LONJAS Y SU FUNCIÓN

POR: AGUSTIN MIRANDA SOTILLOS.
SECRETARIO GENERAL DE AELMO.

2 PRESENTACIÓN

Agradecimientos.

- Agradecer la invitación que he tenido a Fco. Jose Orantes Secretario General del Consejo Regulador de la DOP Miel de Granada y a APAG aquí en este esplendido entorno de Lanjarón, para estar en el día de hoy aquí con vosotros hablando de un tema tan interesante y de actualidad como es la interrelación entre varias estructuras y sus beneficios.

3 INTRODUCCIÓN.

Primero como objeto de mi exposición quiero contaros cual es nuestra experiencia del trabajo en conjunto que estamos realizando entre las Lonjas de España y las Interprofesionales

Para ello vamos a realizar una introducción de los objetivos de cada una de ellas y al final veremos las actuaciones que hemos realizados en conjunto y como estas sinergias nos ayudan a todos.

Antes de nada quiero presentarme.

4 PRESENTACIÓN

- Mi nombre es Agustín Miranda y soy Secretario General de la Asociacion Nacional de Lonjas y Mercados y presidente de la Mesa de precios de Cereales, ovino, vacuno, carne de caza y Melón y Sandias de Ciudad Real, desde 1995,
  - Director Gerente de ASAJA Ciudad Real.
  - Presidente de ECI (Empresa de certificación e inspección).
  - Hasta el 30 de Enero fui Secretario General de los Empresarios en Ciudad Real

Antaño la falta de información de precios de mercado era patente para los ganaderos y agricultores a la hora de vender sus productos.

Las conversaciones con los linderos, preguntando como habían vendido ellos, y la asistencia a los mercados tradicionales (plazas) en los pueblos y ciudades, o Mercados de Ganado era la única vía de información para saber el valor de sus producciones.

- ✓ **Falta de información.**
- ✓ **Poca movilidad.**
- ✓ **Dificultad para cerrar las ventas.**

Índice:

- ✓ Antecedentes y objetivos de las lonjas .
- ✓ Objetivos de las interprofesionales.
- ✓ Objetivos de la Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia.
- ✓ Experiencia con la Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia.
- ✓ Experiencias en la creación de Interprofesionales desde las Lonjas.

LONJAS

8 QUE ES UNA LONJA.

- Una lonja en sus inicios era un edificio o recinto público donde se realizaban transacciones comerciales entre productores, distribuidores y comerciantes, las mas antiguas las conocemos en el arco mediterráneo,
- El término mercado provienen de los mercados ganaderos que se solían realizar en los pueblos de Castilla interior desde la edad media hasta casi nuestros días. Suelen asociarse más a la venta al por menor,
- Aunque en la actualidad somos ASOCIACIONES SIN ÁNIMO DE LUCRO, formada por PRODUCTORES Y COMPRADORES para la constatación de los precios de los productos de la agricultura, ganadería, con la finalidad que ya indicaremos más adelante (*Como se puede ver nos hemos quedado con el nombre del edifico para identificar actuación que realizamos).*

9 QUE ES UNA LONJA.

- Otras lonjas como las de pescado, es habitual el intercambio por subasta a la baja, en la que se parte de un precio elevado y se va reduciendo hasta que algún comprador para la subasta. En las lonjas de ganado o agrícolas se solía usar la subasta al alza o el trato directo. En la actualidad no hay tratos reales con mercancía presenciales en las Lonjas, excepto en casos particulares como los mercados ganaderos (Talavera de la Reina, Torrelavega).

10 OBJETIVOS DE UNA LONJA.

La Lonja a lo largo de su historia ha tenido diferentes cometidos y ha ido evolucionando según las necesidades de las transacciones mercantiles entre productores y comercializadores. Los cometidos más importantes a través del tiempo han sido:

- En los siglos XIV y XV, al amparo del crecimiento de la Comercialización en España se construyeron edificios o recintos públicos donde se realizaban transacciones comerciales entre productores, distribuidores y comerciantes.
- En los siglos siguientes se desarrollaron tanto las Lonjas de productos como Mercados Ganaderos donde se realizaban transacciones de los productos y a la vez quedaban registrados los precios de estos.

