

Álvaro Prieto...forjado en la excelencia!

En el universo de la **alta gastronomía** y la **sumillería**, destaca una figura cuyo recorrido es tan diverso como inspirador. **Álvaro Prieto**, oriundo de Astorga (León) y **forjado en la excelencia**, ha dejado su impronta en algunos de los establecimientos más prestigiosos de **España** y del extranjero.

Su carrera abarca roles tan emblemáticos como el de **Head Sommelier y Assistant Manager** en el **restaurante MB del Hotel Abama** en Tenerife, integrante de la exclusiva cadena **Ritz-Carlton**, donde, bajo la batuta del **chef Martín Berasategui**, se alcanzó la primera estrella **Michelin**.

Pero su trayectoria no se detiene allí. Su experiencia se extiende hasta Londres, donde perfeccionó su arte en **Ametza** –un establecimiento asociado con Arzak– y también ha contribuido en prestigiosos locales como el Hotel de la **Reconquista** en Oviedo, el Gran Meliá, **Bahía del Duque** en Tenerife y el Hotel Arts en Barcelona. Además, su pasión y profesionalidad le han llevado a destacar en competiciones de sumillería, consolidándolo como un referente indiscutible en el mundo del **vino**.

Actualmente, como co-propietario del restaurante **Zuara Sushi en Madrid** –que obtuvo una estrella **Michelin** poco después de su apertura– Álvaro continúa innovando y dejando una huella imborrable en la **hostelería**.

Hoy, en esta entrevista, nos hablará de su visión, su meticuloso criterio en la **gestión de bodegas** y su habilidad para crear **maridajes** que realzan cada experiencia culinaria han marcado un antes y un después en el sector. ¡Bienvenidos a una conversación con uno de los grandes maestros del **vino**!

Álvaro Prieto: La Entrevista

Canariasgourmet. – Zuara Sushi ha ganado una estrella Michelin poco después de su apertura. ¿Cómo ha influido este reconocimiento en su enfoque hacia la selección de vinos y el maridaje?

Álvaro Prieto. – Creo que la oferta no debe de estar condicionada por el foco, la oferta de **vinos** de **Zuara**, durante estos tres años ha sido dinámica, sí. Pero esto ha sido propiciado por la escasez de ciertas referencias y el escaso alcance a botellas muy limitadas en algunos **vinos**. Esto nos ha obligado a buscar ciertas alternativas, pero siempre con el mismo criterio de calidad.





Hoy por hoy tenemos una diversidad casi inabarcable de **vinos** a nuestra disposición, los gustos de cada uno son muy personales y seguro que habrá quien no esté de acuerdo conmigo, en si le gusta o no alguna referencia, lo mismo me pasa a mi cuando visito otros **restaurantes**, puede haber **vinos** que no sea del estilo que más me gusta, pero detrás de la selección de un profesional es difícil ver una referencia de la cual podamos dudar de su calidad.

Creo que hay que ser fiel a un criterio, que pueda definir la oferta, habrá clientes a los que guste más la selección y otro a los que no, pero intentar agradar a todos al final es desagradar a muchos.

Canariasgourmet. – ¿Podrías hablarnos sobre la bodega de Zuara Sushi? ¿Cómo está organizada y qué la hace única?

Álvaro Prieto. – La carta de Zuara es tan única como muchas,

yo no invento nada, eso ya lo han hecho los enólogos y viticultores con su trabajo. Yo solo selecciono. Prestamos especial atención a los **vinos blancos**, con gran presencia de estilos ligeros y cuerpo medio y por supuesto también a los espumosos, dónde el **champagne** es un gran protagonista.

Evidentemente también hay **tintos** con cuerpo, porque indudablemente tienen su público, intentamos que nuestras opciones de **vinos** con cuerpo, como puedan ser los de **Toro** o **Priorato**, correspondan a añadas maduras que ya estén muy redondas o de **bodegas** que cuiden mucho el trabajo con la madera para intentar que la concentración de **los vinos** venga de la fruta y no de la **barrica**. Aun así, la representación de los **tintos** en la carta viene marcada por **vinos ligeros** como los **borgoñas** o **pinot noir** de otras regiones y perfiles similares. Además, también tenemos una buena selección de **sales** y **cervezas**.

