



INFORME SOBRE LAS LONJAS DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS

Noviembre 2013

INFORME SOBRE LAS LONJAS DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS

CONTENIDO

	Página
I. INTRODUCCIÓN.....	4
I.1. Antecedentes.....	5
I.2. Objetivos del Informe.....	6
I.3. Ámbito del Informe.....	6
I.4. Metodología y trabajo realizado.....	7
II. CARACTERIZACIÓN DEL SISTEMA DE LONJAS DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS.....	9
II.1. Estructura general del Sistema de Lonjas de Productos Agropecuarios.....	10
II.2. Definiciones.....	12
II.3. Marco Normativo.....	16
II.4. La red de Lonjas de Productos Agropecuarios.....	16
II.5. Tipologías de Lonjas en función de su figura jurídica y dependencia orgánica.....	19
II.6. Tipologías de Lonjas en función de sus funciones y de sus prestaciones.....	21
II.7. Sectores referenciados por las Lonjas.....	23
II.8. Productos objeto de referenciación.....	30
II.9. Actuaciones, utilidad y percepción de las Lonjas.....	33
II.10. Organización y recursos de las Lonjas.....	35
III. RESUMEN DE RESULTADOS DE LA CONSULTA A LONJAS DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS.....	38
III.1. Resultados de la consulta.....	40
IV. INFORMACIÓN SOBRE PRECIOS Y MERCADOS EN ORIGEN APORTADA POR LAS LONJAS AGROPECUARIAS.....	61
IV.1. Tipologías de información aportada.....	62
IV.2. Procesos de elaboración y fuentes de información.....	65
IV.3. Difusión de la información elaborada.....	66
IV.4. El contexto general de la información sobre precios de productos agropecuarios.....	68
V. CONCLUSIONES SOBRE SITUACIÓN Y PERSPECTIVAS DE LAS LONJAS DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS.....	70
V.1. Aspectos positivos o favorables.....	71
V.2. Aspectos negativos o desfavorables.....	72
V.3. Idoneidad y vigencia de las misiones de las Lonjas de Productos Agropecuarios.....	73
V.4. Las Lonjas de Productos Agropecuarias configuran un importante activo.....	74
V.5. Capacidad de “Objetivización” de la información.....	75

V.6. Nuevos modelos y mecanismos de apoyo y protección al productos y a los mercados en origen.....	77
V.7. Necesidad de una más eficaz comunicación y mejor comunicación.....	80
V.8. Cambios y mejoras que deben abordarse.....	82
VI. MERCADOS GANADEROS.....	83
VII. LONJAS PESQUERAS.....	87
ANEXO: CATÁLOGO DE LONJAS AGROPECUARIAS DE ESPAÑA.....	93
Ficha 1: Llotja Agropecuària Mercolleida, S.A.....	96
Ficha 2: Lonja Agropecuaria de Extremadura.....	102
Ficha 3: Llotja de Bellpuig.....	107
Ficha 4: Lotja de Cereals de Barcelona.....	111
Ficha 5: Llotja de Contratació de Girona.....	115
Ficha 6: Llotja de Reus.....	119
Ficha 7: Llotja de Vic.....	123
Ficha 8: Lonja Agropecuaria del Ebro.....	127
Ficha 9: Lonja Agropecuaria de Binéfar.....	131
Ficha 10: Consulado de la Lonja de Valencia.....	135
Ficha 11: Lonja Agropecuaria para La Mancha-ITAP.....	139
Ficha 12: Lonja Agropecuaria de Cuenca.....	143
Ficha 13: Lonja Agropecuaria de Ciudad Real.....	146
Ficha 14: Lonja Agropecuaria de Galicia (Silleda).....	149
Ficha 15: Lonja Agropecuaria de León.....	152
Ficha 16: Lonja Agropecuaria de Lerma.....	155
Ficha 17: Lonja Agropecuaria de Madrid.....	158
Ficha 18: Lonja Agropecuaria de MercoMurcia.....	161
Ficha 19: Lonja Agropecuaria de Segovia.....	165
Ficha 20: Lonja Agropecuaria Provincial de Zamora.....	168
Ficha 21: Lonja Agropecuaria Valle de los Pedroches.....	171
Ficha 22: Lonja de Contratación de Tortosa.....	174
Ficha 23: Lonja de Salamanca.....	178
Ficha 24: Lonja de Subcontratación de Productos Agrarios de Córdoba.....	181
Ficha 25: Lonja Toledana.....	184
Ficha 26: Mercado Nacional de Ganado de Torrelavega.....	187
Ficha 27: Mercat Carni Ramader i Avícola de Barcelona.....	190
Ficha 28: Mercado Nacional de Talavera de la Reina.....	194
Ficha 29: Mercofraga.....	197
Ficha 30: Asociación Regional de Andalucía de Productores de Ganado porcino.....	200
Ficha 31: Fundación para la Promoción y Desarrollo del Olivar y del Aceite de Oliva...	204

I. INTRODUCCIÓN

I.1. ANTECEDENTES

I.2. OBJETIVOS DEL INFORME

I.3. ÁMBITO DEL INFORME

I.4. METODOLOGÍA Y TRABAJO REALIZADO

I. INTRODUCCIÓN

I.1. ANTECEDENTES

El **Observatorio de Precios de los Alimentos** tiene entre sus funciones principales la de analizar la situación del mercado alimentario y la de caracterizar los procesos de formación de los precios de los alimentos.; y en la reunión de su Pleno celebrada el 14 de Abril de 2013, adquirió el compromiso de elaborar un **Informe sobre las Lonjas de Productos Agropecuarios** con el fin de conocer mejor y diagnosticar en profundidad sus características, funcionamiento y proyección futura.

Dicho Informe responde a la necesidad de conocer y valorar con realismo y objetividad la contribución de las Lonjas de Productos Agropecuarios a los **procesos de referenciación de los precios en origen**, así como a la difusión de información actualizada sobre tales precios, tanto en los entornos de la propia producción en origen como en el resto de componentes de las distintas cadenas agroalimentarias. Y, por consiguiente, el Informe también se corresponde con la necesidad de mejorar el conocimiento y transparencia de los mercados, así como de apoyar la tarea de configuración de las distintas **cadenas de valor agroalimentarias**.

Las Lonjas de Productos Agropecuarios son entidades u organizaciones establecidas, en general, en zonas de producción agrícola y/o ganadera, y cuya misión principal es **orientar a agricultores y ganaderos en cuanto a precios de mercado**, además de facilitar a compradores y/o comercializadores la realización de sus operaciones de compra, tanto mediante la información sobre precios y mercados como poniendo a su disposición (en ciertos casos y en diferentes formas) servicios, instalaciones y medios para efectuar las transacciones entre unos y otros operadores; o bien documentación para facilitar el conocimiento y valoración de los mercados y sus tendencias.

Se trata, por tanto, de funciones de gran relevancia que, no obstante, a lo largo de los años **se han ido desarrollando de manera desigual**, según tipologías de Lonjas Agropecuarias y/o según sectores o productos. De forma que a la vista de los profundos cambios que se han ido produciendo en el entorno productivo agroalimentario, en los sistemas de información, en los mercados y en las propias cadenas alimentarias, parece necesario reflexionar sobre el papel actual y futuro de las Lonjas de Productos Agropecuarios operativas en España. A ello responde el presente Informe.

I.2. OBJETIVOS DEL INFORME

El objetivo principal del Informe es realizar un **diagnóstico** de las características y del funcionamiento del actual Sistema de Lonjas de Productos Agropecuarios operativas en España; así como plantear una **proyección** de las mismas a la vista de los escenarios de futuro contemplados por el Macrosector Agroalimentario Español.

Dicho objetivo principal integra diferentes objetivos concretos:

- Identificar y **definir la estructura** del actual Sistema de Lonjas de Productos Agropecuarios implantado en España.
- **Caracterizar y catalogar** las Lonjas de Productos Agropecuarios operativas en España.
- Realizar un **análisis o diagnóstico** de la situación actual y del funcionamiento y viabilidad de las Lonjas Agropecuarias españolas, así como de su contribución al Sistema Agroalimentario español.
- Establecer previsiones de posibles **proyecciones futuras** de las Lonjas Agropecuarias en función de los cambios que afectarán al Macrosector Agroalimentario.
- **Proponer medidas de mejora** para potenciar la viabilidad, eficacia y utilidad de las Lonjas de Productos Agropecuarios.

I.3. ÁMBITO DEL INFORME

El alcance o **ámbito de aplicación del trabajo** llevado a cabo para la elaboración del Informe, se ajusta a estos límites o condicionantes:

- Desde el **punto de vista geográfico**, abarca toda la geografía nacional.
- Desde el **punto de vista sectorial**, abarca todos los sectores agrícolas y ganaderos, así como las actividades de manipulación y transformación industrial ligadas a tales sectores.
- Desde el **punto de vista de tipología de lonjas**, el Informe se centra básicamente en las Lonjas de Productos Agropecuarios orientadas a la **referenciación de precios e información de mercados**, tengan o no anexas actividades de contratación o servicios a usuarios relacionados con dichas actividades de contratación.

No se incluyen, por tanto, aquellas otras tipologías de lonjas o mercados en origen en los que no hay actividad alguna relativa a referenciación y divulgación de precios en origen, o bien dicha actividad es absolutamente irrelevante (por ejemplo alhóndigas, mercados de ganado, ferias, lonjas virtuales de contratación, salones de contratación, etc.)

