

MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD



Sumario

Mensaje de los fundadores	03	Personas felices	
Introducción al impacto	04		
UDON en cifras (2022)	06	Programa Felicidad	29
UDON, la magia del mundo asiático durante casi 20 años		UDON, por el bienestar de nuestro equipo	33
Presencia UDON global	10	Talento y formación para el desarrollo profesional	34
Pilares estratégicos	11	Diversidad, igualdad e inclusión	38
Dirección ética, compromiso y transparencia	12	La salud de nuestra clientela	39
Nuestra hoja de ruta en gastronomía responsable		UDON Lovers, nuestro programa de fidelización	40
ASAP (<i>As Sustainable As Possible</i>)	13	UDON, compromiso con la sociedad	
Propósito y valores	15	Formamos parte de la comunidad con colaboraciones para llegar más lejos juntos	41
Misión y visión	16	Cuidamos del planeta	
Grupos de interés	17	Envases más sostenibles y menos residuos	48
Temas materiales y ODS	18	Objetivos 2023	53
Programa ASAP (<i>As Sustainable As Possible</i>)	21	Energía, agua y emisiones	54
Viaje hacia el impacto positivo - Hitos ESG	22	Producto saludable para las personas y el planeta	
Estrategia sostenible - Hitos ESG	24	Ingredientes sostenibles	60
Cadena de valor	25	La dieta que más le gusta al planeta	62
		Bienestar animal	65
		Calidad como sello de identidad	66
		Impacto en las personas a través de las compras sostenibles	68

Mensaje de los fundadores

Queremos compartir un secreto: en UDON no somos sostenibles. Sin embargo, en esta Memoria de sostenibilidad, deseamos explicar por qué no hemos alcanzado ese objetivo y cómo nos estamos acercando cada día más a lograrlo.

Desde nuestros comienzos, cuando inauguramos nuestro primer restaurante en el barrio del Born de Barcelona, siempre hemos mantenido un firme compromiso con el respeto hacia las personas, los productos que ofrecemos y, por supuesto, el medio ambiente. Estos tres principios fundamentales han sido los cimientos de nuestra empresa. La sostenibilidad y la minimización de nuestro impacto ambiental son parte integral de la identidad de UDON.

Es innegable que nuestra actividad ha tenido un impacto en el medio ambiente, somos muy conscientes de ello, así como de las emisiones y residuos que generamos. No obstante, nuestro objetivo principal es alcanzar un impacto neutral o incluso positivo en el planeta. Por esta razón, en 2017, pusimos en marcha un ambicioso Plan de sostenibilidad conocido como ASAP (*As Sustainable As Possible*). Este plan nos proporciona una hoja de ruta para abordar los desafíos significativos a los que nos enfrentamos como cadena de restaurantes, como la gestión de residuos en el servicio de entrega a domicilio, nuestra expansión internacional, el modelo de franquicias y la logística de los productos que empleamos en nuestros establecimientos. Identificamos estos desafíos y estamos trabajando incansablemente para minimizar su impacto.

En UDON, creemos que las acciones hablan más alto que las palabras. Durante más de seis años, hemos estado dedicados a implementar medidas concretas para reducir nuestro impacto en los tres pilares que guían nuestra empresa: las personas, el producto y el planeta. Ahora, ha llegado el momento de compartir nuestros logros y desafíos. Queremos ser transparentes al explicar lo que hacemos bien y en qué áreas podemos mejorar. Al mismo tiempo, aspiramos a que esta memoria inspire a otras empresas del sector de la restauración a seguir nuestro camino.

En última instancia, en UDON, mantenemos fielmente el propósito con el que nacimos: ser una empresa con un impacto positivo, tanto en la sociedad como en el planeta.

Jordi Vidal y Jordi Pascual
Cofundadores y CEOs de UDON Asian Food

Introducción al impacto

Estamos orgullosos y orgullosas de compartir la primera Memoria de sostenibilidad para poder comunicar nuestra hoja de ruta ASAP (*As Sustainable As Possible*).

Con esta visión queremos transmitir que somos plenamente conscientes de que **no somos sostenibles**. Al menos, no todo lo que nos gustaría ser. Pero con los pies en la tierra os contamos dónde estamos en este momento, basándonos en hechos reales y en la comunicación con los grupos de interés, y analizando los temas materiales que nos afectan en el desarrollo de nuestras operaciones para poder seguir creciendo sin aumentar nuestro impacto en el planeta.

En 2017 creamos nuestro primer Plan de acción UDON (*As Sustainable As Possible*), una hoja de ruta que hemos ido implementando y actualizando bianualmente en un proceso interno en el que está implicado todo el equipo de UDON.

Los cambios no siempre han sido fáciles, y hemos practicado el ensayo-error en algunas acciones, pero la dirección de UDON está clara: ofrecer comida asiática deliciosa con la menor huella ambiental posible.



La estrategia de sostenibilidad corporativa de UDON se articula a través de tres elementos clave: **People, Product and Planet.**



People

Cuidamos de la salud, el bienestar y la felicidad de las personas que forman parte de nuestro equipo, trabajamos para dignificar la vida de personas en riesgo de exclusión y promovemos relaciones comerciales justas con proveedores y todos los grupos de interés con los que nos relacionamos.

Product

Estamos convencidos de que es posible romper con la lógica de que una cadena de restauración asiática no puede aprovisionarse de forma sostenible. Diseñamos recetas y buscamos ingredientes genuinos, pero teniendo muy en cuenta la dimensión ambiental.

Planet

Sin planeta no hay personas ni economía. Estamos en una situación de emergencia climática y las empresas tenemos un papel relevante en la transición hacia un modelo económico compatible con los límites planetarios y la necesidad de evitar el sobrecalentamiento planetario.

UDON en cifras 2022

VENTAS

TOTAL

 **+45 M€**
45.396.000 €

TAKE AWAY

 **1,7 M€**

DELIVERY

 **7,7 M€**

Ventas take away y delivery:
9.109.517 €

PRESENCIA

73

RESTAURANTES

Restaurantes en franquicia: 69
Restaurantes propios: 4



6

Presencia internacional en seis países:

España, Andorra, Portugal, Estados Unidos, Puerto Rico y República Dominicana.

NEGOCIO

CLIENTELA

 **3,1 M**

EMPLEADOS

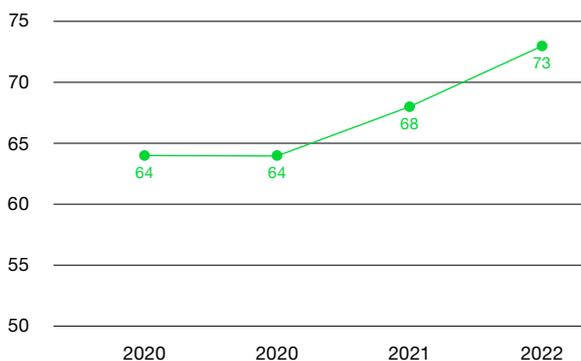
 **879**

Líderes

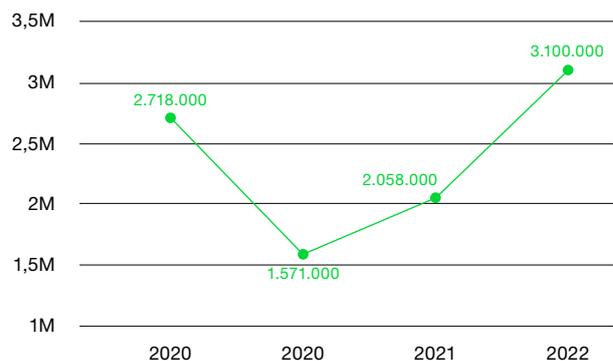
en restauración asiática en España

Nº DE RESTAURANTES

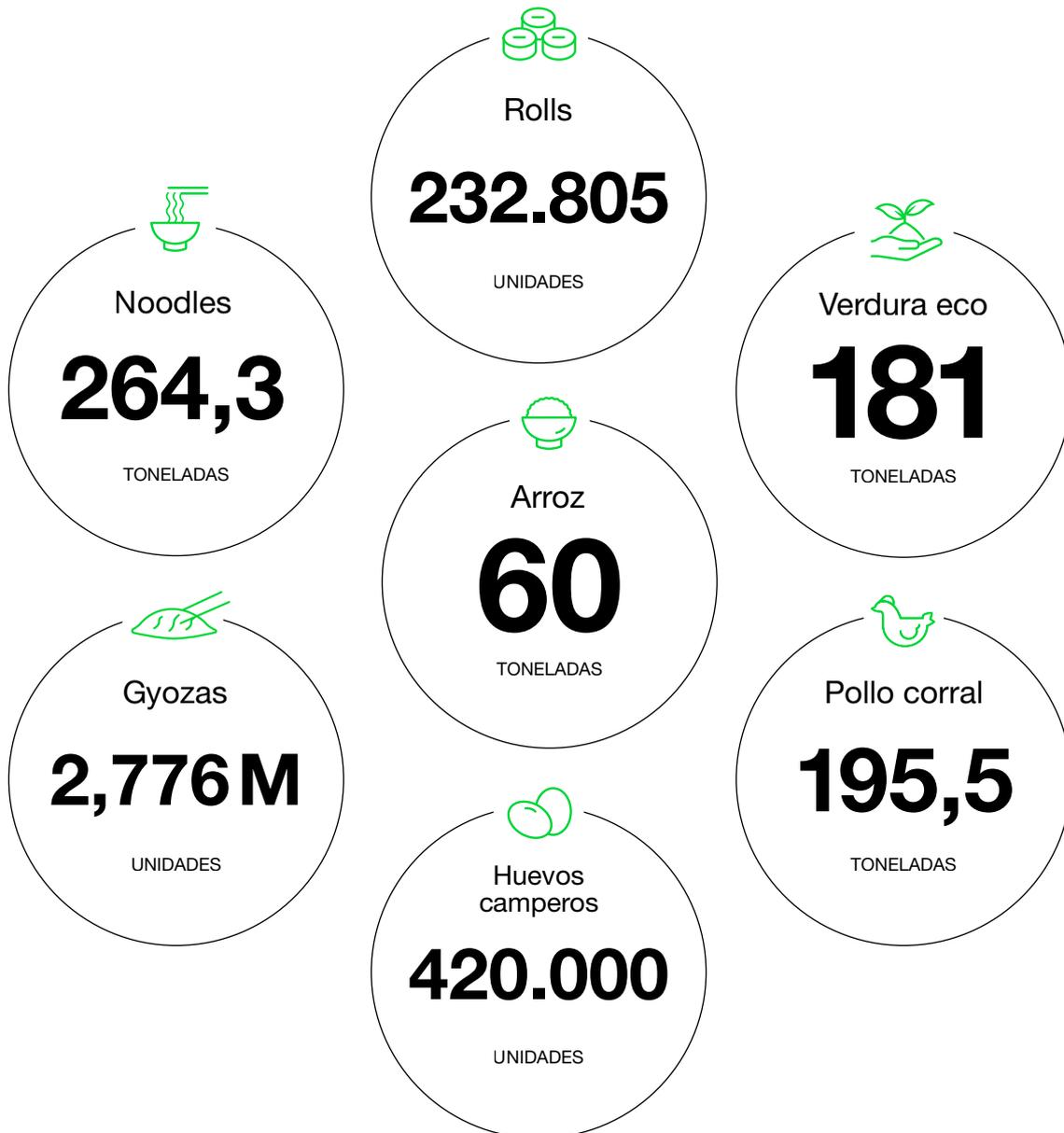
Franquiciados y propios



CLIENTELA



INGREDIENTES PRINCIPALES



UDON, la magia del mundo asiático durante casi 20 años

Una historia de amor con la cultura y la gastronomía asiática.