Canariasgourmet. – Háblanos de la cocina del Chef David Arauz y la experiencia omakase y la respuesta de la clientela

Álvaro Prieto. – Cuando los clientes vienen por primera vez al **restaurante**, en ocasiones lo que más llama la atención es que el servicio se desarrolle en la barra, parece que impone y es incomprensible en un país donde las barras de los bares son punto de encuentro.

El **sushi** de David es de estilo **Edomae**, podríamos decir que es el estilo más clásico donde se respeta más el producto y se huye del **pescado** con exceso de **aderezos**. La experiencia es distendida, **el cliente** una vez termina la primera parte del **menú** empieza a recibir los **nigiris** elaborados uno a uno para cada cliente, al momento y ajustando la cantidad del **wasabi** al gusto del cliente, si te gusta el sushi ¿Que puede salir mal?







Los comensales pueden interactuar con todo el equipo, se crea un ambiente muy distendido, donde es frecuente que los clientes acaben hablando entre ellos. Tenemos un porcentaje muy alto de clientes que repiten, algunos de una forma más esporádica y otros con una frecuencia más definida, una vez al

mes, cada quince días... Tener esa clientela tan fiel es lo que nos hace saber que estamos en el buen camino

Canariasgourmet. – La cocina japonesa tiene sabores muy delicados. ¿Qué criterios utiliza para seleccionar vinos que armonicen con estos platos sin sobrepasarlos?

Álvaro Prieto. – En el conjunto global de la cita de vinos de Zuara, encontramos que los vinos son más bien ligeros, con mayor presencia de blancos, alta acidez, bajo tanino, bajo alcohol y poco marcados por la madera.

Canariasgourmet. – ¿Cómo integra los vinos españoles en el maridaje con la cocina japonesa? ¿Hay alguna región vinícola española que destaque especialmente en este aspecto?

Álvaro Prieto. – Como es lógico hay gran presencia de vinos españoles y con los criterios que hemos comentado antes tenemos ejemplos de toda la geografía del país, tanto en blancos como en tintos, incluidas las DO de **Canarias** que con la variedad de suelos, orientaciones, altitudes y variedades nos ofrecen un mosaico de **vinos** con los que jugar.

Canariasgourmet. – El sake es lo tradicional en la gastronomía japonesa. ¿Cómo equilibras la oferta de sake y vino en sus maridajes?

Álvaro Prieto. – En Zuara no ofrecemos un maridaje como tal, tenemos una selección de **vinos blancos, tintos, espumosos,**

generosos y sakes.

*Cuando un **cliente** pide maridaje, le preguntamos por sus gustos, hay quien solo quiere **sake**, o quien solo quiere **vino**. Hay quienes quieren **vino**, pero no les importa probar un **sake** y viceversa. Somos muy flexibles, por que el mejor **maridaje** es con el que el cliente se siente cómodo.*

Tenemos clientes que llevan viniendo desde que abrimos hace 3 años y siempre toman **sake**, nunca los he visto tomar **vino**, otros, todo lo contrario. La cultura del **sake** está creciendo rápido pero aún está en pañales.

Canariasgourmet. – Los vinos de Jerez se mencionan a menudo como excelentes acompañantes para el sushi. ¿Cuál es su opinión sobre esta combinación y cómo la implementa?

Álvaro Prieto. – Me encantan los vinos de **Jerez**, pero con el **sushi** no son mi primera opción, los **nigiris**, sean de pescados más o menos potentes son **bocados delicados** que necesitan, a mi entender de vinos más sutiles. Tenemos muchos **vinos de Jerez**, con los que jugamos en el **aperitivo**, otros más viejos son perfectos para la **sobremesa** y aunque hay clientes que los demandan para toda **la comida**, prefiero recomendar otros **vinos** del marco (o de otras zonas) elaborados con velo de flor y sin encabezar, que mantienen ese carácter del Jerez, pero de una forma algo más contenida.ç

Canariasgourmet. – Para platos japoneses más intensos, como el unagi o el toro, ¿qué tipo de vinos suele recomendar?

