vinetur

UDON entra en Perú y suma presencia en 10 países

La cadena española abre en Lima su primer local en el país y alcanza 84 restaurantes

lunes 20 de abril de 2026



UDON Asian Food ha abierto su primer restaurante en Perú y, con ese paso, ya está presente en 10 países. La cadena española de restauración asiática inaugura así su entrada en el mercado peruano con un local en Lima y eleva su red a 84

establecimientos en todo el mundo.

La nueva apertura se sitúa en el Jockey Plaza Shopping Center, en Lima, el centro comercial más grande del país, con una superficie de más de 160.000 metros cuadrados. El restaurante funciona en régimen de franquicia y está operado por Grupo Mil Sabores, la misma compañía que gestiona los tres restaurantes de UDON en Chile.

El local cuenta con 78 m² y capacidad para 46 comensales. La compañía explica que el espacio se ha diseñado para aprovechar una planta triangular y combinar funcionalidad con experiencia de cliente. La fachada incorpora persianas venecianas, mientras que en el interior la barra ocupa un papel central y se acompaña de una gran pantalla LED integrada.

UDON señala también que el ambiente del restaurante se apoya en materiales como la madera y en soluciones de asiento flexibles, entre ellas el banco corrido, con el objetivo de ofrecer un espacio acogedor y versátil. La marca presenta esta apertura como una pieza más de su plan de expansión internacional en Latinoamérica, una región en la que prevé nuevas aperturas durante 2026.

Además de en Perú, la compañía está presente en España, Andorra, Portugal, Estados Unidos, Puerto Rico, República Dominicana, Ecuador, México y Chile. Fundada en Barcelona en 2004 con la apertura de un pequeño noodle bar en el barrio de El Born, UDON ha pasado a convertirse en la principal marca de restauración asiática en España y en una de las firmas españolas de restauración organizada con mayor presencia fuera del país.

La empresa explica que en los últimos años ha impulsado un plan de crecimiento nacional e internacional con foco en Latinoamérica por su afinidad con su propuesta gastronómica. En 2025, la compañía entró en México y Chile y amplió su actividad en Ecuador y Estados Unidos. Ese ejercicio cerró con una facturación de más de 57 millones de euros, un 9% más que el año anterior, y una plantilla de 1.074 empleados.

Para 2026, UDON prevé mantener ese ritmo de expansión. Además de su llegada a Perú, tiene planificada la entrada en Colombia y El Salvador y espera abrir su segundo restaurante en México durante el primer semestre del año.

Jordi Quilez, director de expansión de UDON Asian Food, afirma que alcanzar presencia en diez países refleja la solidez del modelo de negocio y la capacidad de la propuesta para conectar con públicos diversos. Según explica, la llegada a Perú permite seguir avanzando en el objetivo de ofrecer una experiencia gastronómica accesible y de calidad, adaptada a cada mercado y con respeto por la cultura asiática.

La compañía recuerda que nació como negocio familiar y que su oferta se inspira en las tascas tradicionales japonesas, con más de 400 años de historia. En la actualidad, UDON cuenta con más de 1.000 trabajadores y una carta de más de 40 platos. También subraya su apuesta por una alimentación saludable y sostenible, una línea que le valió en 2020 el Premio Nacional de Hostelería en la categoría de Innovación y en 2021 el Premio a la Sostenibilidad de la Asociación Marcas de Restauración.