La historia de UDON empieza hace más de 20 años. Los viajes, mucha curiosidad y un paladar abierto a nuevos sabores llevaron a los dos fundadores a enamorarse de la cultura y gastronomía asiática. Así nació el primer UDON en el año 2004, en el corazón del barrio del Born de Barcelona, inspirado en las tascas tradicionales japonesas, con más de 400 años de historia.

Asian Food Salud y sabor

En UDON recuperamos el carácter sano, equilibrado y nutritivo de la cocina asiática, una de las más saludables del mundo. Seguimos una fórmula simple: salud y sabor. Nos encanta disfrutar de recetas con siglos de historia elaboradas con materias primas frescas de calidad y, en muchos casos, ecológicas. Adaptamos la carta 4 veces al año en consonancia con los productos de temporada, de manera que ofrecemos una mayor variedad a nuestra clientela a la vez que reducimos el impacto ambiental y mejoramos el comercio local. Y para que todo que-

de perfecto, preparamos los platos tal como nos gusta comerlos: siempre cocinados al momento.

Nuestro carácter innovador y ese paladar inquieto, siempre en busca de nuevos sabores, nos han llevado a ofrecer una carta con más de 40 platos diferentes, avalados por una consultoría nutricional. Todos inspirados en recetas orientales elaboradas con ingredientes de calidad, y pensando en el bienestar animal y en la gestión sostenible de nuestros restaurantes.



Así nació el primer UDON en el año 2004, inspirado en las tascas tradicionales japonesas

Presencia UDON global

Nacimos con la idea de cuidar de la salud de las personas y el planeta con una visión global.



Hoy, casi 20 años después, estamos presentes en casi toda España, y con presencia internacional en 6 países, diversificando la forma en la que ofrecemos nuestros platos saludables, desde nuestros restaurantes, llevándolos a tu casa o para tomar en el aeropuerto o en tu vuelo cuando estés de viaje.

Pilares estratégicos

El propósito está claro, pero ¿en qué nos basamos para tomar las mejores decisiones, las más saludables para nuestra clientela y el planeta?

La sostenibilidad es uno de los pilares estratégicos de nuestro negocio, lo que nos ayuda a marcar prioridades en el Plan de acción sostenible que llevamos desarrollando desde hace más de 6 años. Os presentamos algunas de las principales áreas en las que trabajamos:



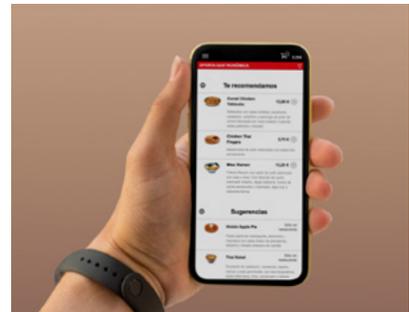
Personas felices

Desarrollar y mantener el bienestar laboral es la clave del éxito para tener colaboradores motivados, comprometidos y con mejor desempeño en sus puestos de trabajo, de un modo sano y sostenible. Hemos desarrollado un programa específico para impulsar y medir la felicidad de nuestros equipos.



Gastronomía responsable

Estamos en constante búsqueda de ingredientes que, además de cumplir con los requisitos de calidad, sean ecológicos, saludables y tengan en cuenta el bienestar animal. La salud y la sostenibilidad están siempre presentes en nuestras recetas y nuestra política de compras.



Innovación y digitalización

La digitalización de las auditorías, la monitorización energética y las cartas interactivas son solo algunos ejemplos de cómo la innovación y la digitalización nos permiten realizar una gestión más sostenible.

Dirección ética, compromiso y transparencia

El Órgano de Gobierno de UDON se compone de 5 personas, 2 de ellas trabajan en la compañía, y está formado por 4 hombres y 1 mujer.

Los miembros de la Dirección han adquirido compromisos en la toma de decisiones de su departamento sobre temas económicos, ambientales y sociales. Su amplia experiencia en el sector permite realizar un enfoque apropiado en cuanto a la minimización de los impactos.

Siempre hemos dado mucha importancia a la igualdad en la dirección de la empresa y que nuestros directivos fueran tanto hombres como mujeres, y el resultado es que tenemos 4 directoras y 3 directores de departamento.

Equipo Directivo



Jordi Vidal
Dirección General



Jordi Pascual
Dirección General



Jordi Quilez
Desarrollo



Cristina Martínez
Compras



Silvia Munné
Marketing



Cristina Castany
Operaciones



Joanmi Bardera
IT



Alberto Gómez
I+D



Leticia Ibáñez
RR.HH.

Código ético

Nuestro código ético contempla los principios de igualdad de oportunidades y no-discriminación, las relaciones basadas en el respeto, la mejora continua y la integridad, así como la confidencialidad de los datos. Dicho código contiene nuestras políticas, entre ellas:

- Política de comidas
- Plan de igualdad
- Política de protección de la información
- Normativas



Nuestra hoja de ruta en gastronomía responsable

ASAP (As Sustainable As Possible)

Sabemos que no es fácil pero no por ello vamos a dejar de marcar objetivos ambiciosos que nos lleven a tener un impacto positivo en las personas, las comunidades donde operamos y el planeta. Nuestro programa ASAP (*As Sustainable As Possible*) es la hoja de ruta marcada.

El propósito forma parte de nuestros valores y todas las decisiones se toman poniendo a las personas y el planeta en el centro de la estrategia, porque así no perdemos nuestro objetivo hacia un mundo mejor.



Propósito y valores

Nuestra razón de ser, lo que nos une y nos mueve, lo que nos motiva y nos da fuerzas para seguir avanzando y creciendo con ilusión día tras día:



PEOPLE first

Trabajamos para que nuestros equipos sean personas felices, que se sientan libres para desarrollar todo su potencial y compartir su conocimiento, porque juntos somos mejores.



PRODUCT matters

Buscamos la excelencia en cada plato con los mejores ingredientes, de Asia y de aquí, para ofrecer el mejor sabor y respetar el planeta: bueno para las personas y bueno para el entorno.



PLANET lovers

Actuamos con responsabilidad y honestidad en todas las acciones que llevamos a cabo. Porque somos conscientes de que nuestra actividad tiene un impacto, y queremos que sea positivo para la sociedad y para el medio ambiente.



PASSION driven

Sentimos pasión por lo que hacemos, por hacer felices a las personas con nuestra comida y por compartir nuestra pasión por la cultura asiática, trabajando cada día dando lo mejor de nosotros.

PROPÓSITO
Y VALORES

MISIÓN Y VISIÓN

GRUPOS DE INTERÉS
DE UDON

TEMAS MATERIALES
Y ODS

PROGRAMA ASAP
(AS SUSTAINABLE
AS POSSIBLE)

Misión y visión

MISIÓN

Ofrecer una dieta saludable a nuestra clientela a través de una oferta gastronómica asiática con ingredientes de alta calidad, trabajando con productos y servicios respetuosos con el planeta.

VISIÓN

Ser líderes en restauración asiática llevando experiencias únicas a cada cliente; una propuesta de valor centrada en la salud de las personas y del planeta.



Grupos de interés

Si queremos seguir dando pasos hacia un negocio lo más sostenible posible, no podemos olvidar los grupos de interés con los que nos relacionamos y la forma en la que nuestras operaciones les afectan. Gracias a una escucha activa con cada uno de los grupos que hemos identificado, podemos determinar cuáles son estos impactos positivos o no tan positivos sobre los mismos.

Nuestro equipo y nuestra clientela son dos de los grupos prioritarios con los que mantenemos un diálogo continuo a través de múltiples canales de comunicación... ¿Y para qué? Para mejorar su satisfacción, su calidad de vida, su salud, su bienestar y el disfrute de la gastronomía asiática y, por lo tanto, para que sean más felices.

Hemos creado el comité de franquiciados para que puedan involucrarse en la toma de decisiones de la empresa, ya que todos los restaurantes, tanto propios como fran-

quiciados, deben ser iguales. En definitiva, para conseguir, entre todos y todas, objetivos comunes.

Dada la importancia que la sostenibilidad tiene en nuestro Plan estratégico, desde 2017 desarrollamos nuestro Plan de sostenibilidad y en la actualidad contamos con una persona responsable de RSC. De este modo, trabajamos de una forma transversal en toda la compañía con objetivos comunes hacia el compromiso adquirido por la Dirección.

	Reuniones	Consultas	Eventos	Código de conducta	UDON University	Teams / Slack	Email / Teléfono	Newsletter interna	Newsletter externa	WEB	Canal de incidencias / sugerencias	Cartelería y envases	Menú físico y QR	RRSS	Contratos / Convenios	Nota de Prensa	Software de gestión (MAPAL)
Socios fundadores	•	•	•			•	•										•
Directores/as de departamento y consultores	•	•		•		•	•	•									•
Empleados/as	•		•	•	•	•	•			•		•					•
Colaboradores/as externos	•		•			•	•			•							
Clientela							•		•	•	•	•	•	•		•	
Plataformas de compra								•	•					•			
Franquicias	•		•				•	•		•				•	•	•	•
Aena / Aeropuertos / Centros comerciales	•						•	•	•	•	•				•	•	•
Proveedores y distribuidores	•							•	•	•					•		
ONG'S / Fundaciones / Universidades	•		•					•	•						•		
Patronales y asociaciones sectoriales	•		•					•									
Medios de comunicación y RRSS			•					•	•							•	
Chefs y expertos en alimentación	•		•				•										
Administraciones locales / Autonómicas / Nacionales	•						•										

Temas materiales y ODS

Como base de la estrategia en sostenibilidad que tenemos marcada, hemos procedido a identificar los temas materiales más significativos para UDON.

Los temas materiales son aquellos temas relevantes que son suficientemente importantes como para que resulte esencial gestionarlos. Reflejan los aspectos de gobernanza, sociales y ambientales significativos que pueden generar un impacto y que podrían influir de forma positiva o negativa en la capacidad de UDON de llevar a la práctica nuestra visión y estrategia.

Para la identificación de dichos temas, hemos tomado en consideración los estándares de reporte internacionales de la GRI (Global Reporting Initiative) y hemos realizado un análisis del sector de la restauración tanto nacional como internacional.