Álvaro Prieto. – La **anguila**, **unagi** y la **ventresca** de **atún**

toro, aunque son bocados muy diferentes tienen mucho en común, ambos son **bocados** muy grasos y de sabor muy intenso. En **Zuara** suelen estar en la parte final del **menú**. Aunque **el sushi** siempre se asocia a la [variedad riesling](#), a mí me gusta más con **viognier**, por lo que un **Condrieu del valle del Ródano**, podría ser una gran opción y para quien sea más de tinto un pinot noir de **Russian River** en California sería perfecto.





Canariasgourmet. – ¿Cómo aborda la educación de los clientes sobre el maridaje en la experiencia gastronómica de Zuara Sushi?

Álvaro Prieto. – Creo que este no es un campo donde tengamos que educar, educar suena a imposición. Tenemos que tener en cuenta los gustos personales de los clientes, pero también otros aspectos como su herencia cultural, hay países donde se **come** con destilados. No de forma muy frecuente, pero sí de vez en cuando nos visitan clientes que beben **whisky** (por supuesto japonés) durante todo el menú. Si están acostumbrados a eso yo no le puedo decir que beba otra cosa y deje el **whisky** para la sobremesa.

En España, abusamos de la **sal**, en otros países abusan del **picante** y en otros de la **mantequilla**, creo que lo mejor es entender sus gustos para ayudarles a mejorar la experiencia,

pero sin que tengan la sensación de que se le está cuestionado.





Canariasgourmet. – Mirandohacia el futuro, ¿qué tendencias prevé en el maridaje de vinos con cocina japonesa y cómo planea innovar en este campo?

Álvaro Prieto. – No considero que tengamos que innovar en los maridajes, nuestra función es mostrar el trabajo de las bodegas, mostrar a los clientes nuevos proyectos, de lo que si no somos altavoz se quedan por el camino. Eso creo que es clave, las grandes bodegas seguirán existiendo, pero la variedad de pequeños proyectos familiares que están apareciendo (y en eso Canarias tiene mucho que decir) muestran un trabajo y unos resultados que hay que transmitir al cliente final y entiendo que, en las cartas de vinos, al menos en alta restauración, crecerán en presencia de pequeños viticultores y descenderán las bodegas de más volumen.

El interés por el mundo del sake irá en aumento y eso hará que los importadores nos traigan cada vez productos más especiales.

Canariasgourmet. – Gracias Álvaro por tan rica y enriquecedora entrevista.

Información para reservas

web : <https://zuarasushi.com/>

C/ Pensamiento 28, Madrid 633 467 780 Horario de reservas
lunes a viernes. De 13:30 a 14:30 y de 21:00 a 22:00.
info@zuarasushi.com

UDON lleva su cocina asiática saludable a Estados Unidos, Puerto Rico y República Dominicana

UDON, la cadena líder en restauración asiática en España, aterriza por primera vez en Estados Unidos y focaliza su plan de expansión internacional en el continente americano

A nivel nacional, UDON abrirá nuevos restaurantes en Lleida, Barcelona y Vitoria en el próximo trimestre y planea crecer en Madrid, Levante y Andalucía

Con las nuevas incorporaciones, UDON supera los 70 establecimientos y confía alcanzar los 100 en 2024

[UDON Asian](#) Food relanza su plan de expansión internacional y en el segundo semestre del año abrirá restaurantes en Estados Unidos (Miami), República Dominicana y Puerto Rico. El grupo líder en restauración asiática en España aterriza por primera vez en Estados Unidos con un establecimiento propio con el que quiere testar el mercado norteamericano para abrir después nuevos restaurantes a través de franquiciados. El nuevo UDON de Miami será un local de 240 m2 ubicado en Wynwood, barrio de moda en la ciudad, epicentro de la industria creativa y el arte urbano.

Dentro de su plan internacional, [UDON](#) también inaugurará este año dos restaurantes en los aeropuertos de Puerto Rico (Luis Muñoz Marín) y República Dominicana (La Américas). Lo hará a través de franquicia tras un acuerdo con MGI, un grupo

puertorriqueño que incluye empresas de servicios y restauración en aeropuertos del Caribe. En su nuevo plan estratégico, UDON focaliza su crecimiento internacional en el continente americano, especialmente en países como Estados Unidos, México, Panamá, Colombia o Chile.