Un caso especial lo constituyen las **Lonjas Pesqueras**, muy abundantes en España y que solo generan información de precios de “operaciones ya realizadas” mediante subastas como formato de transacciones comerciales directas entre operadores. No tienen nada que ver con las Lonjas Agropecuarias propiamente dichas pues sus modelos de actuación y sus fines son absolutamente diferentes. Sin embargo, por su relevancia económica y sus problemas actuales, en un capítulo de este Informe se aborda un breve análisis de este colectivo.

I.4. METODOLOGÍA Y TRABAJO REALIZADO

La elaboración del Informe se inició en los primeros días de Agosto de 2013 y se ha finalizado en Noviembre del mismo año. En total se ha realizado en un **período de 16 semanas**. En dicha período se han aplicado e integrado diferentes vías de investigación y análisis:

- En una **primera fase** se ha llevado a cabo una amplia **investigación documental** (bases documentales disponibles: publicaciones, estudios, normativas, estadísticas, informes, páginas web, memorias, reglamentos, referencias de precios y actas de juntas, etc.) –ver cuadro 1-.
- En una **segunda fase** se han mantenido distintas **consultas directas de MAGRAMA y Asociaciones de Lonjas** para acotar el estudio y perfilar las estructuras de las consultas a realizar principalmente a Lonjas y a Usuarios)
- En una **tercera fase** se han elaborado los **cuestionarios** soportes de las consultas (Lonjas y usuarios) que fueron previamente validados por MAGRAMA y AELMO. Entonces se procedió a su lanzamiento (a la totalidad de Lonjas –unas 40- y a un colectivo de 40 usuarios representativos)

Se han recogido 22 cuestionarios de Lonjas (70% de la muestra) y 10 cuestionarios de usuarios (25% de la muestra). Posteriormente, a través de consulta directa se ha incrementado a 32 el número de Lonjas con información útil y a 20 el número de usuarios con información útil.

- En una **cuarta fase** se han realizado tareas de apoyo a la cumplimentación de los cuestionarios así como **entrevistas directas** a Lonjas y usuarios (unas 20 entrevistas en total). Y se ha asistido presencialmente a distintas Mesas de Precios, de diferentes productos.
- En una **quinta fase** se han llevado a cabo **nuevas entrevistas con MAGRAMA y Asociaciones de Lonjas**, para contrastar resultados.
- Finalmente, en una **sexta y última fase** se ha procedido a la revisión e integración de toda la información, a su contraste y a su ordenación y evaluación para extraer conclusiones y resultados a través del correspondiente trabajo de gabinete que ha permitido la confección y presentación del **Informe Final**, así como la elaboración de un **Catálogo de Fichas de Lonjas de Productos Agropecuarios** (formado por 31 Fichas de las principales Lonjas)

CUADRO 1: DOCUMENTACIÓN UTILIZADA

1. **MAGRAMA** (Precios origen-mayorista-destino; Informes de estadísticas de la Secretaría General Técnica; Observatorios de Precios; Cadena de Valor; Anuarios; etc.)
2. Asociación Española de Lonjas y Mercados en Origen (AELMO): Memorias, Catálogos, Informes, Proyectos, etc.
3. Memorias individuales de diferentes Lonjas Agropecuarias.
4. Páginas webs de diferentes Lonjas Agropecuarias y/o Mercados en Origen; y documentación facilitada por algunas Lonjas.
5. Redes INFORLON, DINPRA y otras dedicadas a distribuir información de precios.
6. Observatorios de precios de diferentes Comunidades Autónomas.
7. Publicaciones de MERCASA.
8. Memorias de Asociación Española de Mercados de Ganado (ASEMGA)
9. Portal Veterinario ALBEITAR y otros portales sobre precios.
10. Informes y publicaciones sobre precios agropecuarios procedentes de Organizaciones Agrarias (COAG, UPA, ASAJA)
11. Informes y publicaciones sobre precios agropecuarios elaborados y difundidos por Cooperativas Agroalimentarias; y por Asociaciones de Industrias Agroalimentarias
12. Sistema de indexación de precios agropecuarios (sector lácteo)
13. Publicaciones sobre mercados de futuro de materias primas agropecuarias.
14. Diferentes Normativas, Reglamentos y Estatutos de Lonjas y/o Mesas de Precios..
15. Diferentes Reglamentos y Estatutos de Lonjas y/o de Mesas de Precios.
16. Reglamentos nacionales y comunitarios sobre clasificación y tipificación de productos agropecuarios.
17. Informes y Memorias de FNCP (Cofradías de Pescadores); y webs de Lonjas Pesqueras.
18. Información de la Subdirección General de Economía Pesquera y de Puestos del Estado (webs de Lonjas Pesqueras)
19. Informes de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

II. CARACTERIZACIÓN DEL SISTEMA DE LONJAS DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS

- II.1. ESTRUCTURA GENERAL DEL SISTEMA DE LONJAS
- II.2. DEFINICIÓN
- II.3. MARCO NORMATIVO
- II.4. DESCRIPCIÓN DE LA RED DE LONJAS AGROPECUARIAS
- II.5. TIPOLOGÍAS DE LONJAS SEGÚN ACTIVIDAD Y PRESTACIONES
- II.6. TIPOLOGÍA DE LONJAS SEGÚN FIGURA JURÍDICA Y DEPENDENCIAS INSTITUCIONALES.
- II.7. SECTORES OBJETO DE REFERENCIACIÓN.
- II.8. PRODUCTOS OBJETO DE REFERENCIACIÓN
- II.9. USUARIOS DE LOS SERVICIOS DE LAS LONJAS AGROPECUARIAS
- II.10. CARACTERIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD SECTORIAL REFERENCIADA POR LAS LONJAS
- II.11. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS DE LAS LONJAS AGROPECUARIAS; Y ASPECTOS ECONÓMICO-FINANCIEROS DE LAS LONJAS
- II.12. VERTEBRACIÓN DE LAS LONJAS

II. CARACTERIZACIÓN DEL SISTEMA DE LONJAS DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS

II.1. ESTRUCTURA GENERAL DEL SISTEMA DE LONJAS

El Sistema de Lonjas de Productos Agropecuarios está compuesto por estos tres grandes elementos básicos:

- La Estructura generadora de información sobre precios y mercados (o **fuentes de información básica**) utilizada por el Sistema de Lonjas Agropecuarias.
- La **Red de Lonjas Agropecuarias**.
- Los distintos **Colectivos de Usuarios** de la información de referencia elaborada y aportada por la Red de Lonjas.

La configuración o representación esquemática del Sistema de Lonjas Agropecuarias se recoge en el Cuadro 2 adjunto, en el cual se pueden identificar los distintos agentes implicados en el funcionamiento del Sistema, así como los “productos” resultantes de dicho funcionamiento.

Una primera conclusión que se deriva de la observación de dicho esquema es la gran envergadura del Sistema de Lonjas y el **elevado número de operadores y profesionales sectoriales** implicados en la generación y utilización de la información de referencia que aportan las Lonjas Agropecuarias al conjunto global del Macrosector Agroalimentario.

Y otra conclusión no menos importante es que una Lonja Agropecuaria funcionará bien y será útil solamente cuando el sector de referencia quiera que funcione bien, necesita la información que aporta la Lonja, exige y garantiza la calidad de dicha información y la utiliza regularmente en el desarrollo de la comercialización de los productos del sector.

CUADRO 2: REPRESENTACIÓN ESQUEMÁTICA Y GLOBAL DEL SISTEMA DE LONJAS AGROPECUARIAS


II.2. DEFINICIONES

En términos muy generales, una “**LONJA**” es un “**lugar de reunión de comerciantes**” en el que contactan e intercambian información sobre precios, situación y tendencias y características de sus productos; e, incluso en ciertos casos, donde se promueven, inician o cierran transacciones comerciales entre ellos. Mientras que la denominación “**MERCADO**” suele asociarse claramente con la realización formal de ventas reales u operaciones concretas de compra-venta entre proveedores y compradores (exista o no presencia física del producto a comercializar). Se observa en estas definiciones, por tanto, que no hay una frontera nítida entre los conceptos de “Lonjas” y “Mercados” ya que pueden existir solapamientos entre una y otra denominación.

Además, estas acepciones o terminologías han variado según regiones, operadores o épocas; de forma que pueden ser percibidas de maneras muy diferentes según tipologías de sectores y/o de usuarios. En cualquier caso, las **Lonjas de Productos Agropecuarios** históricamente se han venido equiparando a los “**Mercados en Origen**”.

Así, el propio MAGRAMA define las Lonjas o Mercados en Origen de Productos Agropecuarios como “centros de información y contratación establecidos en zonas de producción y cuyos objetivos son **orientar a agricultores y productores en los precios de mercado** y facilitar a los comercializadores sus compras, pudiendo poner a su disposición un conjunto de instalaciones y servicios”.

Los profundos cambios e innovaciones en los sistemas y tecnologías de información y comunicación, así como en las estructuras de los sectores y los mercados agroalimentarios, probablemente estarían invitando a reflexionar sobre la idoneidad actual de **terminologías o denominaciones** tradicionales o históricas; y sobre la necesidad de adecuación de las mismas; y, con ello, del alcance y contenido de las **misiones y funciones** que corresponden hoy día al Sistema de Lonjas y/o Mercados en Origen de Productos Agropecuarios.

