

Serrano; el presidente de la Cámara de Comercio de Sevilla, Francisco Herrero, y el director de Relaciones Corporativas de Heineken España,

«La Fábrica de Cruzcampo» se sitúa como un oasis en el centro de la Lonja, el punto de partida para degustar las delicatessen del mercado

«Es un mercado que representa a los andaluces, que es para los vecinos de Sevilla y, como anfitriones natos que somos, para todo el que venga de fuera», aseguró Rivera Ordóñez, quien destacó la oferta turística que aportará a partir de ahora a la ciudad el mercado de las Naves del Barranco. El alcalde, por su parte, mostró su satisfacción al poder recuperar para la ciudad «un espacio emblemático» con un diseño de calidad. Ambos coincidieron en resaltar el empleo creado, «130 directos y unos 400 indirectos», en palabras de Rivera Ordóñez.

Con la Lonja del Barranco, Sevilla entra a formar parte de la red de grandes ciudades con mercados gourmet: el de San Miguel en Madrid, el de la Boquería de Barcelona, el Mercado del Ensanche en Bilbao, la Estación Gourmet de Valladolid o el Central de Valencia. Éstos comparten características muy similares con el de Sevilla. Un diseño exclusivo, con una arquitectura histórica y una decoración e iluminación vanguardista, que dan a estos lugares un ambiente romántico y acogedor.

Ayer se notaban las prisas y los nervios del primer día, faltaban recetas y precios por definir y uno de los puestos aún estaba en obras —abrieron 18 de los 20 que tiene el mercado—, pero nada que no se solucione con el paso de los días. Respecto al coste de los productos, tapas y platos que se ofrecen al público, los propietarios de los puestos en su totalidad garantizaban precios al alcance de todos los bolsillos.