



ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA 2013

Edita: **Mercasa**

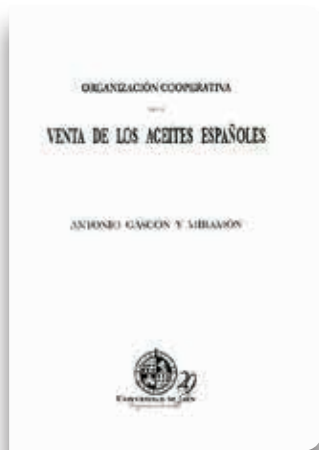
440 páginas / Publicación gratuita

El gasto total en alimentación y bebidas ascendió a 100.678 millones de euros en 2012, con una participación de los hogares del 67% y del 33% de la hostelería y restauración. Estos datos forman parte del estudio que realiza Mercasa desde hace 16 años sobre la alimentación en España y que se ha convertido en el informe más completo sobre uno de los sectores estratégicos de la economía de nuestro país, ya que **agrupa la información estadística y documental disponible sobre todos los eslabones de la cadena alimentaria.**

Según esta memoria, los productos frescos se mantienen como la base fundamental de la alimentación española, con un 42% del volumen total consumido, y un 45,5% del presupuesto total. El gasto por persona se ha estimado en 1.468 euros, siendo el más alto el correspondiente al País Vasco (1.730) y el más bajo el de Extremadura (1.222).

En cuanto a los canales de comercialización, el preferido para la compra de productos frescos es la tienda especializada (pescadería, carnicería, frutería y mercadillos), con un 52,5% de la cuota de mercado. Sin embargo, los ciudadanos eligen supermercados y tiendas de descuento para comprar el resto de alimentos, normalmente envasados, con un 50,7% de cuota. **Es destacable la caída de la tienda tradicional, un 2,3% en el total de alimentación, y, por el contrario, el incremento de canales como hipermercados, tiendas de descuento y autoservicio en alimentación fresca, con aumentos del 4%.**

También se destaca que el sector ha sobrellevado mejor la crisis y que representa el 8,3% del PIB nacional.



ORGANIZACIÓN COOPERATIVA DE LA VENTA DE LOS ACEITES ESPAÑOLES

Autor: **Antonio Gascón y Miramón. Facsímil del original cedido por el MAGRAMA**

Edita: **Publicaciones de la Universidad de Jaén. 2013. 186 páginas**

La presente edición facsímil publicada por la Universidad de Jaén con el apoyo de la Caja Rural reproduce con una fidelidad extraordinaria el original (de principios del siglo XX) cedido por la biblioteca del MAGRAMA, conservando la pátina de la encuadernación y su contenido completo. Se trata de **una joya de la literatura oleícola y de la historia de la cooperación agrícola que resalta la importancia de un sector estratégico en la economía nacional.**

Antonio Gascón y Miramón era catedrático de la Escuela Industrial de Madrid y jefe del Servicio de Publicaciones Agrícolas del por entonces Ministerio de Fomento. El libro se fraguó al encargarle la Asociación Nacional de Olivareros de España un estudio sobre la posibilidad de organizar cooperativamente a los productores de aceite y crear una central de venta en común.

En esta edición se reproducen tres cuadernillos. El primero es de 1928 e incide en la necesidad de que los olivareros se hagan cargo del negocio con la creación de cooperativas.

El segundo (1929) incluye nueve "charlas", formato utilizado en la divulgación de conocimientos agrícolas a comienzos del siglo XX. El último recoge el artículo del Boletín de Agricultura Técnica y Económica de 31 de octubre de 1929 con la constitución de la Unión de Olivicultores de Jaén, de acuerdo con las indicaciones contenidas en el estudio de Gascón y Miramón.



PERFIL AMBIENTAL DE ESPAÑA 2012

Autor: **Dirección General de Calidad y Evaluación Ambiental y Medio Natural**

Edita: **MAGRAMA, 2013**

343 páginas / Publicación gratuita

Editado por el MAGRAMA, esta publicación presenta la situación ambiental de España con información desagregada por comunidades autónomas y referencias al contexto de la Unión Europea. La novena edición contiene 85 indicadores, distribuidos en 17 capítulos, además de un apartado específico con información autonómica.

En 2013 el Perfil Ambiental deja de imprimirse y a cambio ofrece un novedoso diseño de los contenidos por medio de soportes electrónicos con vistas a su mayor facilidad de uso y acceso a la información ambiental. Para ello **se ha creado una aplicación disponible para smartphone y tablet, tanto en sistema operativo iOS, como Android, la cual se actualizará con cada revisión anual.**

El informe está precedido de un resumen y un marco general, seguido de los diferentes capítulos en los que se organizan las áreas ambientales y los sectores productivos estudiados. Cada capítulo, con una introducción y una síntesis de mensajes clave previos, se desarrolla mediante un número variable de indicadores ambientales, cada uno de los cuales ofrece una evaluación de tendencia, gráficos y/o mapas ilustrativos y un apartado de notas aclaratorias, fuentes de información y referencias para ampliarla.

El texto muestra el trabajo que lleva a cabo el MAGRAMA para conservar nuestro capital natural. Los datos reflejan que el desarrollo económico y la creación de empleo son compatibles con la conservación del medio ambiente, respetando siempre los propios límites que la naturaleza impone.