

EDITA
Andalucía Económica, S.A.

PRESIDENTE
Alfonso Castilla Rojas

CONSEJERO DELEGADO
Tomás de la Cruz Serna

CONSEJO ASESOR
Francisco Arteaga Alarcón
Manuel Contreras Caro
Carlos Contreras Manrique
Íñigo Díaz de Espada
Ángel Fernández Noriega
Antonio Fornieles Melero
Javier González de Lara
Antonio Jara Andrés
Ramón Jiménez Jiménez
Antonio Luque Luque
Luis Miguel Martín Rubio
Francisco Martínez-Cosentino
Francisco Mesonero Fernández de Córdoba
Antonio Millán Moya
José María Pacheco Guardiola
Gabriel Pérez Alcalá
José Romero González
Guillermo Sierra Molina
Miguel Ángel Tamarit Campuzano
Javier Targhetta Roza

CONSEJO DE REDACCIÓN
Tomás de la Cruz Serna
Patricia Balbontín del Valle
Alfredo Chávarri de la Fuente

Jefa de Redacción
Patricia Balbontín del Valle

Edición-Diseño y Ranking
Lola Fernández Rodríguez

Redactores y Colaboradores
Isabel G. Suero, Antonio Pedraza,
Nicolás Sierra, Gonzalo A. Escacena,
Susana Muñoz, Alicia de la Peña,
Francisco García Navas

Fotografía
Raúl Caro
Jesús Domínguez (Málaga)

DIRECTOR GERENTE
Alfredo Chávarri de la Fuente

DIRECTORA DE PUBLICIDAD
Inmaculada Rodríguez Ruiz

COORDINADORA DE PUBLICIDAD
M^o del Mar Torralbo León

ADMINISTRACIÓN Y DISTRIBUCIÓN
Ana Labrador Jiménez

Diego de Riaño, 11- 2^o - 41004 Sevilla.
Redacción: 95 421 59 09
Publicidad: 95 422 83 06
Administración: 95 422 62 48
Fax: 95 453 33 72
www.andaluciaeconomica.com
andaluciaeconomica@andaluciaeconomica.com

Fotomecánica e Impresión:
Escandón Impresores. Sevilla.

ANDALUCÍA ECONÓMICA es una publicación plural. Los artículos y comentarios que en ella aparecen reflejan las opiniones de los respectivos autores. ANDALUCÍA ECONÓMICA expresa su opinión en su columna editorial. Los contenidos de la publicación pueden ser reproducidos, citando la fuente.

Precios de suscripción anual: 33 euros.
Complem. suscripción extranjero: 9 euros.

Dep. Legal SE-837-1990

Andalucía ECONÓMICA



SUMARIO

Protagonistas	4
En Portada / Alimentos y bebidas	6
• Aceite de oliva: liderazgo y competitividad	
• Vinos andaluces: crisol de tradición e innovación para conquistar al nuevo consumidor	
• Los vinos de Barbadiño, de los más premiados e innovadores, se consumen ya en 50 países	
• Jamones y embutidos, los más deseados	
• Embutidos Jabugo: la innovación por bandera	
• Los quesos andaluces destacan por su calidad, pero todavía es escaso su consumo y transformación	
• Corsevilla, diferenciación desde el origen	
• Picos artesanos, el mejor acompañamiento de la selecta gastronomía andaluza	
• La innovación constante permite a Heineken el fluido lanzamiento de nuevos productos y formatos	
• Conservas hortofrutícolas: indispensables y saludables	
• La tradición y el proceso artesanal, valor diferencial y de calidad de las conservas de productos de pesca	
• Aceitunas y encurtidos: los reyes de tapeo	
• Rives, referente nacional en licores, espirituosos y bebidas sin alcohol	
• Andalucía mantiene su tradición repostera	
• Entrevista: Álvaro Guillén. Presidente de Lándaluz	
• Opinión: Gaspar Llanes. Secretario general de Economía Presidente de Extenda	
• La galaxia de Estrellas Michelin también brilla en Andalucía	
• Opinión: Julio Moreno. Académico Emérito Academia Andaluza de Gastronomía y Turismo	
• Distribución alimentaria: un sector poderoso y estratégico	
• Andalucía Sabor: alta cocina andaluza	
Foro Andalucía Madrid	54
• Eugenio Barroso. Consejero delegado de Grupo MP	
Empresas	58
• Gas Natural	
Sostenibilidad	60
• Emasesa, por una ciudad más saludable	
Formación	62
• La Escuela Superior de Ingeniería de la Universidad Loyola Andalucía presenta su oferta	
Transformación digital	64
Universidad	65
Internacionalización	66
Noticias Propias	68
• Andalucía Económica presenta en Sevilla su número 300	
Noticias en corto	74
Economía, Parque y Mercados	76
Fiscalidad	80
Firmas	82
Finanzas	84
Gastronomía	86
Motor	88
Marcas Andaluzas	90