UDON lleva su cocina asiática saludable a Estados Unidos, Puerto Rico y República Dominicana

Fuera de España, [UDON](#) ya tiene un restaurante en Portugal y otro en Andorra. Tanto en México como en Portugal tiene dos franquicias más pendientes de finalizar obras. A finales de 2021, la cadena tendrá 7 restaurantes en el extranjero.

A nivel nacional, UDON acaba de inaugurar una nueva franquicia en Barcelona (Gran de Gràcia) y abrirá dos más en Lleida y Vitoria en las próximas semanas, que se sumarán a los 67 restaurantes actuales. La cadena se marca como prioridad crecer en Andalucía, en la zona de Levante y también en Madrid, donde tiene 8 restaurantes pero solo dos a pie de calle. Su modelo de futuro son locales de mayor dimensión, en

la calle o centro comercial, y, a ser posible, con terraza. También mantiene su preferencia por multifranquiciados, gestores experimentados en el sector de la restauración, que conocen el mercado y con diversos establecimientos en propiedad. De hecho, más de la mitad de sus franquiciados tienen más de un UDON. El objetivo de la cadena es volver a crecer a un ritmo de entre 10 y 15 restaurantes por año, con lo que podría alcanzar los 100 establecimientos en 2024.

Jordi Pascual, cofundador de UDON, asegura que “afianzar nuestro concepto de cocina asiática de calidad, saludable y sostenible es nuestro principal objetivo. El segundo es volver a crecer con paso seguro, con nuevos restaurantes en puntos en los que sabemos que podemos abrir un UDON minimizando al máximo el riesgo.” **Pascual** añade: *“es evidente que ha sido un año difícil para el sector pero somos muy optimistas: tenemos clientes que ‘aman’ la marca no solo por nuestros platos, sino porque nos mueven valores como el respeto al medio ambiente o la innovación, que para nosotros son prioritarios.”*



Nuevo Udon en el barrio de Wynwood, Miami

Abanderados del 'casual food' saludable y sostenible

La hoja de ruta de UDON va más allá de los planes de crecimiento y apuesta por afianzar el concepto UDON: cocina asiática de calidad, saludable, sostenible y a un precio justo. En definitiva, un modelo de 'casual food' (comida informal pero sana y de calidad) asiático totalmente alejado del 'fast food'.

La cadena, además, redobla su apuesta por ser la cadena española referente en sostenibilidad. Ya ha eliminado el plástico de sus restaurantes y servicios de delivery y avanza en la extensión de la energía verde en sus establecimientos. Además, UDON apuesta por los productos locales de calidad y de temporada (verduras ecológicas, huevos de corral, pollo y ternera con certificado de bienestar animal, salmón sostenible, etc). De hecho, ha sido la primera empresa española en firmar el European Chicken Commitment, por el que se compromete a trabajar solo con proveedores que demuestren, a través de auditoría, que respetan los máximos estándares de bienestar como no usar ningún tipo de jaula; limitar la densidad de población en sus recintos; cumplir los máximos requerimientos en cuanto a calidad del aire, etc. También es la primera cadena española que sirve solo salmón con el sello ASC, garantía de sostenibilidad.





Sobre UDON

[UDON Asian Food](#), el grupo de comida asiática líder en nuestro país, nació en 2004 como un negocio familiar y hoy es un referente en gastronomía asiática de calidad, con una oferta inspirada en las tascas tradicionales japonesas, con más de 400 años de historia, y en los restaurantes especializados en fideos asiáticos.

Su éxito ha hecho que, hoy, UDON cuente con 67 restaurantes y más de 850 trabajadores en las principales ciudades de la península. En 2020, Hostelería de España le ha otorgado el Premio Nacional de Hostelería en la categoría de Innovación por su desarrollo innovador de la gastronomía asiática con un carácter saludable, equilibrado y nutritivo y una fórmula sencilla: salud y sabor.