11 OBJETIVOS DE UNA LONJA.

En los años 70, Debido a los cambios de estructura realizados en la sociedad española donde pasa de una sociedad rural a una sociedad más urbana las funciones de las lonjas y mercados cambian sus estructuras adaptándose a las nuevas situaciones, perdiendo importancia estos mercados rurales y creándose nueva estructuras de transacciones como los Mercas y Mercos, como nuevas formas de abastecimiento a la sociedad con la intención de:

- Promover la concentración de la oferta y la demanda de productores agropecuarios, estimulando la concurrencia de todas clase de compradores y vendedores de los mismos, para conseguir facilitar las operaciones de compraventa, contribuyendo al mismo tiempo a la formación racional de los precios.

- Promover nuevas formas de compraventa de productos agropecuarios.

12 OBJETIVOS DE UNA LONJA.

- La búsqueda y apertura de nuevos mercados para una mejor comercialización de nuestros productos.
- Colaborar en el establecimiento de normas de tipificación de productos agropecuarios para conseguir una mejora ordenación de la oferta y facilitar las operaciones de compraventa sin presencia física.
- Recoger las características y tendencia de los mercados y difundirlas entre los sectores interesados.

13 OBJETIVOS DE UNA LONJA.

- **A finales de los 80:** Con la incorporación de España a la Unión Europea, las lonjas tuvieron un nuevo cometido que era la de **fijar precios de referencias para disponer de sistemas fiables de constatación de precios Testigos o referencias**, en este ámbito, Sobre estos precios se desencadenaban una serie de medidas de incentivos para la regularización de los mercados agrarios.

- Así como dar una mayor trasparecía a los mercados, sirviendo estos Precios testigos como referencia para fijar las subvenciones que recibían los ganaderos y agricultores en España desde la Unión Europea para compensar las pérdidas agrarias o para intervenir en los mercados en caso de exceso o escasez de oferta.

14 OBJETIVOS DE UNA LONJA.

En la actualidad: Además de los anteriores cometidos las lonjas sirven para:

- fijar precios de referencia constatados en los mercados de los productos contratados y estos servir como información real, veraz, ágil y transparente de los tratos que se realizan.
- Con estas referencias los operadores puedan tomar decisiones en sus ámbitos de competencia.
- Los operadores puedan elegir mercados para su abastecimiento según los precios y calidades.

15 OBJETIVOS DE UNA LONJA.

- En estos momentos y debido al número de lonjas en todo el territorio nacional, así como las lonjas de otros países, sirven como referencia para poder facilitar la compra de estos productos en los mercados que más interesen (puede ser por precios más baratos o por cercanía de los productos, o facilidades de gestión, calidades, etc.).

- No todas las lonjas que marquen precios sobre un producto deben coincidir en precios, esto depende de la distancia a los centros de consumo, así como las infraestructuras, medios de locomoción (tren es más barato), etc.

16 CATÁLOGO DE LONJAS AGROPECUARIAS DE ESPAÑA

- 1: **Llotja Agropecuària Mercolleida, S.A**
- **2: Lonja Agropecuaria de Extremadura**
- **3: Llotja de Bellpuig**
- **4: Lotja de Cereals de Barcelona**
- **5: Llotja de Contratació de Girona**
- **6: Llotja de Reus**
- **7: Llotja de Vic**
- **8: Lonja Agropecuaria del Ebro**
- **9: Lonja Agropecuaria de Binéfar**
- **10: Consulado de la Lonja de Valencia**
- **11: Lonja Agropecuaria para La Mancha-ITAP**
- **12: Lonja Agropecuaria de Cuenca**
- **13: Lonja Agropecuaria de Ciudad Real**
- **14: Lonja Agropecuaria de Galicia (Silleda)**
- **15: Lonja Agropecuaria de León**
- **16: Lonja Agropecuaria de Lerma**
- **17: Lonja Agropecuaria de Madrid**
- **18: Lonja Agropecuaria de MercoMurcia**
- **19: Lonja Agropecuaria de Segovia**
- **20: Lonja Agropecuaria Provincial de Zamora**

