



La Papa, Irlanda – Estudio de caso

Joanne Buck y Gareth Gaynor

El negocio en cifras

Año de fundación: 2023

Número de negocios: 1

Personal: 17 personas

Energía como porcentaje de los costes: 16.000 € —5 %—

Presencia en canales digitales: Facebook e Instagram

Descripción del negocio

La Papa es un restaurante y cafetería que abrió un nuevo establecimiento en Letterkenny en 2023. La empresa, fundada originalmente en Buncrana, sirve platos con influencias de las cocinas irlandesas, sudamericanas, caribeñas y mexicanas. El restaurante combina los platos favoritos de La Papa con nuevas propuestas artesanales y ofrece bocadillos, sopas, café de barista ecológico y de comercio justo, tartas caseras y productos de repostería preparados por el propio equipo.

¿Cómo se controla o reduce el desperdicio alimentario?

La Papa todavía no gestiona formalmente el desperdicio alimentario, pero avanza en esa dirección. La empresa dispondrá de un contenedor para residuos alimentarios de Letterkenny Skip Hire y comenzará a realizar el seguimiento una vez que este esté instalado. Los propietarios también explican que el negocio no genera grandes cantidades de comida sobrante. Cuando los clientes dejan comida en el plato, el equipo les ofrece envases para llevar y les anima a llevarla a casa.

¿Cómo se utiliza lo digital para promocionar el negocio?

La Papa utiliza Facebook como principal canal de marketing y de relación con los clientes. El equipo publica constantemente, se comunica directamente con

los clientes mediante mensajes privados, recibe reseñas y organiza concursos que considera eficaces para promocionar el establecimiento. Además de Facebook e Instagram, el negocio también se anuncia en Highland Radio.

¿Qué datos orientan las

La Papa utiliza un sistema de punto de venta RST Epos diseñado para el sector hostelero. El sistema genera datos financieros en tiempo real que el negocio revisa, como mínimo, a diario. Los principales indicadores mencionados son la facturación, los márgenes y los costes.

¿Qué papel desempeña el abastecimiento local?

La Papa se abastece localmente siempre que es posible. En particular, el restaurante utiliza Ballyholey Farm como proveedor local de todos sus productos frescos.

¿Cómo están influyendo las redes sociales en las relaciones con los clientes?

La Papa utiliza Instagram, Facebook, TikTok y Google para relacionarse con sus grupos de interés, tanto de forma pública como personal. Las publicaciones sirven para la comunicación general, mientras que las reseñas de Google y los mensajes privados permiten una interacción más directa con los clientes. Los propietarios también supervisan Google Analytics y la interacción general en Google.

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

La Papa ya utiliza iluminación LED, sensores de movimiento y temporizadores para la calefacción del edificio. La empresa también colaboró con la Local Enterprise Office (LEO), que proporcionó gratuitamente una auditoría verde por un valor de 1.800 €. Un consultor externo examinó el establecimiento y sus prácticas empresariales, y formuló recomendaciones sobre equipos más eficientes y medidas para reducir el consumo energético. Posteriormente, La Papa solicitó a la LEO una subvención de eficiencia energética y espera recibir 10.000 € para adquirir nuevos equipos.

Describan su estilo de liderazgo. ¿Qué principios orientan sus decisiones diarias?

Los propietarios rechazan el estereotipo del jefe de restaurante dictatorial. Describen una estructura delegada, con un jefe de cocina, un ambiente positivo y el esfuerzo por garantizar que se escuche a todo el mundo. Joanne se encarga de las nóminas, los turnos, la administración y los recursos humanos, mientras que Gareth gestiona los proveedores y las operaciones cotidianas.

“Siempre que es posible, nos abastecemos localmente. En particular, utilizamos Ballyholey Farm, un productor local, para todos nuestros productos frescos”.

Un ejemplo de cómo han liderado ante la adversidad

Los propietarios describen la COVID como una valiosa experiencia de aprendizaje. Explican que su primera iniciativa en Buncrana fracasó, pero que identificaron los errores y se aseguraron de no repetirlos. Afirman que los sistemas actualmente implantados permiten que La Papa funcione de manera eficaz y rentable.

¿Prevén que su empresa implemente en el futuro otras iniciativas que reconozcan los aspectos ESG?

Los propietarios señalan que no conocían el término ESG, pero que las cuestiones medioambientales, sociales y de gobernanza ya están muy presentes en el negocio. También indican que la nueva legislación, incluida la relativa a la sostenibilidad, es un asunto constante al que deben prestar atención.

¿Cuáles son las barreras o dificultades que enfrenta su empresa para avanzar en materia de ESG?

La Papa destaca las limitaciones que enfrentan las pequeñas empresas. Los propietarios explican que no disponen de un gran presupuesto ni de departamentos específicos de recursos humanos ni de asesoría jurídica como las empresas de mayor tamaño. Mencionan, como ejemplo, las dudas planteadas por los empleados sobre las políticas del RGPD, incluidas la legalidad y la idoneidad de la grabación de vídeo en las zonas de atención al público y de la grabación de vídeo y audio en la caja. Describen el desarrollo de políticas y procedimientos adecuados como un proceso costoso y que exige mucho tiempo para las pymes.