En cualquier caso, en todas estas definiciones de Lonjas Agropecuarias, hay elementos o aspectos básicos comunes en todas ellas:

- Deben estar en zonas de producción.
- Deben estar al servicio de los productores agropecuarios.
- Deben orientar a los productores sobre precios en origen y sobre la evolución de los mercados.
- Deben facilitar las operaciones de compra-venta entre productores vendedores y los compradores de sus productos.

Estos conceptos básicos delimitan las **misiones fundamentales de las Lonjas Agropecuarias** y diferencian a éstas de otros formatos o modelos informativos de precios similares o conexos; además de acotar el marco de actuación de las mismas y guiar su desarrollo futuro.

Dentro de dicho marco delimitado por las misiones y/o características básicas y comunes de las Lonjas Agropecuarias, se inscriben dos grandes tipos de Lonjas Agropecuarias (que son en las que se centra el presente Informe):

- Las Lonjas dedicadas **exclusivamente a informar sobre precios y mercados** de producciones en origen, apoyándose para ello en **Mesas o Juntas de precios Sectoriales**, constituidas por operadores sectoriales (vendedores y compradores). Por ejemplo Lonja de Extremadura.
- Las Lonjas que además de distribuir **información de precio y mercados** en origen, también facilitan medios y servicios para que los operadores sectoriales (vendedores y compradores) puedan realizar directamente **transacciones comerciales** entre ellos, ya sea con presencia física de los productores o sin ella (serían los mercados en origen propiamente dicho) –Por ejemplo, Lonja de Silleda-

En los últimos años han ido desapareciendo poco a poco las actividades de “mercado en origen”, mientras que la mayor parte de las Lonjas de Productos Agropecuarios han ido centrando su actividad en la aportación de información sobre precios y mercados y algunos servicios conexos. Así pues, se podría afirmar que en estos momentos, las Lonjas Agropecuarias propiamente dichas son las que se dedican prioritariamente a elaborar y distribuir información sobre precios y mercados en origen de productos agropecuarios.

No obstante, además de estas Lonjas Agropecuarias propiamente dichas, existen otros numerosos modelos o formatos de estructuras u organizaciones dedicadas a generar información sobre precios en origen o bien a facilitar las transacciones comerciales entre operadores sectoriales. Así, podrían destacarse estas otras organizaciones más o menos próximas o similares a las actividades de las Lonjas Agropecuarias propiamente dichas:

- Los propios **mercados en origen y/o centros de contratación en origen** (principalmente enfocados a sectores ganaderos) cuando no cuentan con mesas de precios y solo referencian éstos a partir de las transacciones ya realizadas.
- Las **alhóndigas** donde se comercializan frutas y verduras (básicamente en el sureste español: Almería, Granada, Málaga, Alicante y Murcia); se configuran como “centros de contratación” privados en los que se produce la concurrencia de compradores y vendedores y donde el precio del producto se obtiene por medio de una “subasta a la baja”. Se constituyen como sociedades mercantiles o SAT’S; y algunas de ellas figuran entre las principales empresas hortofrutícolas españolas y con un elevado componente exportador. Se podrían destacar unas 35 ó 40 alhóndigas suficientemente significativas. Sin embargo, no referencian propiamente precios, salvo para sus propias operaciones de comercialización y las consiguientes “pizarras” de precios que elaboran sistemáticamente.
- Las **Lonjas pesqueras**, dependientes o no de las Cofradías de Pescadores, tienen funciones y actividades, como en el caso de las alhóndigas, de centro de contratación, en los que se produce la concurrencia de vendedores (pescadores) y compradores e pescado (mayoristas, restauración, Distribución Organizada, etc.). Actualmente podrían

estar operativas más de 180 lonjas pesqueras las cuales controlan más del 70% del pescado en fresco descargado en España. Diariamente generan puntual información real sobre volúmenes y precios de compra-venta de pescado y marisco fresco, configurándose por tanto como importantes suministradores de precios reales referidos a transacciones ya realizadas.

- Tiene características especiales el **Sistema Pool-Red** promovido por la Fundación para la Promoción y el Desarrollo del Olivar y del Aceite de Oliva, mediante el cual se recoge, almacena, calcula y difunde instantáneamente datos relativos a precios, volúmenes y características de todas las operaciones de **compraventa a granel de aceite de oliva** efectuadas en el entorno de Andalucía Orientas y zonas limítrofes.
- En los últimos años se están desarrollando con fuerza los **Mercados Virtuales de Productos en Origen** a través de plataformas on-line que relacionan ofertas de productores y demanda de compradores.
- También tienen características especiales los **Sistemas de Indexación de Precios** de la leche de vaca, oveja y cabra, promovidos por la Organización Interprofesional INLAC como apoyo al desarrollo de los contratos lácteos obligatorios, poniendo a disposición de vendedores y compradores previsiones de potenciales variaciones de precios en función de diferentes modelos de referenciación.
- Otra importante estructura de referenciación de precios es la configurada por los distintos **Mercados de Futuro** operativos en sectores como: cacao, café, algodón, azúcar, zumo de naranja, haba de soja, harina de soja, aceite de soja, trigo, maíz, avena, vacuno y porcino.
- Muchas veces en otros tipos de organizaciones o eventos agropecuarios, también se puede generar información de referencia sobre precios y transacciones. Como por ejemplo en **Ferias Ganaderas o Agrícolas, Salones Monográficos, Concursos Agropecuarios**, etc.
- **Numerosas organizaciones** tienen entre sus fines recoger, elaborar y difundir información sobre precios en origen, aunque siempre referida a precios publicados correspondientes a transacciones pagadas, o bien referida a precios referenciales publicados por otras Lonjas Agropecuarias. Así, entre tales organizaciones cabría citar: Organizaciones Agrarias, Asociaciones Empresariales, Organizaciones Interprofesionales, Cooperativas Agroalimentarias, Consejos Reguladores DGP/IGP, Fundaciones, Entidades Financieras, Medios de Comunicación, etc.
- También son muy numerosos los **portales especializados** en la publicación de precios en origen: INFORLON, ALBEITAR, DINPRA, HOYAGRO, INFOAGRO, etc. En la mayoría de los casos se facilita información de precios procedentes de Lonjas Agropecuarias, previamente organizados y/o contrastados.

- Muchas veces son las propias **grandes empresas y/o cooperativas** las que elaboran sus propios precios para sus transacciones en origen, convirtiéndose en referentes para otros muchos operadores del sector y/o zona.
- Obviamente, en otros muchos casos, los operadores agroalimentarios españoles también toman referencias de precios en **Lonjas o mercados europeos o mundiales**, así como los **precios testigo de la UE** en numerosos productos agropecuarios. Podría citarse como un posible ejemplo el caso del porcino y algunas de las abundantes referencias informativas disponibles:
 - En Francia: MPB
 - En Alemania: el Mercado Mayorista de Hamburgo o el mercado de Futuros de Frankfurt
 - En Holanda: MONFORT y NVV
 - En Dinamarca: D. SLAGTERIER
 - En Portugal: BOLSA DO PORCO
 - En Reino Unido; MLC
 - En Italia: MÓDENA y VERONA
 - En Rusia: Mercado de BELGOROD
 - Etc, etc.
- Y, por supuesto, también es obligado destacar, como importante fuente de información sobre precios en origen, al **propio MAGRAMA**, puesto que a través de diferentes vías y procedimientos aporta un completo soporte informativo abarcando numerosas áreas y facetas de toda la producción agropecuaria, incluyendo lógicamente los precios y volúmenes de las transacciones en origen. Así, cabría citar, entre otras muchas, estas fuentes de información:
 - Observatorio de Precios de los Alimentos/Estadísticas de Precios Origen – Mayorista – Destino.
 - Informes Semanales y Mensuales sobre coyuntura de precios de la Secretaría General Técnica (Subdirección de Estadísticas).
 - Diferentes informes y análisis de precios del FEGA.
 - Anuarios de Estadística Agraria
 - Encuestas Sectoriales
 - MERCASA
 - Etc.

- A su vez, muchas **Comunidades Autónomas** también desarrollan, en mayor o menor medida, funciones relativas a información sobre precios en origen.

En definitiva, esta amplia diversidad de modelos de generación de información de referencia sobre los precios en origen de los productos agropecuarios, permite enmarcar y diferenciar las misiones específicas que tratan de **asumir las Lonjas Agropecuarias propiamente dichas**, que son el objeto de análisis en el presente trabajo. Es evidente que en este contexto de proliferación de fuentes de información sobre precios en origen, las Lonjas de Productos Agropecuarios deben encontrar su lugar y su diferenciación y auténtico valor.

II.3. MARCO NORMATIVO

Las Lonjas de Productos Agropecuarios cuentan con un cierto marco normativo, algo amplio y diverso, generado en distintos ámbitos: UE, Estatal, C. Autónomas, Diputaciones y Ayuntamientos; además de los reglamentos y estatutos propios de cada Lonja. Así, cabría destacar estos soportes normativos:

- Reglamentos (CEE) 3799/85, 3815/85 y 1766/92; y (CE) 2200/96.
- Decreto 2916/1970 (España) y Orden 20/03/1972 del Ministerio de Agricultura español.
- Diferentes normativas y/o resoluciones de Comunidades Autónomas, que cuentan con amplias competencias en esta materia.
- Diferentes normativas y/o reglamentos de Ayuntamientos y/o Diputaciones Provinciales promotoras de servicios de Lonjas. Mercados en Origen.
- Cada Lonja Agropecuaria cuenta con su propio reglamento y sus estatutos.
- A su vez, cada Mesa o Junta de Precios también cuenta con su reglamento o estatuto específico regulador del procedimiento de definición de los precios en origen.

