

La Gastronomía Española Conquista Japón: Éxito de Spain Fusión Tokio y Madrid Fusión Kyoto Atelier

La primera edición de Spain Fusión Tokio ha marcado un hito en la promoción internacional de la gastronomía española, destacando la excelencia de sus productos y chefs en uno de los mercados más prometedores de Asia.

Este evento, organizado por Vocento Gastronomía y apoyado por ICEX España Exportación e Inversiones, tuvo lugar en el prestigioso hotel Conrad de Tokio, y reunió a algunas de las figuras más destacadas de la cocina española, así como a autoridades del sector gastronómico.

El evento contó con la participación de chefs de renombre internacional como Quique Dacosta, Andoni Luis Aduriz y Jordi Roca, quienes ofrecieron ponencias sobre productos icónicos de la gastronomía española. Dacosta habló sobre la rica tradición de las salazones y el atún, mientras que Aduriz profundizó en la relevancia de la miel en la cocina de vanguardia. Por su parte, Jordi Roca, acompañado de sus sobrinos Marc y Martí Roca, presentó una sesión sobre la importancia del vino en la creación culinaria de El Celler de Can Roca.



Chef Quique Dacosta



Andoni Luis Aduriz



Chef Joan Roca

Productos emblema de la gastronomía española

Spain Fusión Tokio puso en el centro de atención una amplia gama de **productos españoles** que captaron el interés del público japonés:

Vinos: El Master of Wine Fernando Mora lideró sesiones de cata y maridaje, destacando tanto vinos tintos como blancos, que impresionaron a los asistentes.

Jamón y productos ibéricos: Con la participación de Naoto Watanabe, representante de la Asociación Japonesa de Jamón Curado, se ofrecieron degustaciones de jamón maridadas con vinos tintos.

Aceite de oliva: Los asistentes pudieron degustar aceites de oliva de alta calidad, reafirmando la reputación de este producto como esencial en la dieta mediterránea.

Vinagres andaluces: Estos productos formaron parte integral de las catas, demostrando la versatilidad de la gastronomía española.

Conservas: También estuvieron presentes, subrayando la calidad de los productos envasados españoles.

Cava: Se anunció un próximo "Cava Meeting" en octubre, con catas exclusivas de este famoso espumoso.

Uno de los atractivos más valorados del evento fue el espacio exclusivo en el que los asistentes pudieron degustar **alimentos españoles** aún no disponibles en **Japón**. Este contacto directo entre **productores y profesionales japoneses** tiene el potencial de generar nuevas oportunidades comerciales y estrechar lazos entre ambos países.

Diplomacia del gusto y colaboración internacional

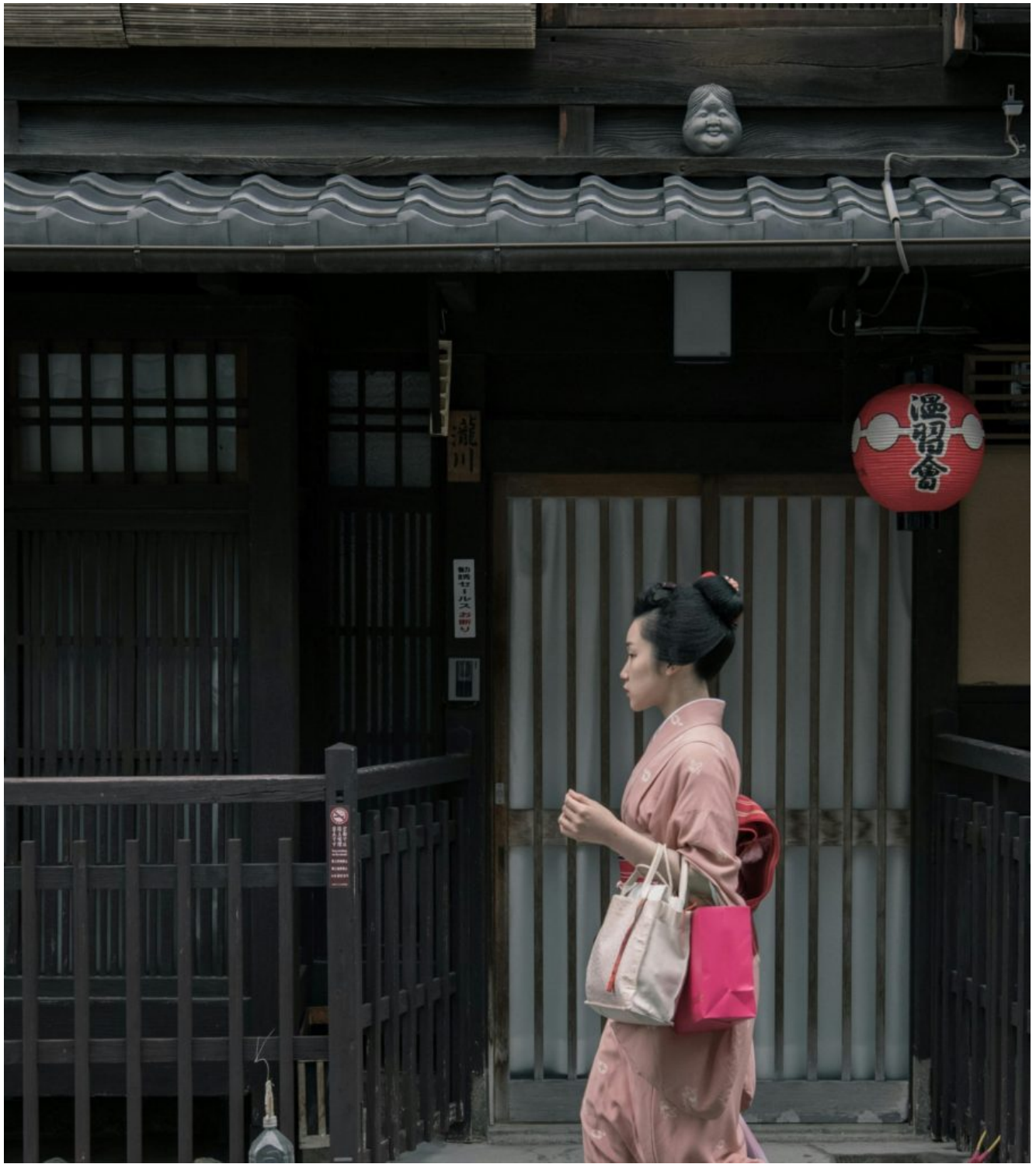
Fidel Sendagorta Gómez del C ampillo embajador de **España** en **Japón** destacó el valor de **la gastronomía** como **herramienta de diplomacia**, afirmando que ** nuestra gastronomía abre muchas puertas en el mundo **. Por su parte, **Elisa Carbonell**, CEO de **ICEX**, resaltó la [importancia](#) de esta iniciativa al señalar que ** a na conocimiento, contactos y talento **, todos elementos clave para la internacionalización de las **empresas españolas**. **Benjamin Lana**, director general de **Vocento Gastronomía**, subray  que **la gastronomía** es un **sector estratégico** que forma parte de una tradición milenaria compartida por **Japón y España**.