21: Lonja Agropecuaria Valle de los Pedroches
22: Lonja de Contratación de Tortosa
23: Lonja de Salamanca
24: Lonja de Subcontratación de Productos Agrarios de Córdoba
25: Lonja Toledana
26: Mercado Nacional de Ganado de Torrelavega
27: Mercat Carni Ramader i Avícola de Barcelona
28: Mercado Nacional de Talavera de la Reina
29: Mercofraga
30: Asociación Regional de Andalucía de Productores de Ganado porcino
31: Fundación para la Promoción y Desarrollo del Olivar y del Aceite de Oliva

17 SECTORES REFERENCIADOS POR LONJAS

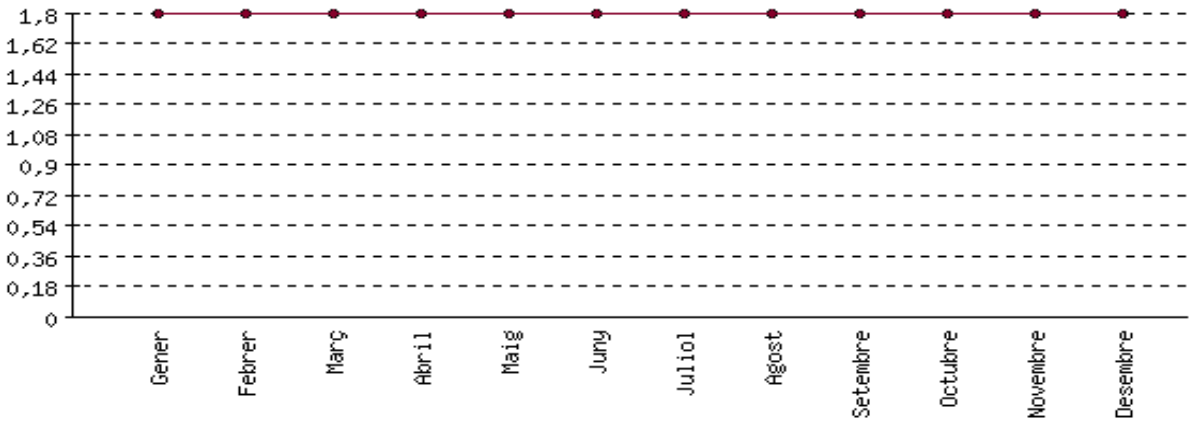
- 1. Ovino de carne 23
- 2. Porcino 20
- 3. Vacuno de carne 20
- 4. Cereales 19
- 5. Huevos 9
- 6. Fruta dulce 8
- 7. Conejos 8
- 8. Forrajes y paja 8
- 9. Leguminosas 6
- 10. Porcino ibérico 6
- 11. Pollos y gallinas 5
- 12. Caprino de carne 5
- 13. Hortalizas y patatas 5
- 14. Aceite 5
- 15. Vino 5
- 16. Oleo proteaginosas 5
- 17. Leche de oveja y cabra 5
- 18. Frutos secos 4
- 19. Equinos 4
- 20. Productores ecológicos veg 4
- 21. Despiece de porcino 3
- 22. Prod, ecológ animal 2
- 23. Lana 2
- 24. Cítricos 2
- **25. Miel 1**
- 26. Caza 1
- 27. a 33. (Algarroba y garrofa; tortas y salvados; harinas y grasas; arroz; remolacha; trufa; y madera)

- SERVEI DE PREUS
- DARRERS PREUS
- HISTÒRIC DE PREUS
- ALTRES SERVEIS

La llotja
Productes
La Borsa del col·leccionista
50 Borsa Europea de Comerç
Publicacions
ACTUALITAT

Evolució anual

MEL - MEL (2013)



Els valors de la gràfica i de la taula estan indicats en € / L

Veure la gràfica per setmanes

2013	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
Flor taronjer	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5
Romaní	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5
Mil flors	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8

Valors setmanals clicant sobre la mitja mensual

19 OBJETIVOS DE UNA LONJA.

- En el conjunto de las aproximadamente 31 Lonjas o Mercados en Origen Agropecuarios operativos en España se elabora y difunde información sobre precios en lonjas mercados en origen correspondientes a una gran cantidad de productos individuales.
- Podría establecerse, a modo de ejercicio teórico y aproximativo, que esas cerca de 31 Lonjas que atienden los precios y mercados en origen de 33 sectores y subsectores agropecuarios, estarían ofreciendo información sobre unos 1,500 productos agropecuarios.