Se trata, por tanto, de una estructura reguladora o normativa aparentemente muy amplia, pero en la realidad insuficiente u obsoleta y que probablemente debería revisarse a la vista de las necesidades futuras de las Lonjas Agropecuarias y de los fines y misiones que éstas pudieran asumir a medio y largo plazo. De forma que en la actualidad, la realidad es que cada Lonja se rige por sus propios estatutos y reglamentos.

II.4. RED DE LONJAS DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS

En la actualidad la Red de Lonjas de Productos Agropecuarios está **integrada por cerca de 40 Lonjas** mínimamente relevantes, incluyendo tanto las Lonjas propiamente dichas (las que solo se dedican a elaborar y difundir precios en origen) como las Lonjas asociadas a mercados en origen o centros de contratación/comercialización.

Se trata, por tanto, de una Red muy amplia (**39 Lonjas**) repartida por casi toda la geografía española:

- **Cataluña (9)**
 - Llotja Agropecuària Mercolleida, S.A.
 - Mercat Carmi Ramader i Avícola de Barcelona
 - Llotja de Cereals de Barcelona
 - Llotja y Mercat en Origen de Vic
 - Llotja de Contratació de Girona
 - Llotja Avícola, Agrícola y Ganadera del Bellpuig
 - Mercado en Origen de Productos Agrarios del Delta-Amposta
 - Lonja de Contratación de Tortosa
 - Llotja y Mercat en Origen de Reus

- **Castilla y León (7)**
 - Lonja Provincial Agropecuaria y Mercado de Salamanca
 - Lonja Agropecuaria de Segovia
 - Lonja Agropecuaria Provincial de Zamora
 - Lonja Agropecuaria de Lerma
 - Lonja y Mercado de Ganado de Medina del Campo
 - Lonja Agropecuaria de león
 - Lonja de Villalpando

- **Castilla La Mancha (5)**
 - Lonja Agropecuaria para La Mancha (Albacete)
 - Lonja Agropecuaria de Ciudad Real
 - Mercado Nacional de Ganado de Talavera de la Reina
 - Lonja Agropecuaria Provincial de Toledo
 - Lonja Agropecuaria de Cuenca

- **Andalucía (4)**
 - Lonja de Subcontratación de Productos Agrarios de Córdoba
 - Lonja Valle de los Pedroches
 - Asociación Regional de Andalucía de Productores de Ganado Porcino (ARAPORC)
 - Fundación para la Promoción y el Desarrollo del Olivar y del Aceite de Oliva (Índice Pool-Red)

- **Aragón (4)**
 - Lonja Agropecuaria del Ebro
 - Lonja Agropecuaria de Binéfar
 - Mercofraga
 - Lonja Agropecuaria de Teruel

- **Extremadura (1)**
 - Lonja Agropecuaria de Extremadura

- **Madrid (1)**
 - Lonja Agropecuaria y Mercado Central de Carnes de Madrid
- **Comunidad Valenciana (2)**
 - Consulado de la Lonja de Valencia
 - Lonja Agropecuaria de Caspe
- **Región de Murcia (1)**
 - Lonja y Mercado de Ganado de Murcia
- **Galicia (2)**
 - Mercado y Lonja de Galicia (Silleda)
 - Lonja y Mercado de Ganado de Santiago de Compostela
- **Cantabria (1)**
 - Mercado Nacional de Ganado de Torrelavega
- **Baleares (1)**
 - Lonja de Porcino de Llubi (Mallorca)
- **Multiregional (1)**
 - Lonja Ibérica de Cunicultura

No cabe duda que esta amplia implantación geográfica representa, en principio, un interesante **activo aparente**, por las numerosas posibilidades operativas que ello representa. Pero también es cierto que la atomización de la estructura de la Red de Lonjas y, sobre todo, su escasa integración o coordinación, también puede entenderse como una importante **deficiencia estructural** exigente de soluciones innovadoras que eviten la duplicidad, inconsistencia o banalización de la información que en ciertas ocasiones podrían llegar a generar algunas Lonjas.

Además, dentro de esta Red tan amplia y diversa, conviven Lonjas Agropecuarias bien dimensionadas, eficaces y de prestigio, con otras Lonjas con menores recursos, alcance y capacidad operativa. Sin embargo, al estar referenciando muchas de ellas a la vez precios en los mismos sectores, se puede generar a veces cierta confusión sobre la utilidad y fiabilidad real del trabajo que realizan. Por eso, la **diferenciación, especialización y clarificación** de los distintos tipos de Lonjas, así como la **conexión e integración operativa** de las más eficaces y fiables, representa un indudable reto para aquellas Lonjas que desean sobrevivir y desarrollarse a medio y largo plazo.

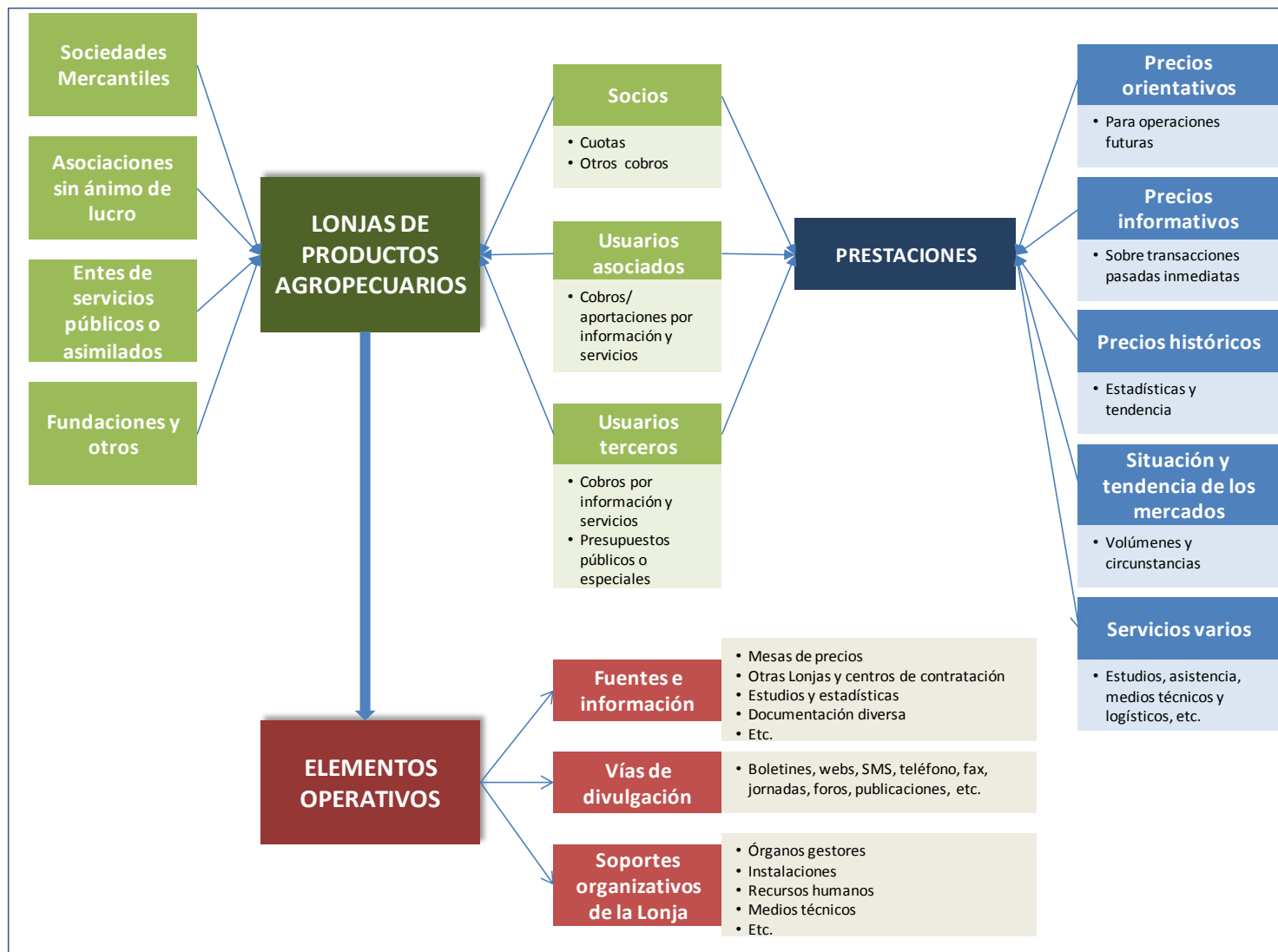
II.5. TIPOLOGÍAS DE LONJAS EN FUNCIÓN DE SU FIGURA JURÍDICA Y DEPENDENCIA ORGÁNICA

Las Lonjas Agropecuarias operativas en España han adoptado figuras jurídicas diferentes y ello ha supuesto también distintos modelos de dependencia orgánica.

