



Ayşe Güler, Heritage Flavors Restaurant, menús sostenibles basados en ingredientes locales

UBICACIÓN: Bursa, Turquía

El negocio en cifras

Año de fundación: 2021

Número de establecimientos: 1

Empleados: 9

Energía como porcentaje de los costes: 5 %

Proporción de abastecimiento local: 85 %

Presencia en canales digitales: 70 %

La historia de Ayşe

Me llamo Ayşe Güler. Tengo 42 años y soy graduada por el Departamento de Gestión Turística de la Universidad de Uludağ. Después de trabajar durante muchos años como gerente de un restaurante en Estambul, decidí regresar a mi ciudad natal, Bursa. Tras restaurar la casa de mi familia, fundé Heritage Flavours Restaurant, que preserva el patrimonio cultural al tiempo que adopta un enfoque sostenible de la cocina.

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

En Heritage Flavours Restaurant, la sostenibilidad ocupa un lugar central en todos los procesos operativos. Todas las decisiones, desde el abastecimiento diario hasta la planificación del menú, se toman teniendo presentes el equilibrio medioambiental y el cultural. El restaurante da prioridad a los ingredientes de temporada en su menú y combina recetas tradicionales con presentaciones modernas para apoyar a los productores locales y reforzar su compromiso con la gastronomía sostenible. Además, emplea a personal de la zona, garantizando que la contribución económica del negocio permanezca en la comunidad.

¿Cómo se controlan o reducen los residuos alimentarios?

Para reducir los residuos alimentarios, en la cocina del restaurante se aplican principios de control de las raciones, seguimiento diario de las existencias y producción en función de la demanda. Los alimentos sobrantes al final del día se analizan y se tienen en cuenta en la planificación de la producción del día siguiente. Gracias a este método, los residuos alimentarios se han reducido aproximadamente un 20 % durante los últimos seis meses. La mayoría de los platos del menú son frescos y se preparan al momento, lo que minimiza la sobreproducción. Además, los agricultores locales utilizan los residuos orgánicos para elaborar compost, estableciendo así una relación circular.

¿Qué papel desempeña el abastecimiento local?

La cadena de suministro del restaurante depende casi por completo de los productores locales. La carne, los productos lácteos, el aceite de oliva, las verduras y la fruta proceden de pequeños negocios familiares situados en la localidad declarada Patrimonio Mundial por la UNESCO y sus alrededores. Este enfoque reduce la huella de carbono y contribuye a fortalecer la economía local. Asimismo, la historia que hay detrás de cada producto del menú se transmite al cliente a través de su conexión con el proveedor, lo que profundiza la singularidad y el contexto cultural de la experiencia.

¿Cómo contribuye la participación en la comunidad a la sostenibilidad?

El negocio ha integrado activamente los conocimientos y las capacidades de la comunidad local en su modelo empresarial. Las productoras que viven en la localidad colaboran en la elaboración de mermeladas, pan y repostería local. El restaurante también acoge eventos de arte local y patrocina jornadas dedicadas al patrimonio cultural en la localidad. Este enfoque basado en la comunidad no solo favorece la sostenibilidad económica, sino también la social.

¿Cómo se utilizan las herramientas digitales para hacer crecer y promocionar el negocio?

El proceso de digitalización aumenta la visibilidad del restaurante y simplifica la experiencia. Los menús con código QR ofrecen un acceso rápido a la información y las reservas se realizan a través de plataformas en línea. Además, se utilizan técnicas de narración digital para mostrar visualmente el patrimonio cultural de la localidad y el origen de los platos. Esto ha creado una imagen de marca singular tanto para los turistas nacionales como para los extranjeros.

¿Qué datos orientan las decisiones clave?

El negocio basa sus decisiones en las opiniones de los clientes, los informes sobre el rendimiento de las ventas y los análisis de costes. Los datos obtenidos mediante el sistema digital de reservas se utilizan para planificar el menú y prever los periodos de mayor afluencia. Las interacciones en las redes sociales también constituyen un importante punto de referencia para comprender las tendencias de los clientes.

¿Cómo están influyendo las redes sociales en las relaciones con los clientes? ¿Se utiliza la IA?

Las redes sociales son una de las herramientas más poderosas para contar la historia del restaurante e interactuar con los clientes. El negocio comparte sus menús de temporada, las historias de sus proveedores y sus eventos culturales a través de Instagram y Facebook. Aunque actualmente no se utiliza ningún sistema basado en IA, las opiniones de los clientes se analizan manualmente y se tienen en cuenta al actualizar el menú. En el futuro, está prevista la integración de herramientas de análisis de opiniones basadas en IA.

¿Qué herramientas permiten controlar la energía o los residuos?