20 OBJETIVOS DE UNA LONJA.

Las Lonjas y Mercados a través de sus Mesas de Precios tienen como principal función **la de constatar de forma independiente, transparente, periódica, paritaria y veraz** los precios que se están produciendo entre los operadores de un sector, de forma periódica y ágil, determinando las cotizaciones medias de los productos establecidos en ellas y que sirvan a los operadores para tener un dato esencial para la toma de decisiones más adecuadas para el buen desarrollo de sus explotaciones o empresas.

21 OBJETIVOS DE UNA LONJA.

En ningún caso la pretensión de las Mesas de Precio será la de realizar practicas como la de fijación de precios (art. 1 de la Ley 15/2007) o intervenir en cualquier forma de reparto de mercados, o en la actuación sobre ellos .

- Debemos ser un espejo del mercado, pero no el mercado
- Debemos ser unos fedatarios del los precios que se producen en el mercado.

INTERPROFESIONALES

23 OBJETIVOS DE UNA INTERPROFESIÓN.

El Consejo Regulador, se encarga de la gestión y promoción de la Denominación y certifica con su contraetiqueta los productos que superan los exigentes requisitos de calidad definidos en su reglamento, siendo sus principales obligaciones la de certificar:.

- **Lugar de origen**
- **Método de producción,**

Las Interprofesionales se constituyen para el cumplimiento de alguna o todas las finalidades establecidas en el artículo 3 de la Ley reguladora que son:

24 OBJETIVOS DE UNA INTERPROFESIÓN.

- Velar por el adecuado funcionamiento de la cadena alimentaria.
- Mejorar la calidad de los productos en todas las fases.
- Promover investigación y desarrollo.
- Promover la agricultura ecológica, la producción integrada y las figuras de calidad diferenciada.

25 OBJETIVOS DE UNA INTERPROFESIÓN.

- Elaboración de contratos tipo agroalimentarios compatibles con la normativa de competencia nacional y comunitaria.
- Negociación colectiva de precios cuando existan contratos obligatorios en los términos previstos en la normativa comunitaria.

26 OBJETIVOS DE UNA INTERPROFESIÓN.

- Controlar y racionalizar el uso de productos veterinarios y fitosanitarios.
- Realización de estudios sobre métodos de producción sostenible y evolución del mercado.
- Mejorar la cualificación profesional en el sector agroalimentario.
- Cualquier otra que le atribuya la normativa comunitaria.

27 OBJETIVOS DE UNA INTERPROFESIÓN.

La Interprofesionales pueden participar en distintos programa financiados a través del Reglamento 1308/2013, donde en sus artículos 55 y 56 desarrolla los programas nacionales y su financiación y entre los que se encuentran con una financiación hasta el 50 %:

- **a) asistencia técnica a los apicultores y a las organizaciones de apicultores;**

28 OBJETIVOS DE UNA INTERPROFESIÓN.

- **b) lucha contra las agresiones y las enfermedades de la colmena, en particular contra la varroasis;**
- **c) racionalización de la trashumancia;**
- **d) medidas de apoyo a los laboratorios de análisis de productos apícolas para ayudar a los apicultores a comercializar y valorizar sus productos;**

29 OBJETIVOS DE UNA INTERPROFESIÓN.

- **e) medidas de apoyo a la repoblación de la cabaña apícola de la Unión;**
- **f) cooperación con los organismos especializados para crear programas de investigación aplicada en el sector de la apicultura y de los productos transformados a partir de esta;**
- **g) seguimiento del mercado y mejora de la calidad de los productos con objeto de explotar el potencial de los mismos en el mercado**

COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA.