- Algunas Lonjas son **Sociedades Mercantiles** (S.A. ó S.L.) con total autonomía económico-financiera. Aunque en la mayoría de los casos sus propietarios son entes públicos o semipúblicos (Administraciones Públicas, Cámaras de Comercio, Cajas de Ahorros o similares)
- En otros casos las Lonjas son **Asociaciones, Agrupaciones o Consorcios de Usuarios**, siempre sin ánimo de lucro, dedicadas a aportar información y/o servicios a sus socios/usuarios. En consecuencia sus políticas y gestión vienen definidas por los órganos representativos establecidos por el colectivo de asociados; y corresponde a éstos el sostenimiento financiero de la Lonja a través de cuotas u otras vías de financiación.
- Otras veces, las Lonjas son **Entes Públicos** dependientes de las Administraciones (Comunidades Autónomas, Ayuntamientos, Diputaciones o Cámaras de Comercio): y su actividad se plantea como un servicio público acogido a los presupuestos públicos y correspondientes normas de funcionamiento, organización y control. Es evidente que su capacidad operativa y de desarrollo vienen condicionadas por las disponibilidades y prioridades financieras de las Administraciones.
- Hay otros modelos como **Fundaciones** prestatarias de multiservicios a productores en origen (caso del Sistema Pool-Red en el aceite de oliva) o **Consorcios Virtuales de Lonjas** (caso de la Lonja Ibérica de Conejos). Representan formatos innovadores a estudiar un detalle para valorar sus posibilidades en los nuevos escenarios de futuro de las Lonjas Agropecuarias.

Dependiendo de la tipología de figuras jurídicas implantadas, los componentes básicos de la estructura y del funcionamiento de una Lonja Agropecuaria serán de un tipo u otro y se integrarán de formas diferentes. Es lo que se recoge esquemáticamente en el gráfico recogido en el cuadro 3.

CUADRO 3: COMPONENTES BÁSICOS DEL SISTEMA DE LONJAS DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS



II.6. TIPOLOGÍAS DE LONJAS EN FUNCIÓN DE SUS FUNCIONES Y DE SUS PRECACIONES

La **función principal** de una Lonja Agropecuaria es **elaborar y difundir precios en origen** y aportar valoraciones de mercados; y ser **referente** en estas materias, en el mayor ámbito geográfico posible. Además, las Lonjas Agropecuarias también pueden aportar, en ciertos casos, otros **servicios complementarios** a sus **socios y/o usuarios**, entre los que podrían figurar algunos de los siguientes:

- Recursos y medios materiales, logísticos y técnicos para facilitar las posibles transacciones comerciales directas entre socios/usuarios y/o mejorar la eficacia en la comercialización.
- Elaboración de estudios, informes, dictámenes técnicos, investigaciones de mercados, análisis comparativos entre Lonjas y otros mercados en origen, etc.
- Prestación de servicios de asistencia técnica, arbitrajes, convenios, peritajes, consultoría, etc.
- Aportación de información a las Administraciones Públicas y a Bruselas, sobre precios en origen y/o mercados.
- Indexaciones de precios en origen y análisis de cadenas de valor.
- Apoyos informativos en los contratos homologados.
- Mercados de futuros financieros; y otros mercados de futuros.
- Seguimiento de derechos y subvenciones PAC.
- Representación en otras Lonjas, mesas de precios, mesas sectoriales, etc.
- Formación y cualificación profesional.
- Actividades orientadas al fomento de la tipificación de los productos, la concentración y las relaciones entre eslabones de la cadena alimentaria.
- Diversificación de las actividades de la Lonja hacia otras líneas de negocio complementarias (DGP/IGP, proyectos de promoción, mercado electrónico, etc.)

Así pues, se podrían diferenciar distintas tipologías de Lonjas Agropecuarias, precisamente en función de los **servicios que prestan**, puesto que todas ellas tienen en común esa misión principal de **informar sobre precios y mercados en origen**. No obstante también habría que establecer diferencias entre Lonjas en función del **alcance y contenido** de la **información** que elaboran y difunden:

- En cuanto a **contenido** de la información;
 - Precios indicativos/orientativos “antes de operaciones”.
 - Precios informativos “post transacciones recientes o inmediatas”.
 - Precios históricos/estadísticos de fuentes fiables.
 - Precios comparativos entre Lonjas/Mercados en origen.
 - Valoraciones sobre situación y tendencia de los mercados.
- En cuanto a **alcance** de la información:
 - Ámbito local o comarcal.
 - Ámbito regional.
 - Ámbito multiregional.
 - Ámbito nacional.
 - Ámbito internacional.
- En cuanto a **vías de difusión** de la información:
 - Paneles informativos en la Lonja.
 - Boletines informativos más o menos frecuentes (impreso/electrónico)
 - Página web propia o subcontratada.
 - SMS, correo electrónico, fax o similar.
 - Teléfono de contacto permanentemente abierto.
 - Servicios especiales “info/sector”.
 - Estudios, Informes, Publicaciones, etc.
 - Foros, Jornadas, Seminarios, etc.

Las Lonjas más evolucionadas y eficaces y de mayor prestigio tienden a optimizar su “cartera de líneas de actuación”, tanto en la orientación “información” como en la de “servicios”; y al mismo tiempo se plantean la necesidad de “especialización” y “diferenciación por calidad” de los productos y servicios que ofrecen a los usuarios.

II.7. SECTORES REFERENCIADOS POR LAS LONJAS

Las actividades y prestaciones de las Lonjas de Productos Agropecuarios permiten disponer de información sobre precios en origen relativa a la **inmensa mayoría de los sectores agrícolas y ganaderos españoles**; de forma que son pocos los sectores o subsectores agropecuarios importantes que quedan fuera de esa cobertura informativa.

Aunque, claro está, no todos los sectores y/o subsectores agropecuarios disfrutan del mismo tipo de cobertura informativa, no solo en cuanto a cantidad sino también en cuanto a calidad y fiabilidad de esa información.

Actualmente en las Lonjas Agropecuarias se elabora información sobre precios o mercados en origen **relativa a 33 sectores o subsectores** agropecuarios, 15 ganaderos y 18 agrícolas. Y mientras algunos sectores son objeto de atención por parte de un gran número de Lonjas, otros solamente son atendidos por 1 ó 2 Lonjas (ver cuadros 4 y 5):

Nº de Lonjas que atienden al mismo Sector/Subsector	Nº de Sectores/Subsectores atendidos por esas Lonjas
Más de 15 Lonjas	4 Sectores
Entre 8 y 15 Lonjas	4 Sectores
Entre 3 y 8 Lonjas	13 Sectores
Solamente 1 ó 2 Lonjas	12 Sectores
TOTAL 40 LONJAS / TOTAL SECTORES	33 Sectores

Una misma Lonja suele referenciar varios sectores, aunque no siempre con igual grado de intensidad o alcance en todas ellas o en todos los sectores en una misma Lonja:

- Hay 10 Lonjas que referencian entre 10 y 16 sectores por Lonja.
- Hay 11 Lonjas que referencian entre 5 y 8 Sectores por Lonja.
- Hay 11 Lonjas que referencian 3 ó 4 sectores por Lonja.
- Y hay otras 8 lonjas que solamente referencian 1 ó 2 sectores por Lonja.

Y no siempre un menor número de sectores atendidos por una Lonja equivale a mayor grado de especialización de ésta; o bien a mayor potencial de referenciación. Así, una de las Lonjas de mayor prestigio y reconocimiento por parte de los usuarios, no solo por su potencial de referenciación sino por el alcance del mismo, centra su atención exclusivamente en 6 sectores (caso de L.A. Mercolleida/ Sectores porcino de capa blanca, vacuno, ovino, cereales, forrajes y frutas)

Las Lonjas Agropecuarias que acogen a un elevado número de sectores o subsectores, necesitarían una gran estructura gestora para garantizar continuamente la calidad y fiabilidad de la información sobre precios y mercados en origen que aportan a los usuarios de sus servicios. Por el contrario, una Lonja que solo se centre en uno o dos sectores o subsectores carecería de viabilidad a menos que basándose en una gran especialización alcanzase una altísima capacidad de referenciación de alcance nacional.

Así pues, es imprescindible que exista una total **relación de equilibrio** entre el abanico de sectores y servicios atendidos por una Lonja Agropecuaria y los recursos humanos, técnicos y materiales con que cuenta dicha Lonja. De no existir dicho equilibrio, o bien los servicios que presta a sus usuarios no tendrán la calidad necesaria, o bien la Lonja carecerá de autonomía y viabilidad económica propia, o bien se comportará como un prestatario de servicios públicos dependiente de los presupuestos públicos.

En cualquier caso, si un sector (a escala nacional, regional o local) acepta la función de referenciación de precios en origen que le aporta una Lonja, es porque necesita y rentabiliza esa función; es decir, si una Lonja Agropecuaria existe, funciona y referencia precios de un sector o subsector, es porque dicho sector o subsector lo quiere, le interesa y le es útil. Y ésta debería ser la principal justificación y validación de las actuaciones de las Lonjas Agropecuarias y la base de su organización, funcionamiento y financiación.

Los principales sectores o subsectores agropecuarios en los que se desarrollan por parte de las Lonjas Agropecuarias actividades informativas relativas a precios y mercados en origen, son los siguientes:

- **Sector ovino de carne**

- Hay 23 Lonjas o mercados en origen que generan información sobre precios y/o mercados y prestan servicios informativos y/o complementarios de apoyos a la comercialización.
- Hay muchas Lonjas relevantes en ese sector, aunque en opinión de los usuarios cabría destacar las de Mercolleida, Segovia, Zamora, Extremadura, L.A. del Ebro, Salamanca y Castilla La Mancha (cada una de ellas en productos con más o menos diferenciación entre ellas)
- Entre todas las Lonjas pueden poner a disposición de los usuarios, con distintas amplitud y eficacia, diferentes tipos de información sobre precios y mercados en origen. Aunque lo hagan en ámbitos de referenciación sin alcance nacional.
- Algunas Lonjas también facilitan a sus socios/usuarios otros servicios informativos, asistenciales o propios de un mercado en origen y/o Lonja de contratación (incluso virtual) especializados en ovino de carne.