Gracias a la identificación de estos temas materiales, el año que viene haremos su priorización en una consulta a los grupos de interés. En estos grupos se encuentra la Dirección, las personas empleadas, la clientela y las empresas proveedoras de UDON; su opinión es muy importante

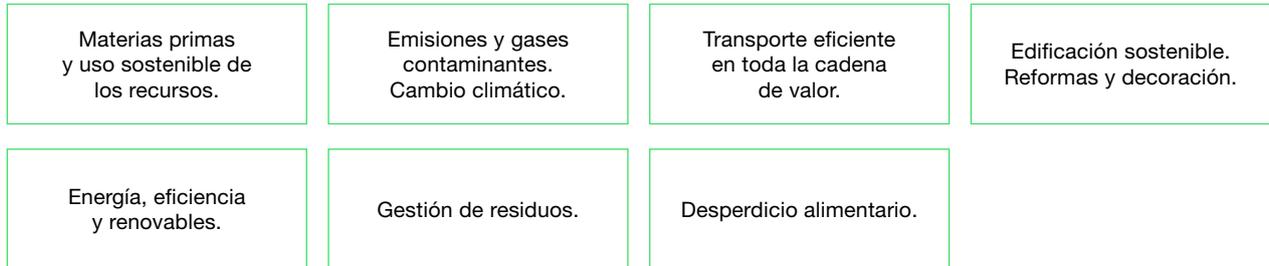
para nosotros ya que son parte de nuestros valores y de nuestro negocio.

Dicha priorización nos dará a conocer la matriz de materialidad, para ordenar por prioridades todas las acciones que tenemos en curso, agilizando y dando partida presupuestaria a aquellas que son cruciales.

Todos estos temas forman parte del Plan de acción de UDON y los hemos asociado a su correspondiente ODS como hoja de ruta global a la que nos acogemos.

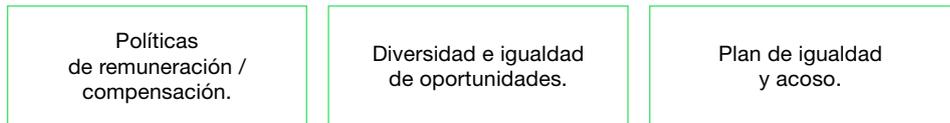


Ambientales



Sociales

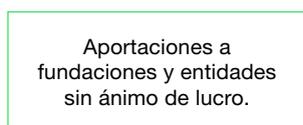
Personas



Producto



Comunidad





Cientela

Salud consumidores.



Gobernanza

Materias primas y uso sostenible de los recursos.

Emisiones y gases contaminantes. Cambio climático.

Transporte eficiente en toda la cadena de valor.



Acuerdo de París y la Agenda 2030 con los Objetivos de Desarrollo Sostenible

El Acuerdo de París es un tratado internacional sobre el cambio climático adoptado por 193 países en el año 2015 y cuyo objetivo es limitar el calentamiento global mundial por debajo de los 2 °C y, preferiblemente, a 1,5 °C, en comparación con los niveles preindustriales.

Para conseguir este objetivo, los países se proponen alcanzar un máximo de emisiones de efecto invernadero para lograr un clima neutro en cuanto a emisiones en el año 2050.

Este acuerdo es muy importante ya que es multilateral, y conlleva que todos los países se unan para establecer esfuerzos comunes a la hora de combatir el cambio climático y adaptarse a sus efectos.

Dicha agenda tiene un hito muy importante en el año 2030 y ha desarrollado 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que surgieron de las negociaciones más inclusivas y completas de la historia de la ONU. Se trata de un plan compartido para acabar con la pobreza extrema, reducir la desigualdad y proteger el planeta para 2030, detallado en 169 hitos para poder establecer una hoja de ruta para dichos países y sus empresas públicas y privadas.

Programa ASAP (As Sustainable As Possible)

En el año 2017 creamos ASAP (*As Sustainable As Possible*), un programa propio que nos permite impulsar la sostenibilidad de nuestra cadena y hacer su seguimiento. Los objetivos de ASAP son conocer qué está pasando a nuestro alrededor, qué supone nuestro día a día para poder involucrarnos en solucionar los problemas reales, y comunicar nuestros avances para que sirvan como ejemplo dentro del sector de la restauración.



El programa también ha comportado el desarrollo de un Plan de acción que vamos ajustando cada año. Así, hacemos auditorías periódicas para ir evaluando y controlando que todas las acciones se llevan a cabo. Gracias al programa, hemos conseguido todos los objetivos que

veremos a lo largo de esta Memoria de impacto positivo. Echando la vista atrás, nos damos cuenta de que estaríamos muy atrasados en muchos temas ambientales y de producto si no hubiéramos empezado dicho programa en su día.

Viaje hacia el impacto positivo. Hitos ESG

«La sostenibilidad está en el ADN de UDON». Desde el inicio, nos propusimos ser una empresa responsable y respetuosa con el entorno.

Nuestro crecimiento es sostenido y hemos desembarcado en nuevos mercados y países como Portugal, República Dominicana, Puerto Rico y Miami, lo que hace más difícil mantener a raya las emisiones, ya que estas se incrementan con la distancia. También hemos aumentado las ventas, aun así, las emisiones crecen menos que las operaciones y seguimos buscando nuevas fórmulas para reducir nuestra huella lo máximo posible.

Uno de los puntos de inflexión fue la inclusión de la sostenibilidad como uno de los pilares estratégicos, así como empezar a medir y lanzar nuestra certificación en medio ambiente para todos los restaurantes, tanto propios como franquiciados, donde analizamos muchos indicadores que nos ayudan a mejorar. En cuanto a producto, la gran mayoría de verduras son de producción ecológica certifica-



da, el 100 % de los huevos son camperos y todas nuestras carnes (pollo, ternera y cerdo) disponen del sello de bienestar animal Welfare. Fuimos la primera cadena de restauración en ofrecer todo el salmón sostenible (sello ASC) y buscamos constantemente ingredientes sostenibles para incorporar a la carta.

Y no solo ambientalizamos los productos de la carta, también nos fijamos en cómo podemos reducir la huella ecológica de productos no alimentarios como los uniformes, el *packaging* o el film alimentario.

Trabajamos para tener bajo control el derroche alimentario dándolo a conocer a la plantilla con un Plan de formación y con la colaboración con Too Good To Go, para dar una segunda oportunidad a los alimentos.



Estrategia sostenible. Hitos ESG

2004

- En UDON nos adelantamos a la prohibición de fumar antes de la Ley 42/2010, que modifica la Ley 28/2005.
- Ganadores de los Hostelco Awards en gestión.

2016

- Ganadores de los Hostelco Awards en gestión de desarrollo de RR. HH. Y premio de excelencia y sostenibilidad.

2017

- Diagnóstico en sostenibilidad y Plan estratégico.
- Ternera sello Welfare sobre bienestar animal.
- Todos los envases de los refrescos y aguas para consumo *in situ* pasan a ser de vidrio.
- Plan de sostenibilidad ASAP.

2020

- Comunicación del Plan de sostenibilidad, Premio Nacional de Hostelería a la innovación.
- Camisetas de algodón eco.
- Certificamos el salmón sostenible ASC.
- Diseño de la política de compras sostenibles.
- Reducimos gramaje de azúcar de 6 a 4 g.
- Papel azucarillos compostable.
- Salsera de bagazo y cubiertos de madera.
- 100 % celulosa Kraft reciclada.
- Certificados ambientales de los restaurantes: 25 % Silver y 75 % Gold.

2019

- Auditorías internas en la cadena de valor. Ganadores de los Horeca New Business Models Awards en People, Product, Planet.
- Formación en sostenibilidad a las personas trabajadoras.
- Sustitución de los envases de agua del delivery, que pasan de ser de plástico a ser de aluminio.
- 100 % pollo Welfare.
- 192 t de verduras y frutas eco (21 referencias).
- Incorporamos vino y aceite de oliva eco.
- Todos los huevos frescos y pasteurizados de corral.
- Incorporamos tofu y Heura como proteína vegetal / *Plant based*.
- Cálculo de huella de carbono.
- UDON University.
- Programa Be UDON de motivación y participación de equipos.

2018

- UDON nos hacemos internacionales: Portugal.
- Procesos de recogida de información para ejecutar el plan.
- 168 t de verduras y frutas eco (13 referencias).
- Empieza la ambientalización del *packaging*.
- Diseño de la Plataforma de Formación con cápsulas formativas de sostenibilidad.

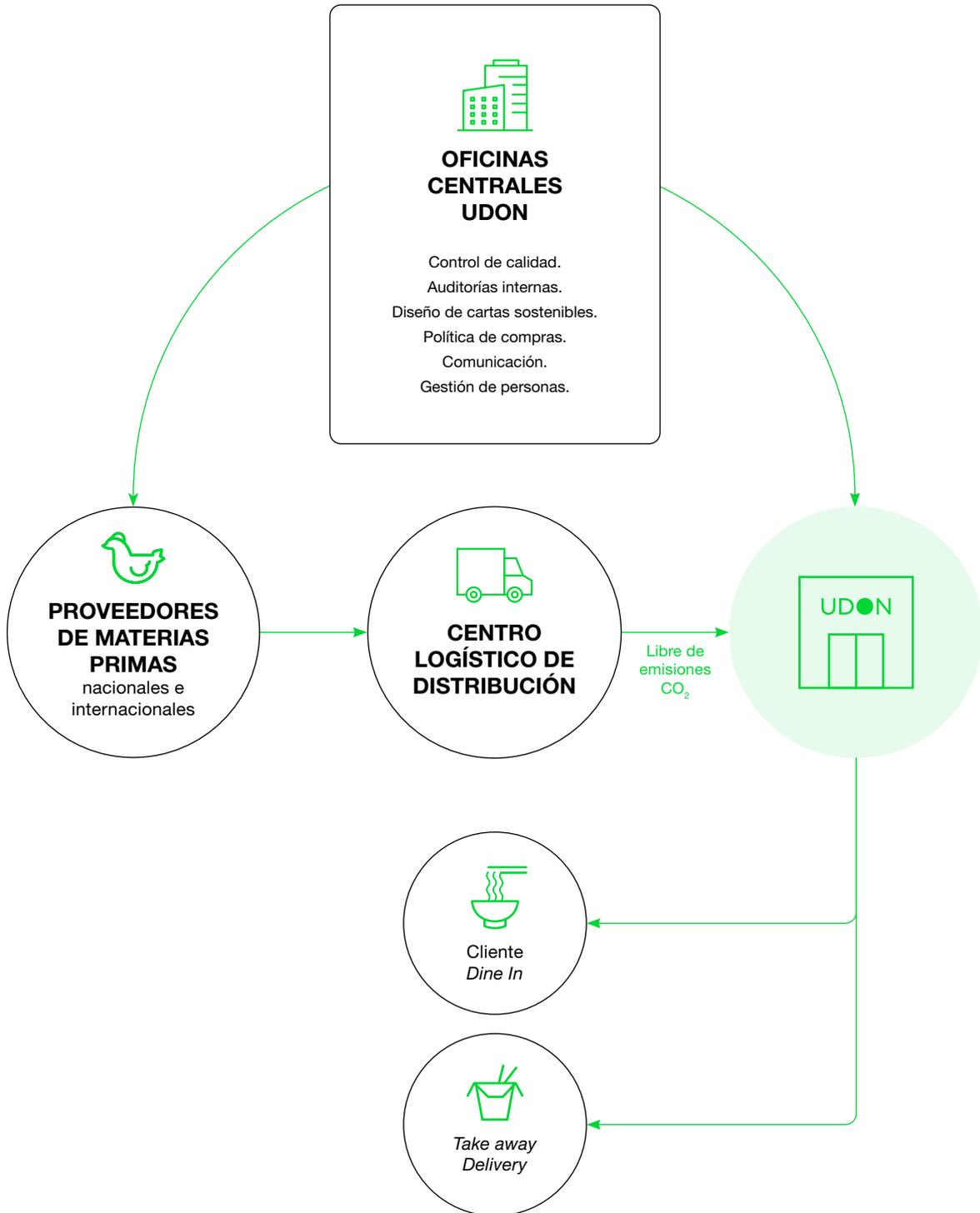
2021

- UDON República Dominicana.
- Premio marcas de restauración - Ganadores del premio de sostenibilidad.
- Comité de franquiciados con acciones en todos los restaurantes.
- Empezamos a sustituir la limpieza convencional por ozono.
- Empezamos a sustituir las cápsulas por café en grano.
- 100% pollo, ternera y cerdo con sello *welfair* de bienestar animal.
- Certificados ambientales de los restaurantes: 9 % Silver y 91 % Gold.

