vinetur

La sushi pizza gana espacio en Buenos Aires tras el alza del 57% del sushi

PedidosYa sitúa a la capital argentina al frente de Latinoamérica en pedidos de pizza y sushi dentro de su plataforma

miércoles 26 de agosto de 2026



Buenos Aires ha abierto más espacio a una propuesta que mezcla dos referencias muy asentadas en el consumo urbano argentino: la pizza y el sushi. Los datos de PedidosYa ayudan a explicar ese cruce. La plataforma informa de que en 2025 se pidieron en

Argentina alrededor de 10 millones de pizzas a través de su servicio, un 9% más que el año anterior. En paralelo, los pedidos de sushi aumentaron un 57% en el último año y casi un 35% interanual entre enero y mayo de 2026.

La misma empresa sitúa a Buenos Aires como la ciudad latinoamericana con mayor volumen de pedidos de pizza dentro de la plataforma. En sushi, también ocupa el primer puesto por número de órdenes, por delante de Lima, Santiago de Chile y Montevideo.

Con esas cifras, la aparición de la sushi pizza encaja con hábitos de consumo que ya estaban consolidados. La propuesta cambia la masa tradicional por una base de arroz de sushi y mantiene ingredientes habituales de la cocina japonesa, como pescados, salsas y otros acompañamientos de perfil asiático. El resultado se sirve en formato circular, cortado en porciones y pensado para compartir.

La pizza forma parte desde hace décadas de la cultura gastronómica argentina. El sushi siguió otro recorrido, pero ya ha dejado de ser una novedad en muchas cartas y en el reparto a domicilio. La unión de ambos productos busca apoyarse precisamente en esa familiaridad previa del público con dos platos que ya tenían una demanda alta por separado.

Nacionsushi, cadena internacional de comida panasiática, asegura que la sushi pizza se encuentra entre los cinco platos más pedidos del último mes en sus locales. La empresa la presenta como una de las referencias con más tirón de su oferta en Buenos Aires.

La compañía sitúa el origen de esta preparación en Toronto, Canadá, a comienzos de los años 90, y señala que suele atribuirse al chef japonés Kaoru Ohsada. Según esa versión, la idea partió de una base crujiente de arroz de sushi cubierta con pescado y otros ingredientes. Con el paso del tiempo, el formato se extendió a otros mercados y fue adoptando nuevas variantes en ciudades como Miami y Nueva York.

Más que una receta cerrada, la sushi pizza funciona como una estructura abierta a combinaciones distintas. Conserva sabores asociados al sushi, pero cambia la presentación habitual del roll por una pieza redonda que se reparte como una pizza.

Nacionsushi subraya que ahí pesan dos elementos: el contraste entre texturas y una forma de consumo más cercana al plato compartido que a la ración individual.

La versión que comercializa la marca en Buenos Aires parte de una base de arroz de sushi tostado. El cliente puede elegir entre cinco variedades: salmón ahumado, salmón fresco, atún, kanikama o sabores combinados. La propuesta se completa con queso crema, furikake de salmón, salsa de naranja y miel, masago y wakame.

Milton Reyes, fundador y consejero delegado de Nacionsushi, afirma que la empresa trabajó esta versión con la intención de ofrecer nuevos sabores en un formato fácil de comer y con una presentación pensada para compartir. Reyes añade que la combinación de texturas y la forma circular han convertido este plato en una referencia para la marca.

La aparición de la sushi pizza en Buenos Aires se apoya, por tanto, en dos movimientos medibles en el reparto a domicilio: el peso constante de la pizza y el fuerte avance del sushi dentro de la plataforma de PedidosYa. Sobre esa base, las propuestas híbridas encuentran un terreno favorable en una ciudad donde ambos productos ya forman parte del consumo habitual.