- **Sector porcino de capa blanca**

- Hay 20 Lonjas Agropecuarias que prestan servicios informativos, asistenciales y otros, a operadores de este sector.
- La de mayor relevancia es la **L.A. Mercolleida**, cuyo ámbito de referenciación es nacional y europeo, no solamente en cuanto a precios en origen, sino también en cuanto a análisis y valoración de los mercados y sus tendencias, en lo que a porcino de capa blanca se refiere.
- Otras Lonjas de relevancia serían la de Zamora, Segovia, Vic y Ebro.

- **Sector vacuno de carne**

- Hay 20 Lonjas Agropecuarias que prestan servicios informativos, asistenciales y otros a operadores de este sector.
- Las de mayor relevancia son, por una parte, el grupo de 4 Lonjas integrantes de la Junta Nacional de Precios de Ganado Vacuno de Carne (Mercolleida, Mercabarna, Mercado Nacional de Ganado de Talavera y Mercamurcia) y por otra parte la Lonja Agropecuaria de Binefar.
- También cabría destacar las Lonjas de Salamanca, Silleda y Segovia y el Mercado de Santiago (aunque referenciando diferentes tipologías de productos)

- **Sector avícola de puesta (Huevos)**

- Hay 9 Lonjas o mercados en origen que aportan información y/o servicios a los usuarios de los mismos.
- La de mayor relevancia es la Lonja Agropecuaria de Bellpuig por su amplio potencial de referenciación y alta especialización en esta línea de productos.
- También cabría señalar otras lonjas como las de Reus, Barcelona, Ebro, Toledo, Valencia y Silleda, aunque con ámbitos de referenciación más acotados.

- **Sector cereales**

- Hay 19 Lonjas o mercados en origen que aportan información sobre precios y mercados y prestan otros servicios a los operadores del sector. Aunque ninguna de ellas alcanza niveles de referenciación de ámbito nacional, debido tal vez a la gran variedad de tipologías y/o clasificaciones de productos utilizadas en cada zona.
- En opinión de los usuarios, las Lonjas posiblemente más destacables, en este sector, serían las de Mercolleida, Barcelona, Ebro, Extremadura, Córdoba, Valencia, Girona, Segovia y Zamora.

- Es necesario recordar que esta información sobre precios y mercados que aportan las Lonjas Agropecuarias en relación con los distintos cereales, se amplía o complementa con la información de los Mercados de Futuros operativos en este sector, así como las referencias de precios que señalan los grandes operadores multinacionales.

- **Sector de frutas y hortalizas**

- Son muy numerosas las Lonjas Agropecuarias que aportan información sobre precios y mercados en origen, relativos a los diferentes subsectores integrantes de este amplio sector de las Frutas y Hortalizas. Aunque en ningún caso alcanzan un ámbito de referenciación nacional.
- En fruta dulce, hay 8 Lonjas que informan sobre precios y mercados en origen. Las más relevantes serían L.A. Mercolleida, L.A. Extremadura y L.A. Córdoba; aunque en ningún caso con ámbito de influencia nacional.
- En cítricos hay solo dos Lonjas: la de Valencia y la de Córdoba.
- En frutos secos destaca por su relevancia la L.A. de Reus; aunque también cabe citar las de Albacete, Valencia y Barcelona.
- En hortalizas y tubérculos, son muy pocas las Lonjas Agropecuarias con actividad relevantes o de amplio alcance referencial, aunque cabría señalar las de Valencia, sobre todo, y las de Bellpuig, Segovia, Salamanca y La Mancha.
- Además, en las zonas de Levante y Andalucía, la actividad de comercialización en origen (y consiguiente referenciación de precios) suelen estar controlados en gran medida por los grandes operadores comercializadores de frutas y hortalizas, y también, aunque en menor medida, por las tradicionales “alhóndigas”.

- **Sectores del aceite y vino**

- En sectores de tanta importancia estratégica para España como son los de aceite y vino, no han alcanzado suficiente relevancia los tradicionales formatos de Lonjas Agropecuarias y/o Mercados en Origen (aunque sí hay algunas Lonjas que aportan información de precios y mercados de aceituna/aceite y de uva/vino)
- En el caso del sector del aceite de oliva, la principal fuente de referenciación de precios y transacciones comerciales procede de la Fundación de la Aceituna y del Aceite de Oliva, ubicada en Jaén, y que cuenta con el Sistema Pool-red de referenciación de precios, el más relevante para los operadores sectoriales. Además hay un Mercado de Futuros en proceso de puesta en marcha. Y también hay algunas Lonjas orientadas a este sector, como la de Extremadura, Ciudad Real y Reus.

- En el caso del vino también hay Lonjas Agropecuarias que ofrecen información sobre precios y mercados, aunque con limitado potencial de referenciación, pudiéndose señalar las de Ciudad Real, Extremadura, Albacete y Toledo. Sin embargo, es evidente en este sector el fuerte potencial de referenciación de los grandes operadores sectoriales, así como de los diferentes organismos reguladores DGP/IGP.

- **Otros sectores**

- Hay algunos sectores que si bien cuentan con menor número de Lonjas elaboradoras y suministradoras de información sobre precios y mercados específicos de cada sector, también es cierto que disponen de los servicios informativos y asistenciales de algunas Lonjas especializadas en los mismos.
- Así ocurre en sectores como porcino ibérico (Lonjas de Extremadura y Salamanca); conejo (Lonja Ibérica); lana (Lonjas de Extremadura y Albacete); forrajes (L.A. Ebro y Mercolleida); avicultura de carne (Barcelona y Reus); caza (Ciudad Real); ajos (Cuenca); leche de ovino y caprino (L. Albacete); equino (Torrelavega y Talavera); miel (Reus); despiece de porcino (Extremadura, Salamanca y Barcelona); trufas (Barcelona, Girona y Reus); madera (Girona); productos ecológicos (varias Lonjas); etc.
- Sin embargo, también hay numerosos sectores agropecuarios en los que no hay operativo ningún modelo de Lonja o mercado en origen. Por ejemplo sectores como : leche de vaca; azúcar; algodón y plantas textiles; tabaco, lúpulo; plantas aromáticas, medicinales y condimentarias; setas; fresas, frambuesas, bayas y afines; fruta subtropical; acuicultura de agua dulce; cueros y curtidos; residuos y subproductos agrarios; etc, etc.

CUADRO 4: SECTORES REFERENCIADOS POR LONJAS

Sectores y Subsectores	Nº de Lonjas que generan información sobre el sector
1. Ovino de carne	23
2. Porcino de capa blanca	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. Oleoproteaginosas	5
17. Leche de oveja y cabra (y otras)	5
18. Frutos secos	4
19. Equinos	4
20. Productores ecológicos origen vegetal	4
21. Despiece de porcino	3
22. Productos ecológicos origen 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)	1 ó 2 Lonjas por sector

CUADRO 5: LONJAS Y SECTORES QUE REFERENCIAN

Lonjas	Nº de Sectores que referencia
1. Lonja Agropecuaria para La Mancha	16
2. Lltja de Reus	15
3. Lonja Agropecuaria de Extremadura	13
4. Consulado de la Lonja de Valencia	11
5. Lonja Agropecuaria del Ebro	10
6. Llotja de Contratació de Girona	10
7. Consorci Llotja de Bellpuig	10
8. Lonja Agropecuaria de Salamanca	10
9. Llotja de Cereals de Barcelona	8
10. Mercado Nacional de Ganado de Talavera	8
11. Lonja de Subcontratación de Productos Agrarios de Córdoba	7
12. Llotja Agropecuària MercoLleida	6
13. ARAPORC	6
14. Lonja Agropecuaria del Valle de los Pedroches	5
15. Lonja Agropecuaria de Binéfar	5
16. Mercat Carni-Ramader i Avícola de Barcelona	5
17. Lonja Agropecuaria de Segovia	5
18. Lonja Agropecuaria de Madrid	5
19. Mercado Nacional de Ganado de Torrelavega	5
20. Lonja Agropecuaria de Ciudad Real	4
21. Lonja Agropecuaria de Teruel	4
22. Lonja Agropecuaria de León	4
23. Llotja de Contratació i Mercat en Origen de Vic	3
24. Mercado en Origen de Productos Agrarios del Delta D'Amposta	3
25. Lonja Agropecuaria de Galicia (Silleda)	3
26. Lonja Agropecuaria Provincial de Zamora	3
27. Lonja Agropecuaria de Lerma	3
28. Lonja Toledana	3
29. Lonja Agropecuaria de Cuenca	3
30. Lonja Agropecuaria MercaMurcia	3
31. a 39. Diferentes Lonjas/Mercados en origen/afines	1 ó 2 sectores
TOTAL 39 LONJAS Y/O MERCADOS EN ORIGEN	216 menciones para 33 sectores distintos

II.8. PRODUCTOS OBJETO DE REFERENCIACIÓN

En el conjunto global de las aproximadamente 40 Lonjas o Mercados en Origen Agropecuarios aparentemente operativos en España se elabora y difunde información sobre precios y/o mercados en origen correspondientes a una gran cantidad de productos individuales.