2022

- UDON Miami y Puerto Rico.
- Miembros de la Fundación Restaurantes Sostenibles.
- Empezamos a colaborar con Too Good To Go.
- Creación del comité de franquiciados.
- Incorporamos sésamo ecológico.
- 181 t de verduras y frutas eco.
- 100 % uniformes en algodón ecológico y de poliéster de PET reciclado.
- Certificados ambientales de los restaurantes: 17 % Silver y 83 % Gold.

Cadena de valor



Estos son los 3 ejes en los que se sustenta nuestro Plan de sostenibilidad y la razón de ser de nuestro negocio: aportar valor a las personas, cuidar del planeta y ofrecer el mejor producto posible para la salud de ambos.



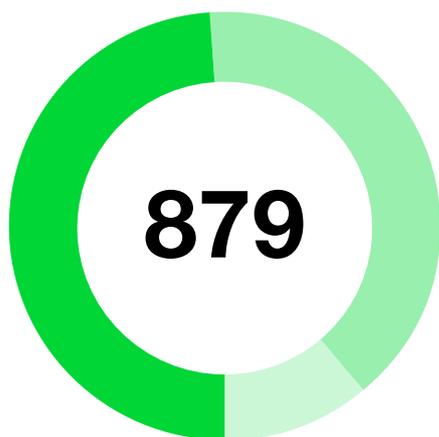


«Para mí la felicidad es el servicio alineado con el propósito: aprecio, energía, propósito y pertinencia son los elementos clave para que las personas sean más felices en una empresa». «Las personas felices traen más productividad y más creatividad a la empresa».

Entrevista a Luis Gallardo,
presidente del World Happiness Festival

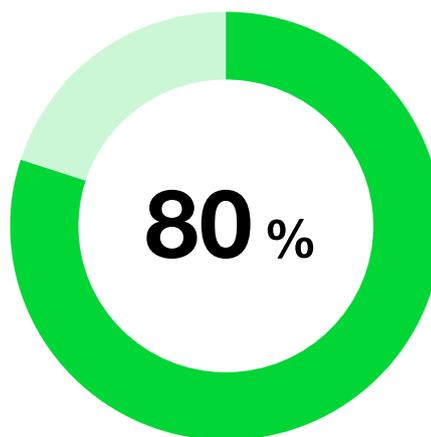
Personas felices

Personas empleadas



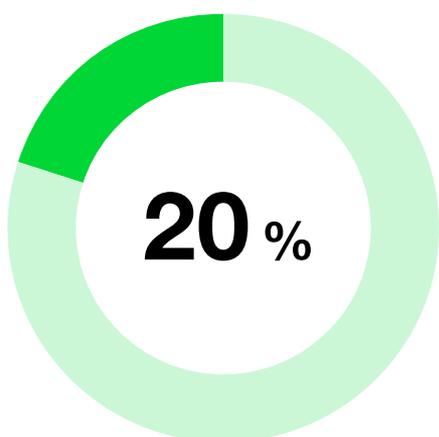
● 48,9 % Mujeres ● 40 % Hombres ● 11,1 % Otros

Índice de satisfacción



● El 80 % de nuestra plantilla está muy satisfecha.

Trabajo en remoto



● 20 % de trabajo en remoto para personal de oficinas.

Equilibrio personal y profesional

➤ **Mayores oportunidades** a las personas menores de 25 años y mayores de 50 años, y a aquellas con barreras laborales.

➤ **Comité para el franquiciado**, escucha activa de nuestro equipo.

Programa Felicidad

Nos importan las personas

El mercado laboral está cambiando y las personas, con él. Un profesional cada vez más consciente y en línea con sus valores está alzando la voz, y nuestro deber es escucharle.



Los índices en la restauración son cada vez más alarmantes, ya que uno de cada dos jóvenes españoles preferiría estar desempleado a ser infeliz en su trabajo, el 25 % quiere cambiar de empleo y el 75 % restante se lo ha planteado.

Fuente: Encuestas de SIGMA DOS - año 2022

Basándonos en el contexto actual, hemos desarrollado el Plan de felicidad laboral, porque nos importan las personas y nos identificamos con los hábitos saludables que fomentan la felicidad.

En UDON separamos la felicidad de las personas que trabajan con nosotros de la productividad; somos seres plenos y tenemos derecho a ser felices, sin que se nos considere una simple ratio.

Iniciamos el plan con un test en el que hemos tenido en cuenta diferentes estudios, como son:

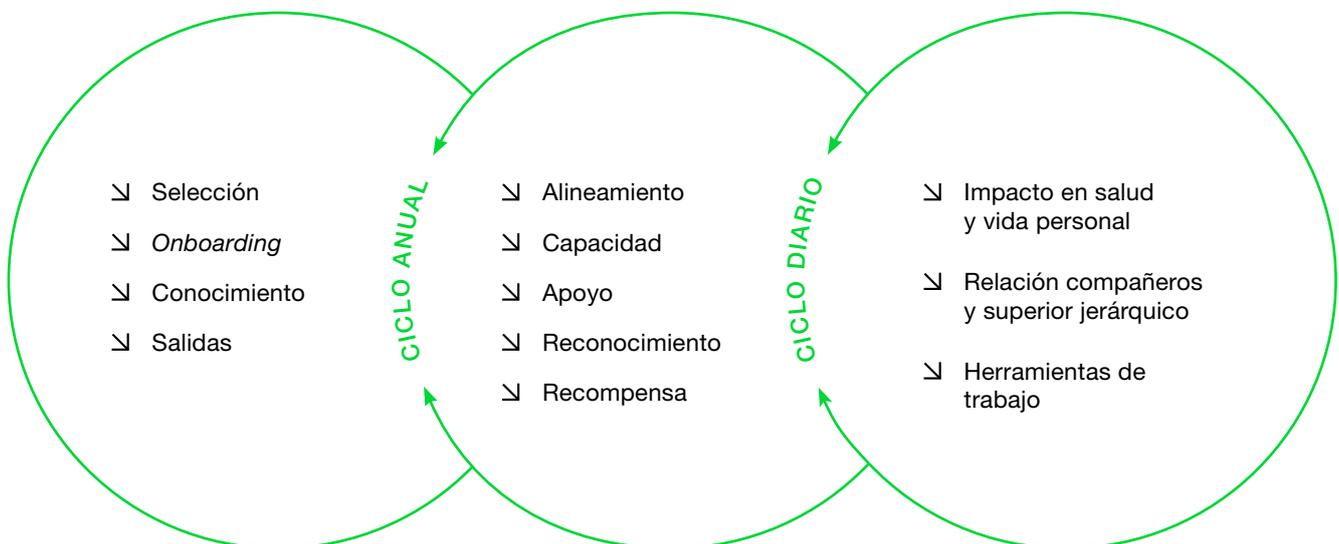
- **Social Progress Index**
(Universidad de Harvard)
- **OHQ/SS**
(Universidad de Oxford)
- **Índice Pemberton**
(Universidad Complutense de Madrid)
- **World Happiness Report**
(Asamblea General de Naciones Unidas)
- **Happy Planet**
(New Economic Foundations)

¡Construyendo un excelente lugar para trabajar! La felicidad es la base de una vida plena.

Tomar las decisiones adecuadas, estar predispuesto naturalmente, esforzarse cada día por mantener el equilibrio apropiado en la vida e involucrar a otros para que disfruten de su día a día forma parte de esos momentos felices.

La felicidad también es una modesta tarea colectiva y ahí es donde actuamos en UDON, es algo que debe cuidarse y alimentarse para que no se marchite.

Índices de experiencia del empleado en UDON



«Queremos enamorar a las mejores personas, las más especiales, y que elijan quedarse en UDON por su orgullo de pertenencia a una empresa que las cuida y que crece con ellas, para ser más felices».

People First

Creamos el proceso de selección *People First*, basado en la selección por valores y personalidad, donde la actitud del candidato/a prima por encima de su aptitud.

Un test experiencial, a través del cual creamos un *storytelling* basado en un viaje a Asia, donde vamos a conocernos mejor para encontrar al candidato que comparta nuestros valores.

Seleccionamos por valores: creamos el Test Match de Valores y Personalidad

Nos basamos en la confianza, la comunicación, la autoestima y el reconocimiento al buen trabajo. Por este motivo, contamos con los mejores profesionales entre el equipo y creamos un ambiente laboral excelente.

Teniendo en cuenta la encuesta de satisfacción que llevamos a cabo anualmente, el resultado de 2022 muestra que el 62,6 % recomendaría UDON para trabajar. Un ejemplo de ello son los reconocimientos entre compañeros.



Adrián Amilburu Llorente

Consultor de Operaciones en UDON Murrieta ha sido reconocido/a por Cecilia Elisabeth Martino Couñago con Passion
01/04/2023



¡No sé por qué este muro no está plagado de reconocimientos porque no mereces menos! Eres una máquina con pilas interminables y envidio muy sanamente tu forma y ritmo para trabajar, creo que no he podido tener mejor suerte porque voy a aprender de alguien que derrocha y supura experiencia por todos lados! ¡Gracias!



Cecilia Elisabeth Martino Couñago

Las personas, en el centro

Nos aseguramos de que nuestro proceso de selección esté muy cuidado y que esté basado en las diferentes categorías profesionales, desde la Dirección hasta el personal encargado, el personal jefe de cocina y el equipo de sala.



Damos mayor oportunidad de contratación a las personas menores de 25 años y mayores de 50 años, así como a las personas que tienen barreras laborales. Además, colaboramos mediante convenios con entidades y fundaciones para la contratación e inserción de personas en riesgo de exclusión social. Algunas de estas entidades son Cruz Roja, Cáritas, Fundación Aura y Mescladís.

Actualmente, contamos con personas de estos colectivos en nuestros equipos de UDON Barcelona. Asimismo, contamos con estos colectivos cada vez que hay una nueva apertura de local.

También colaboramos con Grameimpuls, un referente y un recurso para jóvenes, mujeres, personas extranjeras, personas desempleadas y personas con riesgo de exclusión social. Esta entidad les ayuda a mejorar profesionalmente.