31 OBJETIVOS DE LA COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA.

El objetivo principal de la CNMC es garantizar, preservar y promover el correcto funcionamiento, la transparencia y la existencia de una competencia efectiva en todos los mercados y sectores productivos, en beneficio de los consumidores y usuarios.

La CNMC está sometida al control parlamentario, lo que garantiza su independencia e incrementa la seguridad jurídica.

32 OBJETIVOS DE LA COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA.

¿Para qué sirven la competencia y la regulación eficiente?

Comprador y consumidor, la competencia entre los vendedores **le sirve para disponer de ofertas más variadas**, de mejor calidad y a menores precios.

Como empresario, la libre competencia le asegura el éxito en sus negocios y dependerá de su capacidad y esfuerzo y **no de las obstrucciones o limitaciones que le impongan otros con mayor** poder de mercado.

Como ciudadano, la competencia le sirve para que la producción nacional **sea más competitiva** en el mundo y en el propio país.

33 OBJETIVOS DE LA COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA.

Algunas actuaciones y prácticas contrarias a la competencia

Varias empresas **se ponen de acuerdo en no competir en precios**, fijando los mismos precios de compra o venta de manera abusiva.

Una empresa *aplica injustificadamente* a distintas empresas compradoras **precios u otras condiciones de compra desiguales** para los mismos bienes o servicios, poniendo a algunas de ellas en desventaja frente a sus competidores.

34 OBJETIVOS DE LA COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA.

Una empresa **obliga a un comprador a aceptar obligaciones** que no tienen relación con la compra-venta, como no comprarle a un competidor, comprar otro producto, etc.

Una empresa **establece de forma injustificada zonas de venta** exclusivas para sus distribuidores.

Una o varias empresas obstaculizan de forma artificial la entrada en el mercado de nuevos competidores.

EXPERIENCIAS CON LA COMISIÓN NACIONAL DE MERCADOS Y LA COMPETENCIA.

36 EXPERIENCIA CON LA COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA.

Los encuentros que hemos tenido con la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia en los últimos años han sido varios:

- Incoación de expediente a seis **laboratorios farmacéuticos** por posible prácticas restrictivas de la competencia.
- Incoación de expediente a las comercializadoras de referencia de **Endesa y Gas Natural** por presuntas practicas anticompetitivas.
- Incoación de expediente a miembros de la Interprofesional de **Vinos Valdepeñas** por practicas de pacto de precios.
- Incoación expedientes a la **Lonja de conejos de Madrid** por práctica de pacto de precios.

LONJA DE CONEJOS DE MADRID POR PRÁCTICA DE PACTO DE PRECIOS.

Porque la CNMC abrió expediente?

- Porque hubo una denuncia previa por parte de varias asociaciones.
- Y la denuncia decía que existían presuntas irregularidades y practicas restrictivas en la competencia por parte de la mesa de precios de la Lonja Agropecuaria de Madrid.

LONJA DE CONEJOS DE MADRID POR PRÁCTICA DE PACTO DE PRECIOS.

En que se basaban?

En particular en que la lonja ha utilizado un abuso de poder sobre los precios de referencia que emite cada semana (a perdidas).

Irregularidades en relación con la estructura y organización.

Así como sus funciones en la formación de precios orientativos.

La falta de moderador o la tutela por alguna entidad de naturaleza publica que vele por el cumplimiento de la Lonja.

LONJA DE CONEJOS DE MADRID POR PRÁCTICA DE PACTO DE PRECIOS.

Fijación de precios de referencia con antelación , para varias semanas e incluso meses, con objetivo de cumplir pactos de venta con la distribución comercial.

Que no se levantaban actas de lo sucedido y acordado en las sesiones de lonja

Falta de trasparencia en la información del precio acordado en la sesión aplazando su difusión al sector.

LONJA DE CONEJOS DE MADRID POR PRÁCTICA DE PACTO DE PRECIOS.

Y porque la CNMC no sancionó?

1° Se demostró que esta lonja se fundó bajo la tutela de la Consejería de Agricultura y Cooperación de la Comunidad de Madrid.