Podría establecerse, a modo de ejercicio teórico y aproximativo, que esas cerca de 40 Lonjas que atienden los precios y mercados en origen de 33 sectores y subsectores agropecuarios, estarían ofreciendo información sobre unos 2.000 productos agropecuarios aparentemente distintos o con diferentes denominaciones para un mismo producto.

- 8 Lonjas (x 110 productos distintos).....880 productos
 - 5 Lonjas (x 70 productos distintos).....350 productos
 - 7 Lonjas (x 50 productos distintos).....350 productos
 - 10 Lonjas (x 30 productos distintos).....300 productos
 - 10 Lonjas (x 10 productos distintos).....100 productos
- TOTAL.....1.980 productos

Obviamente, algunos de estos 1.980 productos son distintos por la denominación que utilizan en ciertas zonas o lonjas; aunque, en general, también mantienen mayores o menores diferencias o singularidades por sus características o parametrizaciones.

Efectivamente, a lo largo del trabajo de investigación llevado a cabo se ha verificado que, por lo general, los datos y valoraciones sobre precios que se elaboran y divulgan desde diferentes Lonjas, referidos a un mismo sector y/o categoría de productos, no siempre son comparables entre sí o integrables en un mismo “formato referencial”, por cuanto los productos concretos a los que se refieren tales datos o valoraciones no están suficientemente definidos, especificados y caracterizados; y, por tanto, pueden ser no homogéneos ni comparables.

Estas deficiencias en la tipificación del producto, cuyos precios y mercados son objeto de valoración, pueden deberse a múltiples causas:

- No corresponder a una misma **clasificación o denominación** de los productos comparados.
- No existir una adecuada **tipificación y/o especificación** de los productos analizados (categorías, claves, pesos, procedencia, etc.)
- No utilizarse idénticos **parámetros y unidades de medición**.
- No tratarse de productos de similar **calidad**.
- No referirse a similares **volúmenes** de la mercancía (con o sin transporte)

- No verse afectados por similares situaciones excepcionales de **crisis o alarmas**.
- No tratarse de **similares tratamientos fiscales** (bonificaciones, IVAS, etc.)
- Etc, etc.

Por consiguiente, es frecuente que cada Lonja o Mercado en Origen defina sus propias especificaciones de productos para efectuar, a partir de ellas, las correspondientes valoraciones de precios y mercados; lo cual permite obtener información suficientemente orientativa en los ámbitos geográficos y sectoriales en los que se trabaje y negocie con productos acogidos a tales especificaciones. Pero esto impide, obviamente, una capacidad de referenciación de un ámbito de mayor alcance.

Probablemente estas diferencias de tipificación y homogeneización de los productos referenciados en las Lonjas, represente el principal problema al que se enfrentarían a la hora de intentar validarse y ser reconocidos como suministradores de información de precio y mercados en origen.

Como ejemplo de esa disponibilidad en la tipificación de productos valorados en Lonjas, en el cuadro 6 se comparan denominación y especificación de cereales utilizados en tres Lonjas Agropecuarias diferentes.

CUADRO 6: EJEMPLO DE TERMINOLOGÍAS APLICADAS EN TRES LONJAS PARA UN MISMO PRODUCTO (CEREALES). Y DIFERENCIAS RESPECTO A LA CLASIFICACIÓN OFICIAL

LONJA AGROPECUARIA –A-	LONJA AGROPECUARIA –B-
<ul style="list-style-type: none"> • Trigo panificable nacional/francés • Trigo forrajero nacional/francés • Trigo forrajero importación/UE • Cebada PE 64 + nacional • Cebada PE 64 importación • Maíz pienso/francés • Maíz importación • Centeno nacional • Centeno importación • Gluten feed importación • Salvado trigo hoja/granel • Salvado trigo harinilla/granel • Salvado trigo cuarta/granel 	<ul style="list-style-type: none"> • Trigo fuerza • Trigo de media fuerza • Trigo panificable • Trigo chamorro • Trigo forrajero • Cebada para pienso (> 62 kg/hl) • Cebada para pienso (< 62 kg/hl) • Avena rubia • Avena blanca • Centeno • Triticales • Maíz secadero
LONJA AGROPECUARIA –C-	CLASIFICACIÓN OFICIAL DE TRIGOS (RD 1615/2010 de 7-12-2010)
<ul style="list-style-type: none"> • Trigo blanco panificable (triticales + grupos 2, 3 y 4) • Trigo blando pienso • Trigo duro (grupos 1, 2, 3 y 4) • Trigo importación (origen puerto) • Avena rubia • Avena del país • Avena importación (puerto) • Maíz Zona del Guadiana • Maíz Zona del Alagón • Arroz largo tipo Índica • Arroz semilargo • Arroz redondo 	<ul style="list-style-type: none"> • Trigos blandos: <ul style="list-style-type: none"> ○ Grupos 1, 2, 3, 4 y 5 (según parámetros P, W, P/L, Índice de Caída y Degradación Proteolítica) ○ Grados I, II, III y IV (según Humedad, Peso Específico, Índice de Caída e Impurezas) • Trigos duros: <ul style="list-style-type: none"> ○ Grupos 1, 2, 3 y 4 (según P, Peso Específico, Vitrosidad e IGC) ○ Grados I, II, III y IV (según Humedad, Cenizas, Índice de Caída, Impurezas, asurados y otros cereales) ○ Una clasificación teórica de variedades (150 en trigos duros y 145 en trigos blandos)

II.9. ACTUACIONES, UTILIDAD Y PERCEPCIÓN DE LAS LONJAS

Las Lonjas y los Mercados en Origen de Productos Agropecuarios desarrollan numerosas actuaciones, más o menos importantes o complejas, según tipologías de Lonjas y según sectores. Estas actuaciones se materializan en forma de información sobre precios y mercados en origen y en forma de prestaciones de servicios diversos. Todo lo cual es percibido de manera muy diferente por los usuarios de la información y/o los servicios que se aportan, variando dicha percepción según “**Binomios Lonja/Sector**”.

- Hay diferentes **tipologías de usuarios**:
 - Ante todo están los “**usuarios directos**” u operadores asociados/inscritos que pagan por la información y los servicios que sistemáticamente les facilitan las Lonjas. Se estima que actualmente se trataría de unos **25.000 ó 30.000 usuarios directos**.
 - También están los “**usuarios representados**” por los operadores profesionales que son socios o componentes de las mesas o juntas de precios. (Un posible ejemplo entre otros muchos, sería el de los 500 productores pertenecientes a una cooperativa que interviene como “profesional/socio” de una mesa de precios); se estima que podría oscilar entre **850.000 y 950.000 el número de operadores** de distintos sectores agropecuarios (productores, transformadores, comercializadores) que, de alguna manera, se pueden ver afectados o influidos, con mayor o menor impacto/intensidad, en algunas de sus negociaciones y/o transacciones, por la información o los servicios como mercado en origen que pudieran generarse a través de las Lonjas Agropecuarias. Y todo ello se traduciría en que entre un **80% y un 90% de esas transacciones** podrían verse influidas (con mayor o menor grado de intensidad o importancia de dicho impacto o influencia) por la actividad de las Lonjas de Productos Agropecuarios (según la información aportada por éstas a través de la consulta realizada, mediante esas transacciones afectadas en alguna medida por las actividades de las Lonjas se establecerían acuerdos o contratos de compraventa de productos agropecuarios por un valor que oscilaría entre **40.000 y 50.000 millones de euros anuales**)
 - Además, también estarían esos otros “**usuarios próximos o conexos**” de los usuarios directos representados, influidos por la información referencial que éstos utilizan.
 - Por otra parte estarían los posibles “**usuarios potenciales indirectos**” de los servicios de información, referenciación y mercado en origen que prestan las Lonjas. Serían muy numerosos y diversos_ Administraciones; Organizaciones Agrarias; Cooperativas y Organizaciones de Productores; Federaciones y Asociaciones Empresariales; Comercializadores y Distribución; Entidades Financieras y afines; Grandes Grupos Empresariales Agroalimentarios, nacionales y multinacionales; etc, etc.