En UDON ayudamos a los jóvenes menores de 25 años con dificultades a encontrar su primera experiencia laboral y les damos la oportunidad de realizar sus prácticas y poder desarrollar una carrera profesional con nosotros.

2019

10



CONTRATOS FORMATIVOS

de duración de un año, después de los cuales todos continuaron trabajando en UDON.

2022

3



JÓVENES EN PRÁCTICAS

en cocina provenientes de la FP Dual.

UDON, por el bienestar de nuestro equipo

Cuidamos a nuestro equipo para lograr, juntos, una transformación.

El personal de UDON es un activo imprescindible y un aliado clave para avanzar hacia una gestión más respetuosa con el planeta. En UDON promovemos una cultura centrada en las personas, basada en la confianza y en la responsabilidad, donde el talento prospera.

Enfocados en el bienestar en el trabajo, mejoramos la salud de nuestro personal. Queremos conseguir un ambiente laboral cómodo, seguro y feliz, pues este es uno de nuestros principales retos.

Entre las acciones que desarrollamos para cuidar de la salud de nuestros equipos y de los beneficios que les ayudan a conciliar la vida laboral y la vida familiar, destacamos:

- El **seguro de salud**, con un precio muy especial para nuestro personal y sus familias. En algunos casos, el 50 % del coste está bonificado por la empresa.
- **Prevención de riesgos laborales** con formación y reconocimientos médicos.
- **Día libre** en su cumpleaños para personal de oficinas.
- Programas para el **bienestar mental** o *mindfulness* con una introducción a su origen, la práctica, la respiración y la atención al cuerpo, para ayudarlos a estar más presentes y aliviar el estrés.
- Descuentos personales en **Eurostars Hoteles**.
- 10 % de descuento en restaurantes **UDON Barcelona**.
- **Comida** de personal.
- 5-7 % de descuento en **Agencia B Travel**, para que viajar sea más fácil.
- **Conciliación familiar** con la adaptación de horarios de turno continuado; eliminamos los turnos partidos.
- Descuentos en **centros comerciales**.

La seguridad, ante todo

Contamos con un cuestionario anónimo de salud y un estudio psicosocial con sesión formativa para el personal directivo, responsables de departamento y personal técnico. El 66,2 % de la plantilla participó en este estudio.

Talento y formación para el desarrollo profesional

UDON University

UDON University nació de las propuestas realizadas a través de nuestras encuestas de satisfacción anuales, apostando así por las personas y su desarrollo dentro de la compañía. De este modo, creamos este modelo de formación como línea estratégica de desarrollo y de fidelización de talento.

Objetivos



Garantizar que nuestros profesionales adquieran los conocimientos técnicos y las habilidades necesarias para desempeñar su trabajo.



Potenciar el desarrollo de perfiles versátiles que den respuesta a las necesidades de negocio.



Alinear a nuestros profesionales con la cultura, los valores y la estrategia de UDON.



Desarrollar el sentimiento de pertenencia (*engagement*) y contribuir a la motivación de nuestras personas.

Itinerarios

- ↘ Consultor/a de operaciones.
- ↘ Director/a de restaurantes.
- ↘ Encargado/a de restaurantes.
- ↘ Jefe/a de cocina.
- ↘ *Mentoring.*



**Desde su inicio en el año 2019,
116 profesionales han avanzado en
su carrera en estas 4 promociones.**

Además de UDON University, realizamos un análisis exhaustivo de las habilidades profesionales por competencias para poder ayudar a cada una de las personas del equipo. En este sentido, la confianza, la escucha activa y la implementación de *feedback* son cruciales.

**Tomar
la iniciativa.**

**Atención
al detalle.**

Compañerismo.

Empoderamiento.

**Colaboración
en equipo.**

**Orientación
al servicio a
la clientela.**

Liderazgo.

Implementamos un itinerario formativo de desarrollo personal compuesto por 3 cursos: trabajar la voluntad, generación de hábitos y *(re)mindset*.



UDON Academy

Una de las bases del bienestar de las personas colaboradoras es darles las herramientas necesarias para que puedan desempeñar su trabajo.

En UDON establecemos el primer centro formativo en el que los asistentes pueden ir de la mano de los mejores profesionales de la cadena.

Es una formación 100 % experiencial, con la metodología *learning by doing*.

UDON Academy nace con el objetivo de crear un lugar en el que todo el mundo pueda aprender, independientemente de si se trata de una nueva incorporación o de alguien más veterano.

Queremos construir programas totalmente personalizados al asistente, por lo que tanto su duración como el contenido están hechos a medida para dar respuesta a las necesidades.

Portal UDON

La formación en prevención de riesgos laborales y de acoso laboral es de obligado cumplimiento y no podía faltar. Además, formamos continuamente a los equipos dependiendo de sus responsabilidades y ubicación, desde *global management* hasta el personal de oficinas, sala y cocina, a través del portal UDON en MAPAL ONE.

Destacamos, entre otros cursos, los de compras, gestión de *stocks*, arte y manejo de la bandeja, promoción y otros que son de ayuda para su economía personal, como los relacionados con las claves para poder entender la nómina.

El 82 % del personal de UDON realiza capacitación para el desarrollo profesional.

Diversidad, igualdad e inclusión



El talento UDON pone en valor lo que somos, la diversidad como forma de enriquecernos y de ser multidisciplinares.

Las múltiples nacionalidades de nuestras 879 personas empleadas enriquecen la cultura corporativa y constituyen un plus para nuestra plantilla y clientela.

El impacto de UDON sobre las personas y la reducción de las desigualdades son significativos si tenemos en cuenta que, para más de 1.000 vacantes, recibimos una media anual de 3.000 currículums.

Actualmente, estamos realizando un Plan de igualdad porque, aunque no estemos

obligados legalmente, pensamos que medir cómo estamos es la base para mejorar.

Contamos con un protocolo de acoso laboral con medidas para prevenir, evitar o eliminar cualquier tipo de acoso, ya sea por razón de sexo, sexual o moral. Tenemos establecido el procedimiento de actuación y el canal de comunicación para denunciarlo de una forma anónima.

En este momento, estamos trabajando en un programa que fomenta la sensibilización acerca del colectivo LGBTQ+, ya que la idea es seguir avanzando hasta que seamos muy diversos e inclusivos, así como lo más igualitarios posible.

La salud de nuestra clientela

Impactamos positivamente en el ODS 3 de salud y bienestar. Queremos ir hacia un modelo de negocio de impacto que ayude a mejorar la salud de las personas.



Fuimos la primera cadena de restaurantes en analizar la nutrición de nuestros platos para poder desarrollar una dieta saludable, reducimos la cantidad de sal y azúcar en nuestros platos y ofrecemos productos ecológicos para evitar los pesticidas, ya que inciden negativamente sobre las personas.

Unimos lo mejor de la dieta mediterránea y de la asiática para que nuestra clientela pueda disfrutar con tranquilidad mientras se cuida.



Nuestro programa de fidelización ofrece ventajas exclusivas para nuestra clientela mediante un sistema de puntos virtual para canjear por descuentos.



Comunicación con la clientela

La manera de comunicarnos con nuestra clientela está basada en una escucha activa, tanto en los restaurantes como en el medio digital.

Estamos presentes en redes sociales como TikTok, Facebook, Instagram, LinkedIn y YouTube. También estamos presentes en plataformas digitales de restauración como Tripadvisor, The Fork y Google Reviews, donde contamos con una media de 4,1 estrellas.

Toda comunicación que nos hace llegar nuestra clientela es contestada en un plazo no superior a 24 horas, así damos respuesta a sus necesidades.

UDON, compromiso con la sociedad

Formamos parte de la comunidad con colaboraciones para llegar más lejos juntos.

En UDON formamos parte activa de diferentes causas. Una de ellas es la ONG Soñar Despierto, con la que compartimos su misión para hacer llegar experiencias culinarias a los menores que viven en casas de acogida y que no tienen las mismas oportunidades.

Hemos desarrollado un Plan de responsabilidad corporativa marco para dar cabida a todas las acciones sociales que realizamos.

Elaboramos talleres de comida japonesa para los niños que viven en casas de acogida en edades comprendidas entre los 7 y los 12 años. Así, les damos la oportunidad de conocer otras culturas, probar nuevos sabores y realizar una actividad divertida fuera de su entorno diario. A día de hoy, hemos impactado en 25 niños y niñas.

Este año seguimos con el compromiso de atender a muchos más niños y niñas en las ciudades donde estamos presentes con nuestros restaurantes.



Gracias a la Fundación Aura, entidad que trabaja para la inclusión social y laboral de personas con discapacidad intelectual, en el equipo contamos con un profesional que viene de la fundación y desarrolla su puesto laboral en uno de los restaurantes de la empresa. Nuestro objetivo es ampliar esta colaboración a distintas ciudades donde estamos presentes con nuestros restaurantes.

Fundación Aura



Partnerships para avanzar más rápido en sostenibilidad

En UDON formamos parte de asociaciones empresariales locales y sectoriales para poder acometer la transformación que la industria necesita y adaptarnos al cambio climático.

Los fundadores están presentes en el entramado económico, social y gastronómico desde los inicios.

Por un lado, damos apoyo a *start-ups* en su acompañamiento empresarial y de innovación en Netmentora, del mismo modo que somos miembros del Patronato de la Fundación de Restaurantes Sostenibles. En esta última, comparten conocimiento sobre sostenibilidad y economía circular en una labor extraordinaria, sumando

en un ecosistema de empresas conscientes a restauradores comprometidos y profesionales independientes que, con una visión 360 °, trabajan hacia una transición responsable.

Se trata de un movimiento transformador que cuenta con personas agricultoras, ganaderas, chefs, empresarias de la restauración, asesoras gastronómicas, investigadoras, formadoras y demás agentes de nuestra vertical.



Además, formamos parte de:

- ↘ Marcas de Restauración.
- ↘ Gremio de Restauración de Barcelona.
- ↘ La Viña, Asociación de Hostelería de Madrid.
- ↘ Comertia, asociación catalana de la empresa familiar del *retail*.

Realizamos numerosas medidas que minimizan el impacto ambiental y nos ayudan a combatir el cambio climático



El 83 % de los restaurantes poseen el certificado Gold en 2022.



Reducción de 14 t de papel, con un **ahorro de 633,5 kg de CO₂** en 2022.



El 97 % de los restaurantes utilizan energía renovable.



El 100 % de las camisetas del uniforme son de algodón orgánico.



Separación de residuos en todos los restaurantes.



Utilización del 50 % de ozono en lugar de productos de limpieza con químicos.



El 100 % de envases son de bajo impacto ambiental y de bosques certificados.



Utilización del 100 % de iluminación LED, reductores de caudal y equipos ecoeficientes en restaurantes nuevos.



El 100 % de tintas del *packaging* son biodegradables.



Cartas digitales.



Salvamos excedentes con Too Good To Go.

Cuidamos el planeta

Gestión sostenible desde el ingrediente hasta el cliente

Vivimos en estrecho equilibrio e interdependencia con el resto de animales y vegetales que habitan el planeta Tierra, un espacio finito con recursos finitos. Cuidar de la Tierra implica cuidar a las personas y garantizar que las generaciones futuras puedan disfrutar de los recursos que hemos utilizado.

