

