D. Fidel Sendagorta Gomez del Campillo embajador de España en Japón

Próxima parada: Madrid Fusión Kyoto Atelier

Como continuación de esta exitosa iniciativa, la ciudad histórica de **Kioto** será la sede de **Madrid Fusión Kyoto Atelier**, un evento condensado que reunirá a algunos de los **chefs** más innovadores del mundo. Durante una jornada, se ofrecerá una muestra del momento actual de **las cocinas** tanto **española** como **japonesa**, consolidando este intercambio **cultural y culinario**.





Kioto será la sede de Madrid Fusión Kyoto Atelier

Impacto en el mercado japonés

La recepción de los **productos españoles** en **Spain Fusión Tokio** ha sido altamente positiva. Las catas de vinos, lideradas por **Fernando Mora**, permitieron al **público japonés** descubrir la diversidad y calidad de la oferta **vinícola española**, explorando desde **denominaciones** tradicionales hasta regiones emergentes. Este interés creciente demuestra el enorme potencial de **los vinos españoles** en el mercado asiático.



Productos emblemáticos como el **jamón ibérico** y el **aceite de oliva** recibieron elogios por su **autenticidad y calidad** inigualable. Además, propuestas menos conocidas como los

xuixos de Girona y las innovadoras **esferificaciones de pescado** generaron curiosidad y sorpresa, destacando la capacidad de la **gastronomía española** para ofrecer **experiencias culinarias** novedosas.

Importadores y profesionales del sector resaltaron aspectos clave como la sostenibilidad, la **producción orgánica** y el cuidado en la presentación de los productos. Estos factores, junto con una competitiva relación **calidad-precio**, refuerzan las perspectivas de crecimiento para la **gastronomía española** en **Japón**.

Testimonios que avalan el éxito

“La calidad de los productos españoles ha sido ampliamente reconocida”, comentó **Naoto Watanabe**, representante de la **Asociación Japonesa de Jamón Curado**, quien participó en las degustaciones y maridajes de productos ibéricos con vinos tintos españoles. **“La combinación de jamón ibérico con los excelentes vinos españoles ha sido particularmente apreciada por los asistentes”.**



Naoto Watanabe, representante de la Asociación Japonesa de Jamón Curado



Fernando Mora, Master of Wine

Por su parte, **Fernando Mora, Master of Wine**, quien lideró las sesiones de **maridaje y catas de vinos españoles**, expresó: “**El público japonés ha mostrado un gran interés y apreciación por la diversidad de nuestros vinos, desde los tintos más robustos hasta los blancos más frescos. Este evento ha sido una excelente plataforma para mostrar la riqueza de nuestra cultura vinícola**”.

Gastronomía como puente cultural

El éxito de **Spain Fusión Tokio** y la futura **Madrid Fusión Kyoto Atelier** demuestran cómo **la gastronomía** se ha convertido en un **puente cultural** y un motor de **oportunidades comerciales** entre **España y Japón**. Esta fusión de **sabores y tradiciones culinarias** no solo promueve la internacionalización de los **productos españoles**, sino que también refuerza los lazos entre dos naciones que valoran profundamente la **calidad, la tradición y la innovación en la cocina**.



Sin lugar a dudas, **Spain Fusión Tokio** ha logrado dejar una marca indeleble en el panorama **gastronómico japonés**, consolidando la imagen de **España** como un referente mundial en **calidad y diversidad gastronómica**. Las oportunidades **comerciales y culturales** que surgen de este encuentro abren un futuro brillante para la **gastronomía española** en Asia.

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.