Debemos ser capaces de operar y servir comidas deliciosas haciendo un consumo responsable de los recursos naturales, aplicando el ecodiseño y la ecoeficiencia, minimizando los residuos, reciclando y reduciendo las emisiones de gases y, por lo tanto, la huella de carbono de nuestra actividad.

Las emisiones de CO₂ se han convertido en un problema ambiental que ha comportado que el cambio climático siga avanzando, un reto global al que se en-

frenta la humanidad y contra el que debemos luchar entre todos y todas.

Poder tener una calidad de vida similar a la que conocemos hoy en día depende de todos. Necesitamos frenar el aumento de la temperatura de la Tierra para situarla por debajo de los 1,5 °C respecto a los niveles preindustriales. Para alcanzar esta meta, Europa y España se han comprometido a reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) con estos objetivos para el año 2030:

El cálculo de las emisiones es imprescindible para que podamos medir y aplicar reducciones de emisiones que ayuden a frenar el cambio climático.

-55 %

de emisiones en comparación con el año 1990.

32 %

de energías renovables para el consumo de energía, como mínimo.

32,5 %

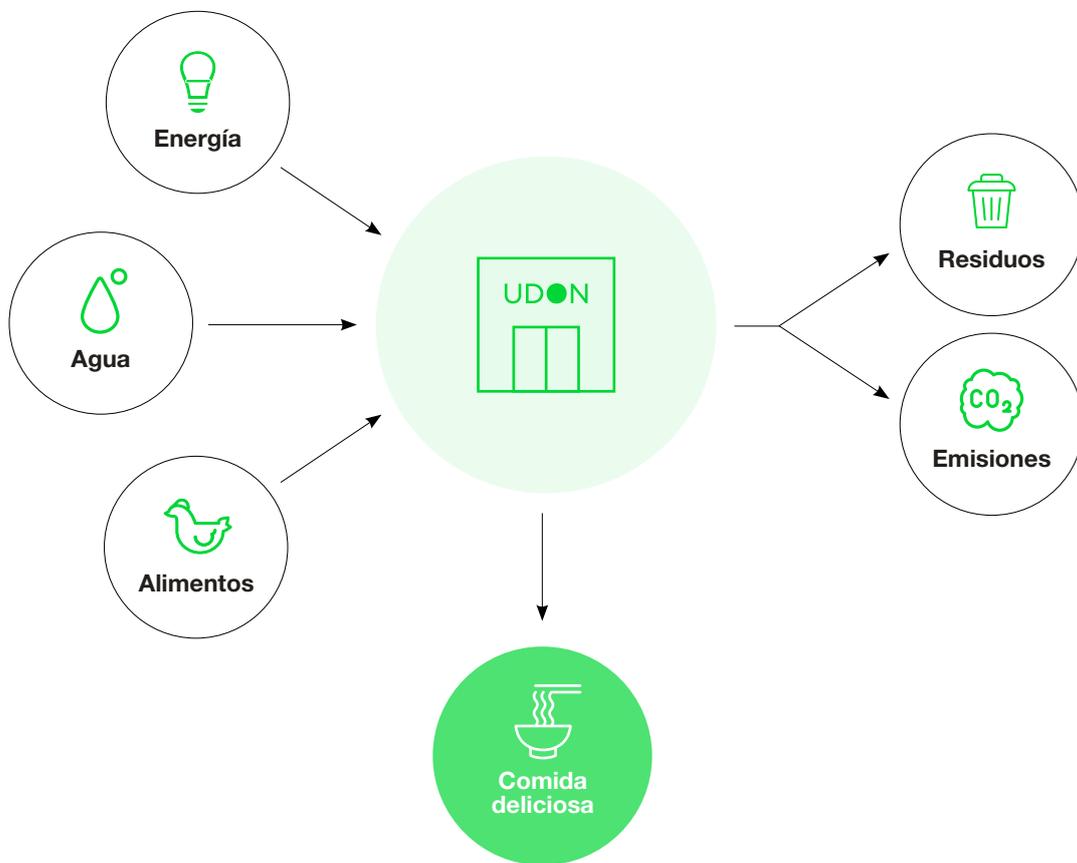
de mejora de la eficiencia energética por parte de la UE.

El impacto negativo de los restaurantes

Los restaurantes, al igual que todas las actividades económicas, generan un impacto negativo en el planeta. Es importante conocer las implicaciones de nuestro sector para poder definir la hoja de ruta que nos permitirá ser más sostenibles, y poder tomar decisiones orientadas a hacer frente a la emergencia climática.

Si pensamos que existen en España casi 315.000 establecimientos de hostelería, con poco que haga cada uno, el impacto positivo será enorme.

Todos nuestros restaurantes requieren de recursos naturales para funcionar: energía, agua y alimentos producidos por la Tierra. Gracias a estos recursos naturales producimos alimentos deliciosos para nuestra clientela, pero también generamos residuos y emisiones que debemos reducir y controlar.



El reto de garantizar el compromiso de los franquiciados

Ambientalizar una cadena de restauración internacional que opera en modalidad de franquicias supone un reto por varios motivos:

- ↘ Los restaurantes están ubicados en distintas regiones y países, con normativas ambientales y formas de operar muy dispares.
- ↘ Los franquiciados pueden tener distintas prioridades y sensibilidad ambiental.
- ↘ Algunas de las acciones que proponemos requieren inversión económica y compromiso por parte de dichos franquiciados.

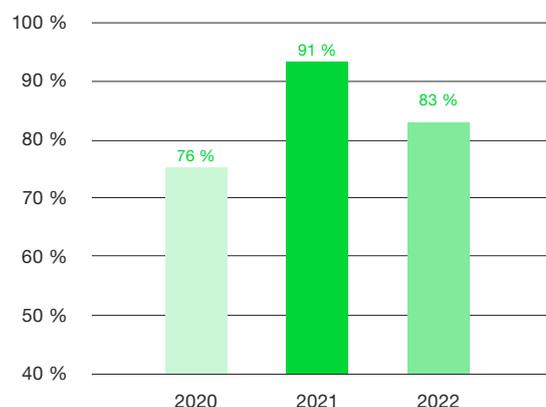
Siendo conocedores de este contexto, hemos impulsado iniciativas para involucrar y motivar a toda la cadena y avanzar juntos hacia una gestión más comprometida:

- 01 Hemos creado un sistema de auditorías internas que incluye tanto aspectos de calidad como de prácticas respetuosas con el medio ambiente. Algunas de estas prácticas son imprescindibles para operar con UDON, y otras son optativas.
- 02 Cada año premiamos a los restaurantes más comprometidos y reconocemos su compromiso a través de una entrega de premios: el sello Gold y el sello Silver. Estos sellos se otorgan como resultado de la puntuación obtenida en el apartado de sostenibilidad de las auditorías internas y abarca múltiples aspectos.
- 03 Formamos anualmente a nuestro equipo de consultores/as para poder identificar los puntos de mejora y saber acompañar a los franquiciados para ser más sostenibles.
- 04 Hemos creado un comité de franquiciados al cual proponemos nuevas acciones que testean previamente antes de implantarlas en el conjunto de la cadena.

EVOLUCIÓN DE SELLOS GOLD

Entre los años 2021 y 2022 tuvimos un descenso en el número de sellos Gold. Esto se debe a que, por un lado, empezamos a trabajar con países en los que las políticas ambientales y las exigencias normativas son distintas a las nacionales, y, por otro lado, al hecho de que también detectamos errores en la separación de residuos de los restaurantes nacionales.

Como medida correctora reforzamos la formación, mejoramos la cartelería, hemos reorganizado la separación y hemos adaptado el sistema de calificación a la realidad de cada país, con el objetivo de superar el 90 % de los restaurantes distinguidos con el sello Gold.



Envases más sostenibles y menos residuos

Los envoltorios, las cajas, los envases y los films nos permiten transportar y cocinar alimentos con plenas garantías de seguridad alimentaria, y llevarlos a casa de nuestra clientela al punto óptimo de temperatura y presentación. Pero, sin embargo, la generación masiva de residuos se ha convertido en un problema ambiental al que hay que hacer frente.

Uno de los pasos más importantes es identificar los distintos tipos de residuos que se generan para poder gestionarlos. En UDON ya los conocemos y ponemos el esfuerzo en reducirlos y clasificarlos correctamente para su posterior reciclado.



Si bien hemos comprobado que el despilfarro alimentario no es significativo en nuestra actividad, tenemos claro que hay que poner el foco en la fracción de envases, cartón y resto.

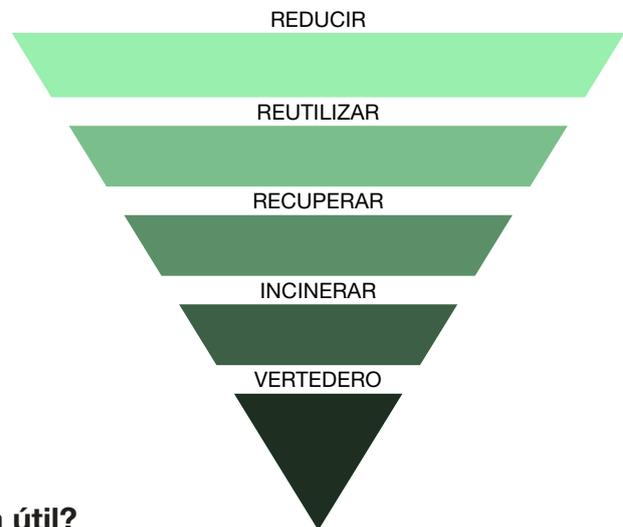
La fracción más voluminosa es la de envases: la demanda del *delivery* y del *take away* ha crecido un 80 % en los últimos 3 años. Los nuevos hábitos alimentarios nos exigen disponer de una oferta atractiva y variada de comida para llevar y es una demanda del mercado a la que UDON da respuesta.

A la hora de escoger los envases, tenemos que tener en cuenta requisitos higiénico-sanitarios, comerciales y económicos, pero la sostenibilidad es un factor de elección fundamental en la toma de decisiones del Departamento de Compras.

Constantemente, estamos analizando y mejorando nuestro *packaging* y los envases de productos, escogiendo materiales con menor impacto y optimizando la segregación en todos los restaurantes.

En UDON siempre tenemos en cuenta la jerarquía de residuos y nos hacemos las siguientes preguntas:

- ¿De verdad es necesario este producto?
- ¿Cuál es el material más sostenible?
- ¿Cómo se gestiona una vez acaba su vida útil?



En el año 2022 dejamos de generar:

28,72 kg

de plástico virgen por el cambio a limpieza con ozono.

5.500

botellas de agua de plástico del servicio de *delivery* y *take away*.

6.600

pajitas de plástico.

24.200

latas de refresco pasaron de ser de plástico a ser de aluminio para mejorar su reciclabilidad.

01

Reducir residuos al máximo, porque «el mejor residuo es el que no se genera».