2° La Lonja aportó las actas de las sesiones de las reuniones donde se demuestra los precios se adoptaron conforme al reglamento , con participación del sector productor y mataderos con finalidad de facilitar los precios de las transacciones que se fueron realizados en el mercado.

LONJA DE CONEJOS DE MADRID POR PRÁCTICA DE PACTO DE PRECIOS.

3 Se acreditó que los precios orientativos, se difunden a través de un servicio telefónico y a través de boletines informativos.

4º Se acreditó la representación del sector productor y comercialización con las actas de asistencia.

5º Y se acreditó que la diferencia de cotizaciones con otras lonjas pueden ser debido al carácter estructural con referencia a otras lonjas (distancia a los mercados).

42 OTRAS EXPERIENCIAS.

- Lonja de carne de caza
- Lonja de Melón y Sandia.

LONJA DE CARNE DE CAZA.

LONJA DE CARNE DE CAZA

- En el año 1998 en la lonja agropecuaria de Ciudad Real se creó la Mesa de Precios de Carne de Caza donde cada 15 días en la época hábil de caza se constatan los precios del:
  - Ciervo,
  - Jabalí
  - Gamo,
  - Muflón,
  - Conejo
  - Perdiz roja.
  - Liebre

  Debido a las inquietudes del sector productor y comercialización para la difusión y visualizacion de este sector en el año 2010 se creó un grupo de trabajo para la constitución de la interprofesión de carne de caza llamada ASSICAZA.

LONJA DE CARNE DE CAZA

Cámara Ciudad Real

Lonja Agropecuaria Ciudad Real

JUNTA DE PRECIOS DE LA MESA DE CARNE DE CAZA

Sesión del día 1 de diciembre de 2016

Después de las deliberaciones, se constataron los siguientes precios:

	Cotización anterior	Cotización actual	Dif.
CAZA MAYOR	Euros / Kg	Euros / Kg	
Ciervo (canal)	2,80 - 3,00	2,70 - 3,00	-0,05
Jabalí	1,00 - 1,10	1,00 - 1,10	0,00
Gamo	2,35 - 2,50	2,35 - 2,50	0,00
Corzo	3,40	3,40	0,00
Muflón	0,50	0,50	0,00
CAZA MENOR			
Conejo de Tiro	1,50	1,50	0,00
Perdíz Roja Autóctona	2,50 - 3,00	2,50 - 3,00	0,00
Perdíz Roja	0,80 - 1,00	0,80 - 1,00	0,00
Liebre	5,00 - 5,50	6,00 - 6,50	1,00

Está prohibida la reproduccion total o parcial de esta hoja sin la expresa autorización de la Asociación Española de Lonjas y Mercados en Origen

LONJA DE CARNE DE CAZA

- Y DESDE ESTE FORO PODER REALIZAR LAS TAREAS DE MEJORA DE LA CADENA DE ALIMENTACIÓN, CONTRATOS TIPOS, PROMOCIÓN DE LA CARNE DE CAZA, MEJORA SANITARIA,ETC.
- Para el desarrollo de estas actividades, esta nueva organización puede utilizar las herramientas que la Administración les ponen a su disposición como es la **Extensión de Norma** que lo que les concede es la posibilidad de que todos los participantes del sector afectado contribuyan económicamente con las participaciones pactadas a realizar todas la operación descritas anteriormente, así como solicitar las ayudas provenientes a nivel regional, nacional y europeo, para llevar a cabo todos las inquietudes manifestadas dentro de la interprofesional.

LONJA HORTOFRUTÍCOLA DE MELÓN Y SANDÍA DE CASTILLA-LA MANCHA

30/10/2017

LONJA DE MELÓN Y SANDIA.

- En el año 2013 se crea la Lonja de Melón y Sandia de Castilla la Mancha donde semanalmente se cotizan los precios en la época de recolección de este producto que va desde mediados de julio a mediados de octubre:

Debido a las inquietudes del sector productor y comercialización para la dar solución a los bajos precios que se estaban cotizando en este sector, en el año 2014 se creo un grupo para la constitución de la **Interprofesional de Melón y Sandia de Castilla la Mancha**

LONJA DE MELÓN Y SANDIA.