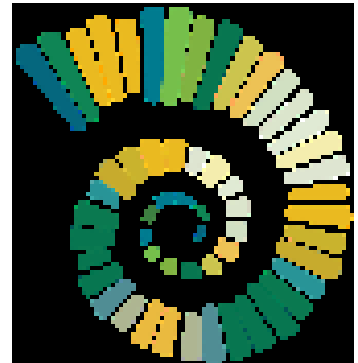
El restaurante supervisa manualmente el consumo de energía y utiliza iluminación LED, equipos de cocina energéticamente eficientes y sistemas de ventilación natural para aumentar la eficiencia. La gestión de residuos está integrada en la infraestructura municipal de reciclaje. El vidrio, el plástico y los residuos orgánicos se recogen por separado, y estos últimos se destinan a las explotaciones agrícolas locales.

¿Cuáles son los retos de la digitalización en un entorno rural?

La zona donde se encuentra el restaurante presenta limitaciones de infraestructura debido a la conservación de su carácter histórico. A pesar de estas condiciones, el negocio está llevando a cabo el proceso de transformación digital de manera gradual e inclusiva. Las interrupciones de la conexión a internet ocasionan a veces problemas en el sistema digital de reservas. Además, la población local, cuya edad media es elevada, no está habituada a las herramientas digitales, por lo que algunas operaciones deben realizarse manualmente. Pese a estas circunstancias, el negocio avanza gradualmente en su proceso de digitalización y ofrece formación periódica a su personal.



La gastronomía sostenible significa aunar los valores del pasado y las responsabilidades del futuro.



¿Cómo describiría su estilo de liderazgo? ¿Qué principios orientan sus decisiones diarias?

La dirección del restaurante adopta un enfoque de liderazgo participativo y basado en valores. Esta filosofía de liderazgo fomenta la empatía y la creatividad, actitudes fundamentales para diseñar una experiencia sostenible para el cliente. Las decisiones diarias se basan en los principios de transparencia, colaboración local y sensibilidad cultural. La gerente considera a los empleados no solo como miembros del personal, sino también como representantes de la marca.

Un ejemplo de cómo ha liderado en momentos adversos. ¿Qué enseñanzas extrajo de crisis como una recesión o una inundación?

Las fluctuaciones económicas y la incertidumbre del turismo durante el periodo inicial de apertura permitieron desarrollar las capacidades del restaurante para gestionar crisis. La dirección mantuvo los costes bajo control diversificando la cadena de suministro y garantizó la flexibilidad operativa simplificando el menú durante los periodos de crisis. Este proceso reforzó la importancia de la resiliencia y la solidaridad comunitaria para la sostenibilidad empresarial.

¿Cómo se integra el propósito en la marca y en el relato de la empresa? ¿Cómo se reflejan sus valores en la identidad del negocio?

La historia de la marca está estrechamente vinculada a la identidad cultural de la región. El restaurante presenta cada plato como una historia; los elementos del menú representan las tradiciones locales y el trabajo de los productores de la zona. El entramado arquitectónico de la localidad se ha conservado en el diseño del espacio, lo que permite a los visitantes disfrutar no solo de una comida, sino también de una experiencia histórica.

¿Cómo se comunica la sostenibilidad a los clientes?

La sostenibilidad se transmite a los clientes no mediante mensajes directos, sino a través de la experiencia. El uso de productos locales, las presentaciones sencillas, la decoración elaborada con materiales reciclados y las tarjetas informativas respaldan este enfoque. Además, las opciones sostenibles se destacan en el menú con la etiqueta «Local y de temporada».

¿Cuáles son los próximos objetivos de la marca o en materia de sostenibilidad? ¿Existen planes para nuevos servicios, certificaciones o colaboraciones?

Entre los objetivos del restaurante a medio plazo se encuentran participar en el programa «Certificación de Restaurantes Sostenibles», incorporarse a redes de turismo gastronómico y desarrollar proyectos conjuntos de menús con cooperativas de productores locales. Asimismo, se está trabajando en un sistema digital de fidelización de clientes y en la elaboración de informes sobre el desempeño en materia de sostenibilidad.

¿Cómo conectará con la próxima generación de clientes? ¿Qué canales, mensajes o experiencias serán más importantes?

Para conectar con la nueva generación de visitantes se utilizan la narración visual, las campañas en redes sociales y los eventos centrados en la experiencia. Actividades como los talleres «Cocinar con la población local», los encuentros con chefs de la zona y las rutas gastronómicas atraen a los turistas jóvenes. Los vídeos cortos y las colaboraciones con influencers en plataformas digitales acercan el patrimonio de la localidad a públicos de todo el mundo.



**Co-funded by
the European Union**

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