En la toma de decisiones, tanto de operaciones como de compras, tenemos en cuenta tres premisas:

- Eliminamos envases y materiales superfluos (por ejemplo, cajas desechables de proveedores, vitolas, cucharas soperas de plástico...).
 - Damos la opción a nuestra clientela de escoger a través de las aplicaciones de pedidos, si necesitan o no, complementos adicionales como palillos, servilletas o *wasabi*.
 - Eliminamos el uso de papel de aluminio y cajas de *porex* en las cocinas.
 - Estamos pasando de una limpieza tradicional a una limpieza con ozono. Esto nos permite
- eliminar todos los envases de los detergentes, verter menos químicos al alcantarillado y reducir los riesgos laborales.
 - Eliminamos las monodosis y pajitas para el consumo *in situ*.
 - Hemos digitalizado albaranes, nóminas y mucha documentación que antes se imprimía por sistema.
 - En el restaurante, todos los refrescos y aguas se sirven en envases retornables.
 - Estamos haciendo la transición del café de cápsula al café en grano.

02

Ecodiseño de envases y materiales más sostenibles.

Por la ubicación de nuestros restaurantes y el tipo de clientela, por el momento resulta complicado implementar un sistema de envases retornables a gran escala y estamos centrando nuestros esfuerzos en ecodiseñar los envases del *delivery* y en reducir la huella ecológica de los materiales que escogemos. Siempre hay aspectos a mejorar, pero hasta ahora:

- Hemos eliminado todo el plástico de los envases y cubiertos. Actualmente, tenemos un *delivery* libre de plásticos.
- Hemos reducido la cantidad de material de los envases.
- Todas nuestras tintas son vegetales y compostables.
- Todos nuestros envases y vajilla son 100 % reciclables de bambú, papel Kraft con sello FSC (bosques explotados de forma sostenible) o bagazo (caña de azúcar).
- Hemos sustituido el envase de plástico del agua del *delivery* por una alternativa de aluminio.

03

Separar correctamente y reciclar también es importante. Por este motivo:

- Rotulamos los contenedores y usamos bolsas de colores homologados.
- Hemos diseñado una cápsula formativa específica en prevención y gestión de residuos para nuestro equipo laboral.
- Trabajamos con los centros comerciales para alinear los objetivos de separación.
- Participamos en los programas de compostaje municipales y el aceite usado se transforma en biodiésel.

Uniformes sostenibles

Mejoramos en cada ejercicio y en este 2023 seguimos cambiando los uniformes. Actualmente, el 35 % de la plantilla utiliza uniformes 100 % sostenibles. Las camisetas están fabricadas con algodón ecológico y fibras sintéticas recicladas.



↘ Certificado de tinte no cancerígeno.

↘ Certificado de materia prima reciclada proveniente de botella PET.

↘ Certificado de algodón orgánico (campos regados únicamente con agua de lluvia), respetuoso con la tierra y semilla no manipulada.

Damos nueva vida a los mismos, evolucionamos hacia la circularidad y hacemos que los uniformes usados se conviertan en materia reciclada para la confección de nuevos uniformes.

Aprovechamiento alimentario

Por nuestro modelo de restauración, el despilfarro alimentario que se genera en los restaurantes UDON no es significativo, aun así estamos tomando medidas para cuantificar y reducir los alimentos que acaban en la basura:

Too Good To Go

Colaboramos con la iniciativa Too Good To Go para aprovechar los excedentes alimentarios y facilitar el acceso a platos deliciosos a precio de coste. Gracias a este programa hemos logrado reducir 4,3 t de CO₂ de alimentos en el año 2022.

Mermas internas

Desde hace años cuantificamos y registramos las mermas internas con un programa de gestión propia. Nuestras mermas internas durante el año 2022 han sido de 25.000 kg y 18.000 l.

Plan de prevención del despilfarro alimentario

Actualmente, estamos trabajando en el diseño de nuestro Plan de prevención del despilfarro alimentario para dar respuesta a la nueva ley de residuos y para conocer el despilfarro que se genera en el conjunto del restaurante.

Objetivos 2023



Plan de felicidad laboral.



Plan RSC corporativo «TuDon».



Pasar a usar film 100 % compostable.



Sustituir el 100 % de los palillos desechables por alternativas reutilizables.



El 100 % de los restaurantes con limpieza con ozono.



El 100 % de los restaurantes con café en grano.



Test de Felicidad (Happy Level by UDON).



Reducir el gramaje de los envases un 20-25 %.



El 100 % de los uniformes con algodón eco.



Convertir todos los envases del *delivery* en 100 % compostables.



Reciclaje uniformes cadena.



Mejorar los iconos de *packaging* para que la clientela pueda separar correctamente en casa.



Analizar cómo podemos mejorar la separación de residuos en países donde no se realiza la recogida segregada.



El 100 % de los restaurantes con sello Gold.

Energía, agua y emisiones

La eficiencia energética y la reducción del consumo de agua son prácticas que reducen los gases de efecto invernadero, ayudan a conservar los recursos naturales y reducen los costes operativos.

Los restaurantes son locales comerciales tremendamente energívoros, con equipos muy demandantes de energía y agua que están funcionando muchas horas. Equipar las cocinas con equipos ecoeficientes, hacer un buen mantenimiento y formar al personal es un aspecto clave a la hora de reducir los consumos.

- 63 % Cocina
- 13 % Control térmico
- 11 % Iluminación
- 5 % Calentamiento de agua
- 5 % Ventilación
- 3 % Refrigeración



Fuente: energycheckup.eu

Asimismo, muchas de las actividades de los restaurantes generan gases de efecto invernadero (GEI) que debemos identificar, reducir y compensar.

Desde UDON hemos empezado a controlar todas estas variables: energía, agua y gases de efecto invernadero (GEI), y a integrarlas dentro de nuestra estrategia de sostenibilidad.

Dado que la mayoría de nuestros restaurantes están franquiciados y casi la mitad están ubicados en centros comerciales donde no tenemos capacidad de decisión, no siempre es fácil incidir en estos ámbitos.

No obstante, cada año logramos obtener más información e involucrar a todos los franquiciados en su compromiso ambiental.

Energía, ecoeficiencia y consumo racional de agua

En 2021 comenzamos a cambiar las empresas de suministros para pasar de energía fósil a energía 100 % renovable. En 2022 el 95 % de todos los restaurantes, tanto propios como franquiciados, hicieron el cambio a renovable e instalamos placas fotovoltaicas en una de nuestras oficinas (La Garriga).

Implantamos una plataforma de monitorización de los consumos de agua, gas y energía de todos los restaurantes propios. Esto nos ha aportado información muy valiosa que nos permite ir monitoreando todas las acciones orientadas a consumir menos y de forma más eficiente:



- Los restaurantes nuevos se equipan con iluminación LED y se está sustituyendo paulatinamente la iluminación obsoleta.
- La maquinaria nueva es ecoeficiente, para realizar un consumo ajustado de agua y energía.
- Instalamos grifería eficiente y todos los lavabos tienen tiradores de doble pulsación para reducir el consumo innecesario de agua.
- Instalamos sensores de presencia en almacenes y baños para que la luz no quede encendida innecesariamente.
- Hemos diseñado un Plan de mantenimiento preventivo y de control de fugas.
- Hemos creado una cápsula formativa específica para involucrar al personal en el uso eficiente de los equipos de clima y la optimización de la luz.

Emisiones, huella de carbono y gases de efecto invernadero (GEI)

Parte de nuestra responsabilidad es que las personas consumidoras y nuestra clientela conozcan el problema ambiental en el que estamos todos inmersos. Por lo tanto, es crucial poder contar con la información apropiada para decidir qué es lo mejor para el planeta cada vez que consumimos, vamos a comer a un restaurante o pedimos comida para que nos la traigan en casa.

La gran mayoría de actividades humanas, desde la producción de alimentos hasta el transporte, o incluso el almacenamiento de datos en la nube, generan emisiones de efecto invernadero. Estas emisiones se acumulan en la atmósfera terrestre y retienen y aumentan el calor de la misma.

Es por este motivo que en UDON queremos calcular, reducir y compensar nuestras emisiones.

Realizamos el cálculo estimativo de la huella de carbono de toda la cadena, tomando 3 restaurantes propios como piloto para conocer sus emisiones y extrapolar los datos al resto del grupo. Nuestro objetivo es aumentar cada año el cálculo real de las emisiones de todos los restaurantes para que sea lo más exacto posible.

La estimación del cálculo de la huella de carbono se ha realizado teniendo en cuenta:

73

Número total de **restaurantes**

4

Restaurantes con **energía fósil**

10

Restaurantes con **gas natural**

69

Restaurantes con **energía verde**

Y el resultado, Informe de huella de carbono UDON, 2022

Las emisiones se dividen en alcance 1, 2 y 3.

Emisiones de alcance 1: son aquellas que se producen en fuentes que son propiedad de UDON o que están controladas por UDON, por ejemplo, las emisiones de la combustión en caldera, hornos, vehículos, las producidas por refrigerantes, el uso de productos químicos...

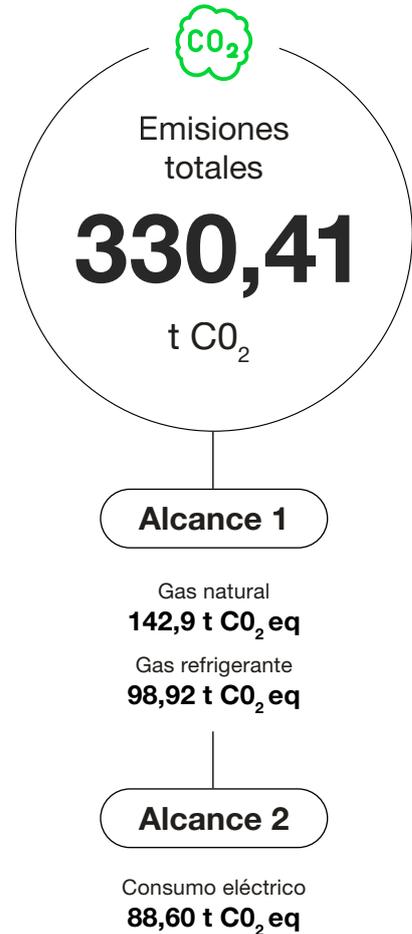
Dentro de las emisiones de alcance 1, debemos tener en cuenta nuestras emisiones por la combustión del gas natural en algunas cocinas, los gases refrigerantes que se escapan de los equipos de clima y la reposición de los extintores.

Emisiones de alcance 2: las que se producen por la generación y el consumo de electricidad en nuestras oficinas y restaurantes propios. En estas emisiones ya hemos podido incluir las emitidas por gases refrigerantes para que no se nos escape nada.

Emisiones de alcance 3: son aquellas que provienen de la actividad de los franquiciados y la actividad de las empresas proveedoras en toda la cadena de valor, como por ejemplo la logística de entrega de los ingredientes o la entrega de nuestros menús a domicilio por parte de las empresas proveedoras contratadas, los viajes de negocios o el desplazamiento diario de las personas empleadas.

Por el momento, no hemos entrado a calcular el conjunto de las emisiones de alcance 3, aunque estamos dando los primeros pasos.