LONJA HORTOFRUTÍCOLA DEL MELÓN Y LA SANDÍA DE CASTILLA-LA MANCHA

Globalcaja CAJA RURAL

MESA DE PRECIOS DE MELÓN Y SANDÍA

Sesión del 11 de octubre de 2017, Manzanares

Precios orientativos resultado de la reunión:

	Cotizacion Anterior	Precios Medios	Diferencia
MELÓN	Euros / Kg.	Euros / Kg.	Euros / Kg.
IGP (Indicación Geográfica Protegida)	s-c	s-c	
Categoría Extra	0,31-0,35	0,34-0,36	
1ª Categoría	0,23-0,28	0,25-0,29	
2ª Categoría	0,10-0,15	0,19-0,22	
SANDÍA			
Negra sin pepitas 1ª Categoría	0,11-0,13	0,12-0,14	
Negra sin pepitas 2ª Categoría	s-c	0,10-0,12	
Negra con pepitas 1ª Categoría	s-c	s-c	
Negra con pepitas 2ª Categoría	s-c	s-c	
Blancas 1ª Categoría	0,10-0,12	0,12-0,15	
Blancas 2ª Categoría	s-c	0,10-0,11	

ASOCIACIÓN INTERPROFESIONAL LONJA HORTOFRUTÍCOLA DEL MELÓN Y LA SANDÍA DE CASTILLA-LA MANCHA

LONJA DE MELÓN Y SANDIA

- Y DESDE ESTE FORO PODER REALIZAR LAS TAREAS DE MEJORA DE LA CADENA DE ALIMENTACIÓN, CONTRATOS TIPOS, PROMOCIÓN DE LA DE CONSUMO DE MELON Y SANDIA, ETC.
- Para ello el desarrollo de estas actividades, esta nueva organización puede utilizar las herramientas que la Administración les ponen a su disposición como es la **Extensión de Norma** que lo que les concede la posibilidad de que todos los participantes del sector afectado contribuyan con las APORTACIONES pactadas a realizar todas la operación descritas anteriormente, así como las ayudas provenientes a nivel regional, nacional y europeo, que de otra manera serian imposible su llevarlas a cabo.

LONJA NACIONAL DE CONEJOS LONCUN

LONJA NACIONAL DE CONEJOS LONCUN

- En el año 2015 la interprofesional Nacional de conejos INTERCUM se puso en contacto con la Asociación Nacional de Lonjas Españolas (AELMO) para la constitución de una lonja independiente reconocidas por los productoras y mataderos,
- Hasta ese momento existían en España tres lonjas distintas que estaban cotizando precios pero que la mayoría del sector no reconocía

LONJA NACIONAL DE CONEJOS LONCUN

- En el año 2016 con la mediación del Ministerio de Agricultura, la interprofesional de conejos y nosotros (AELMO) empezados a dar los primeros pasos para la constitución de dicha mesa.
- Después de muchas reuniones en agosto de este año se comenzó a la constatación de los precios de los conejos.

LONJA NACIONAL DE CONEJOS LONCUN

Cual fueron los principales problemas?

- Desconfianza entre las partes del sector.

Cual fue la solución?

- Buscar un mediador independiente y reconocido por las partes.

Hasta este momento las partes compradora y comercializadora de conejos reconoce los precios provenientes de esta nueva LONJA como **fiel reflejo del mercado** y a la lonja **como fedataria de las** transaciones que se realizan.

55 CONCLUSIONES..

- Cada institución debe hacer su trabajo sin interferir en los del otro, buscando las sinergias. Y especializándonos y haciendo bien nuestro trabajo en aquellos que tenemos competencias para compartirlo con el resto.

- COLABORANDO LAS DISTINTAS INTITUCIONES QUE ESTAMOS ENVUELTOS PODREMOS CONSEGUIR UNOS MEJORES LOGROS PARA AQUELLOS A QUIEN REPRESENTAMOS.

Asociación Española de Lonjas y Mercados en Origen

GRACIAS POR SU ATENCIÓN