Así, pedimos a nuestras empresas proveedoras que avancen en la reducción de emisiones y que nos informen de su progreso. En este sentido, CONWAY, uno de nuestros principales distribuidores, ha obtenido el sello Lean & Green, que certifica que ha reducido un 20 % sus emisiones en los últimos 5 años.



Objetivos de 2023 en energía, agua y emisiones:



Lograr que el 100 % de los restaurantes y de las oficinas operen con energía renovable.



Obtener datos medios de consumo energético/m² y agua para todos los restaurantes de la cadena y definir objetivos de reducción.



Lograr un mínimo de un 20 % de restaurantes con cálculos reales de huella de carbono e incluir las oficinas en el cálculo.



Analizar cómo podemos ambientalizar la decoración de los nuevos restaurantes.



Compensar las emisiones que no hemos podido eliminar de los restaurantes propios con el programa Plant for the Planet. Plantaremos árboles hasta ser Net Positive en 6 restaurantes, como prueba piloto para extenderla al resto del grupo.



Alcanzar la neutralidad de carbono para el año 2025.



Crear un restaurante piloto con el 100 % de los equipos eficientes para tener cifras concretas de la mejoría ambiental y económica a través de la aportación de maquinaria ecoeficiente.



Calcular las emisiones generadas por los residuos (alcance 3).



Aumentar la información sobre las emisiones de nuestros proveedores (alcance 3).

Producto saludable para las personas y el planeta

Política de compras y diseño de recetas dirigida a cuidar de nuestro entorno.

Debemos caminar hacia lograr una dieta saludable planetaria que deberá alimentar a más de 10 mil millones de personas en el año 2050.

Desde UDON lo tenemos claro, solo con alimentos que optimicen nuestra salud y el bienestar físico, mental y social lo conseguiremos: alta ingesta de alimentos de origen vegetal, bajas cantidades de origen animal y cantidades limitadas de productos procesados, refinados y con azúcares añadidos.



Nuestra apuesta por los ingredientes frescos y ecológicos, así como la incorporación de ingredientes de origen animal que

tengan en cuenta el bienestar, ayudará a la consecución de los objetivos marcados en la Agenda 2030.

Ingredientes sostenibles

Ingredientes ecológicos

Cada año intentamos ofrecer en nuestra carta más ingredientes sostenibles y más referencias de sello ecológico, puesto que nuestras decisiones de compra impactan en el entorno natural.



Calabacín
31.600 kg



Pimiento
11.812 kg



Espárrago
3.380 kg



Cebolla
5.500 kg



Brócoli
7.900 kg



Limón
3.800 kg



Zanahoria
32.469 kg



Setas Shiitake
18.547 kg



Puerro
3.564 kg



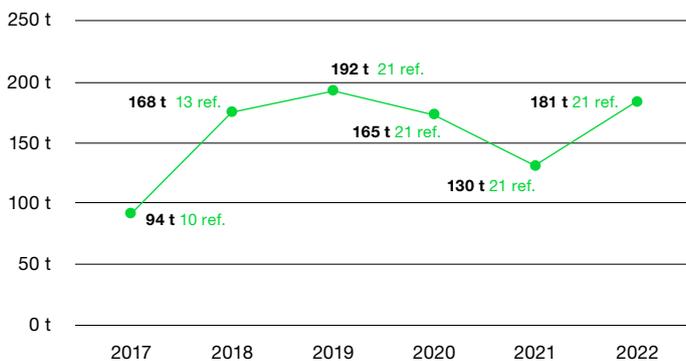
Berenjena
7.310 kg



Aceite de oliva
83 lt



Vino ecológico
3.000 lt



Verduras ecológicas

Comparamos verduras ecológicas pensando en la salud de nuestra clientela, además de pensar en la salud de la Tierra, que necesita ser regenerada con usos tradicionales de siembra y sin pesticidas.

Ampliamos la gama ecológica y en este año hemos incluido **el salmón criado de forma responsable con certificado ASC** (*Aquaculture Stewardship Councils*), lo que nos ha convertido en **la primera cadena de restaurantes que lo ofrece en su carta.**



Salmón con certificado ASC

Para obtener el sello ASC, las empresas proveedoras de salmón deben cumplir con unos exigentes estándares de sostenibilidad: preservación del medio ambiente natural y la biodiversidad, preservación de los recursos hídricos, la calidad del agua y la diversidad de especies y poblaciones silvestres, buena salud y cría de animales y responsabilidad social, entre otros.

En UDON servimos más de 18.000 kg de salmón procedentes de Noruega e Islandia con certificado ASC cada año en nuestros restaurantes.

La dieta que más le gusta al planeta

Carta saludable y sostenible

La dieta asiática es internacionalmente reconocida por ser saludable y equilibrada: baja en grasas saturadas y azúcares, y con técnicas de cocción que respetan la integridad de diversidad de verduras.





Fuimos de los primeros en incluir proteína vegetal Heura en nuestra carta.

Los organismos internacionales nos alertan de que el consumo excesivo de carne es perjudicial para el planeta y para nuestra salud. Reducir la huella de carbono del menú y promover la salud de nuestra clientela es uno de nuestros objetivos, y es por eso que hemos aumentado significativamente la presencia de proteína vegetal frente a la proteína animal.

La proteína vegetal es una firme apuesta de UDON, por eso fuimos de los primeros en incluir proteína vegetal Heura en nuestra carta como una opción en nuestros platos, con una forma muy especial de cocinarla que la hace igual de deliciosa que otros de los platos más tradicionales.

Así nos aseguramos el hecho de poder ofrecer platos veganos y vegetarianos *plant based*, puesto que ingredientes como el tofu o Heura aportan variedad y reducen la huella de carbono. Desde el año 2018 empezamos a introducir proteína vegetal en forma de tofu, legumbres y Heura en nuestros platos en sustitución de proteína animal o como complemento proteico.

En el año 2022 el consumo de 12.870 kg de Heura nos ha permitido salvar 7.526 pollos y ahorrar:



↓ **52.282 kg CO₂**
de emisiones



↓ **60.039 m²**
de suelo



↓ **467.085 L**
de agua



Bienestar animal

Marcamos un punto y aparte en el sector de la restauración respetando el bienestar animal y midiendo la responsabilidad medioambiental, temas igual de importantes a los excelentes sabores y la frescura de nuestros platos.



Trabajar en todo el ámbito nacional y fuera de nuestras fronteras es un orgullo para UDON, pero al mismo tiempo requiere aumentar el conocimiento y control de toda la cadena de suministro.

Nuestro compromiso con el bienestar animal se remonta a 2017, cuando comenzamos a trabajar con nuestras empresas proveedoras de carne para obtener el sello Welfare para toda nuestra ternera.

El sello Welfare es un certificado independiente que garantiza buenas prácticas en bienestar animal, respetuosas y sostenibles en cuanto a la alimentación, el estado sanitario sin lesiones ni enfermedades, el confort y la facilidad de movimiento donde son alojados, con especial

atención a su comportamiento y su estado emocional positivo. En la actualidad, toda la carne de pollo, ternera y cerdo que servimos en UDON dispone del sello Welfare.

Seguimos avanzando para que todos nuestros ingredientes animales estén certificados, por ello estamos trabajando para adherirnos al European Chicken Commitment (ECC), una ambiciosa iniciativa internacional que tiene por objetivo mejorar los estándares de bienestar de los pollos.

Nuestro compromiso se extiende a los huevos, ya que somos de las pocas cadenas de restauración que servimos, únicamente, huevos de gallinas libres de jaula.

Calidad como sello de identidad

La calidad y la innovación es un sello que nos define.

Apostamos por ingredientes frescos para la mayoría de nuestros platos, en una apuesta por una dieta equilibrada y saludable en nuestras recetas de creación propia cocinadas al momento, para que no pierdan sus propiedades ni su sabor y sean deliciosas.



Fuimos pioneros en España en ofrecer una carta avalada por expertos en nutrición.

Nuestra propuesta gastronómica toma como protagonistas los *noodles*, fideos tradicionales de la cocina asiática como los fideos UDON, *ramen* y *soba*. Además, contamos con una amplia variedad de tapas de inspiración asiática, *rolls* y *makis* hechos con *noodles* en vez de arroz, arroces variados y platos veganos y vegetarianos.

APPCC Corporativo

Cumplimos con las verificaciones para controlar la seguridad alimentaria, identificamos los peligros que hay durante el procesado de alimentos y aplicamos medidas para garantizar la máxima higiene. Llevamos a cabo todas las verificaciones cumpliendo las diferentes etapas:



Guía y cumplimiento de cada restaurante en buenas prácticas de higiene y seguridad alimentaria, a través de una guía y de registros digitales de cumplimiento diario para cada proceso de análisis de puntos de control.



Registros de cumplimiento de APPCC:

Controles de:

- Agua potable de red.
- Recepción de la materia prima.
- Temperaturas de las neveras.
- Temperatura de producto.
- Aceite de freír.
- Desinfección de vegetales.

Registro de limpieza diaria.

Contratación de una empresa de plagas y recogida de aceite usado y de la empresa de mantenimiento preventivo.



Proceso de trazabilidad de los productos.



Manipulación de alimentos.



Auditorías trimestrales desde la central para la verificación del cumplimiento de todos los procesos de seguridad alimentaria.



Recogida de muestras microbiológicas trimestrales para verificar la ausencia de bacterias o microorganismos.



Formación y capacitación de todo el personal.



Impacto en las personas a través de las compras sostenibles

Queremos generar un valor compartido y de impacto positivo en la comunidad, por lo que tenemos cada vez más empresas proveedoras locales y, el resto, intentamos que sean regionales y nacionales.

En UDON queremos ofrecer una experiencia gastronómica exótica, genuina y oriental, y esto requiere, en parte, ingredientes y sabores que no se producen de forma local. Somos conscientes de que algunos productos fundamentales de nuestra carta vienen de lejos: *noodles*, *soba*, *ramen* y tallarines, para poder garantizar el sabor y la autenticidad asiática. No obstante, trabajamos con nuestras empresas proveedoras y distribuidoras para acercar la producción de salsas y otros productos a Europa, para así poder reducir la huella de carbono de nuestra carta. En los últimos años hemos logrado acercar la producción de:

- Sake, elaborado por la bodega de Seda Líquida del Pirineo catalán.
- Arroz de grano corto y redondo de la variedad japónica, que se cultiva en Italia.
- La salsa Yakisoba o la Ponzu, que provienen de Alemania.
- La soja líquida y baja en sal, producida en Holanda.



Para formalizar nuestro compromiso, en el año 2021 co creamos en equipo la **política de compras responsables** de UDON, que definiría la hoja de ruta del Departamento de Compras de los próximos años.

Los objetivos de nuestra política de compras son:



Establecer un sistema que nos permita identificar los productos, ingredientes, servicios y proveedores que tengan menor impacto ambiental y apostar por ellos.



Crear un Plan de acción de mejora continua de nuestra política de compras corporativa.



Impulsar la producción sostenible y saludable de alimentos, así como la reducción de residuos, de emisiones de CO₂ y del consumo de recursos naturales.

«The future
depends on what
you do today»

M. K. Gandhi

UDON

A
S
I
A
N
F
O
O
D