- Hay diferentes tipologías de **ámbitos o alcances** de las prestaciones de las Lonjas Agropecuarias.
 - En pocos casos las referenciaciones de precios que aportan algunas Lonjas tienen un ámbito de aplicación nacional; eso ocurre en determinados binomios “Lonjas/Sector” (por ejemplo L.A. Mercolleida/Porcino de Capa Blanca; L.A. Extremadura/Porcino Ibérico; Grupo de 4 Lonjas de la Junta Nacional de Precios de Vacuno/Vacuno de Carne; y algunas más)
 - En otros casos, más numerosos, las referencias sobre precios se aplican en una o varias Comunidades Autónomas limítrofes; y afectan a operadores de esas regiones y que comercializan productos de las mismas o incluso de otras regiones. (Por ejemplo: L.A. Binéfar/ Vacuno de carne; Pool-Red/Aceite oliva)
 - Pero en una amplia mayoría de casos, la información sobre precios que aporta una Lonja solamente incide en transacciones y/o decisiones de operadores locales o comarcales y se refieren a productos muy específicos de esa zona o comarca.
 - La creciente verticalización e integración de los sectores y la concentración de sus estructuras, se ha traducido en una paulatina reducción de la capacidad de influencia de esos Mercados en origen o Lonjas de ámbito operativo tan limitado. De forma que el gran potencial de negociación y compra de los grandes comercializadores y operadores sectoriales, nacionales o internacionales, ha ido imponiendo sus modelos de fijación de precios en los que se priorizan las estrictas exigencias y la volatilidad de los mercados, mientras se presta cada vez menos atención de los problemas y circunstancias de los productores de unas determinadas comarcas o regiones.
 - En determinados sectores de determinadas zonas o regiones se puede estar generando una cierta separación entre los operadores organizados e integrados en torno a un proyecto de concentración de ofertas o de garantías de compra a medio/largo plazo, cada vez menos necesitados de los servicios de las Lonjas (cooperativas, contratos planificados con grandes operadores, mercados de futuros, etc.); y entre los operadores (principalmente productores) que no han accedido a ese grado de concentración, en cuyo caso necesitan contar con la función orientativa de precios y mercados que aporta una Lonja Agropecuaria suficientemente próxima.
- En consecuencia, esta amplia variedad de características y circunstancias de los operadores agropecuarios, se traduce en otro no menos amplio abanico de tipologías de actividades asumidas por las Lonjas. Y, lógicamente, eso condiciona la **percepción que de las mismas tienen sus usuarios**:
 - Dicha percepción es menos favorable cuando no se cuenta con binomios “Lonjas/Sectores” de prestigio y probada fiabilidad y eficacia.

- Dicha percepción es más favorable cuando se trata de Lonjas que funcionan bien, aunque en zonas muy limitadas (comarca, región) y en productos muy concretos.
- En general, es menos favorable entre transformadores y comercializadores que entre productores.
- Pero en los casos de binomios “Lonjas/Sectores” de prestigio, profesionalizados y altamente fiables, la percepción de los usuarios es generalmente positiva.
- Todo lo anterior estaría poniendo de manifiesto claramente la necesidad de reflexionar sobre las **misiones y actividades** del actual Sistema de Lonjas y Mercados en Origen de Productos Agropecuarios, a fin de adecuarlas a las necesidades reales del Modelo, actual y futuro, de Producción y Comercialización de tales productos. Y también pone de manifiesto la necesidad de cambiar y potenciar la imagen, percepción y utilización de dichas Lonjas.

II.10. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS DE LAS LONJAS

- Un rasgo común de las Lonjas de Productos Agropecuarios es la reducida estructura organizativa de la mayoría de ellas (la de mayor envergadura solo cuenta con 10 empleados); así como sus limitados recursos económicos. A pesar de ello desarrollan importantes actividades y en numerosos casos prestan atractivos servicios a los usuarios. Para ello se apoyan en una potente estructura de mesas o juntas de precios que canalizan la información sobre precios y mercados que periódicamente aporta un importante colectivo de profesionales operadores reunidos en dichas mesas o juntas.
- La estructura de organización de las Lonjas es muy reducida. De hecho en total probablemente no cuenten con más de 130 ó 140 empleados (La L.A. Mercolleida es la que cuenta con mayor número de empleados -10-), indicando un empleo promedio por Lonja de 2 ó 3 trabajadores.
- En su conjunto, la totalidad de Lonjas y Mercados en Origen, reconocen unos ingresos que oscilan entre 4 y 5 millones de euros anuales, indicando un promedio de unos 90.000 euros/año por Lonja.
- La estructura de ingresos de las Lonjas es muy variable aunque como promedio podría ser de este tipo:
 - Por cuotas de socios....., Entre 10% y 20%
 - Por servicios de información sobre precios..... Entre 40% y 50%
 - Por otros servicios a usuarios..... Entre 15% y 25%
 - Por subvenciones y ayudas..... Entre 20% y 30%

- Sin embargo, el mejor activo de las Lonjas Agropecuarias es la estructura de Mesas y/o Juntas de Precios con que cuenta (unas 400) y de profesionales operadores que semanal o mensualmente se reúnen para poner en común datos y opiniones sobre precios y mercados, abarcando una amplísima gama de sectores y productos (unos 3.500 ó 4.500 profesionales operadores participantes en tales mesas o juntas)
- Cada Lonja o Mercado en Origen cuenta con su modelo de organización que básicamente integra:
 - Una Asamblea
 - Una Junta Directiva
 - Un Presidente/Vicepresidente/Secretario
 - Varios Vocales
 - Un Gerente o Director
 - Un equipo humano que, salvo algunos casos excepcionales, se compone de expertos en información y/o administrativos.
- Desde el punto de vista de modelo o formato jurídico en la mayoría de los casos las Lonjas y los Mercados en Origen se asemejan a servicios públicos al depender de Ayuntamientos, Diputaciones o Comunidades Autónomas; e incluso debido a su dependencia de Cámaras de Comercio o Cajas Rurales Regionales. Solo unas pocas Lonjas han evolucionado para configurarse como Sociedades Mercantiles, Consorcios o Asociaciones sin ánimo de lucro.
 - La configuración de las Lonjas Agropecuarias como servicios públicos locales o regionales en ocasiones podría afectar a la independencia de las actividades sobre precios y mercados en origen al acotar excesivamente el ámbito de referencia de una Lonja o enfatizar determinados proyectos o necesidades locales.
 - Las dificultades financieras de las diferentes Administraciones Públicas puede afectar al mantenimiento y/o actuación de algunas Lonjas, al reducirse los recursos disponibles por parte de éstas y, por tanto, sus prestaciones.
- En consecuencia, una necesidad urgente es definir las estrategias de financiación de las Lonjas y de los Mercados en Origen, para establecer los mecanismos de prestaciones/ ingresos precisos para asegurar su viabilidad. Ello puede llevar a tener que replantear las misiones de muchas Lonjas y sus convenios de colaboración con las Administraciones.
- Finalmente, dentro del capítulo de organización, también hay que destacar la función vertebradora que desarrolla la Asociación Española de Lonjas y Mercados en Origen (**AELMO**) en la que están integrados **23 Lonjas y Mercados en Origen**, entre los que figuran muchos de los más importantes (aunque no todos puesto que Lonjas como

Mercolleida, Segovia u otras, no forman parte de AELMO); hay que decir que esta Asociación participa como vocal del Observatorio de Precios de Alimentos.

Además de ALMO habría que señalar la Asociación Española de Mercados Ganaderos (ASEMGA) en la que están integrados 9 Mercados de Ganado que en muchos casos actúan como Lonjas Agropecuarias.

Y también cabría señalar, como estructura vertebradora, la Agrupación de Lonjas y Mercados en Origen de Cataluña que integra a las 9 Lonjas Agropecuarias catalanas.

En definitiva, aunque el grado de vertebración de las Lonjas Agropecuarias es bastante significativo, posiblemente convendría una mayor integración, coordinación y cooperación entre todas las Lonjas, para hacer frente conjuntamente a los cambios que seguramente habrán de acometer. Y para ello sería indispensable contar con un eficaz y potente soporte asociativo con máxima capacidad de representación y de impulso de los procesos de cambio que precisan las Lonjas y los Mercados en Origen.

III. RESUMEN DE RESULTADOS DE LA CONSULTA A LONJAS DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS

III.1. RESULTADOS DE LA CONSULTA

III. RESUMEN DE RESULTADOS DE LA CONSULTA A LONJAS DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS

El trabajo de caracterización y diagnóstico de las Lonjas de Productos Agropecuarios se ha basado en la integración de diferentes vías de información e investigación:

- Revisión de una amplia variedad de **Bases Documentales Disponibles** de muy diversas tipologías (webs, normativas, estudios, estadísticas, publicaciones, memorias, etc.)
- **Entrevistas** con operadores, usuarios y agentes sectoriales, directa o indirectamente relacionados con la actividad de las Lonjas (usuarios, Organizaciones Agrarias, Interprofesionales, Asociaciones, Administraciones, etc.)
- **CONSULTA DIRECTA** a las Lonjas de Productos Agropecuarios a través de cuestionario/entrevista.

Esta última vía de investigación (**Consulta a Lonjas**) ha tenido un gran interés y utilidad. Se ha realizado mediante cuestionario y/o entrevista directa (el modelo de cuestionario figura en Anexo a este Informe) remitido a la totalidad de las Lonjas habiéndose contado con un **elevado grado de respuestas (31 respuestas sobre 39 Lonjas -82%-)**, lo cual no solo es de gran importancia para el propio trabajo, sino que, además, pone de manifiesto la relevancia que las Lonjas ha dado al estudio, especialmente la Asociación AELMO que ha realizado un gran esfuerzo de apoyo y colaboración para conseguir ese elevado nivel de respuestas.

Las tareas de investigación directa se han llevado a cabo entre los meses de Septiembre y Octubre de 2013; previamente se habría trabajado, en colaboración con AELMO, en la elaboración y validación de los cuestionarios.

La información obtenida a partir de la consulta directa (cuestionario y/o entrevistas) ha permitido:

- Elaborar un **INFORME RESUMEN** de caracterización de las Lonjas de Productos Agropecuarios (que figura a continuación)
- Elaborar un **CATÁLOGO DE LONJAS AGROPECUARIAS** en el que se incluyen las Fichas correspondientes a las Lonjas más significativas y de las que se ha obtenido suficiente información. Este Catálogo figura en Anexo a este Informe.

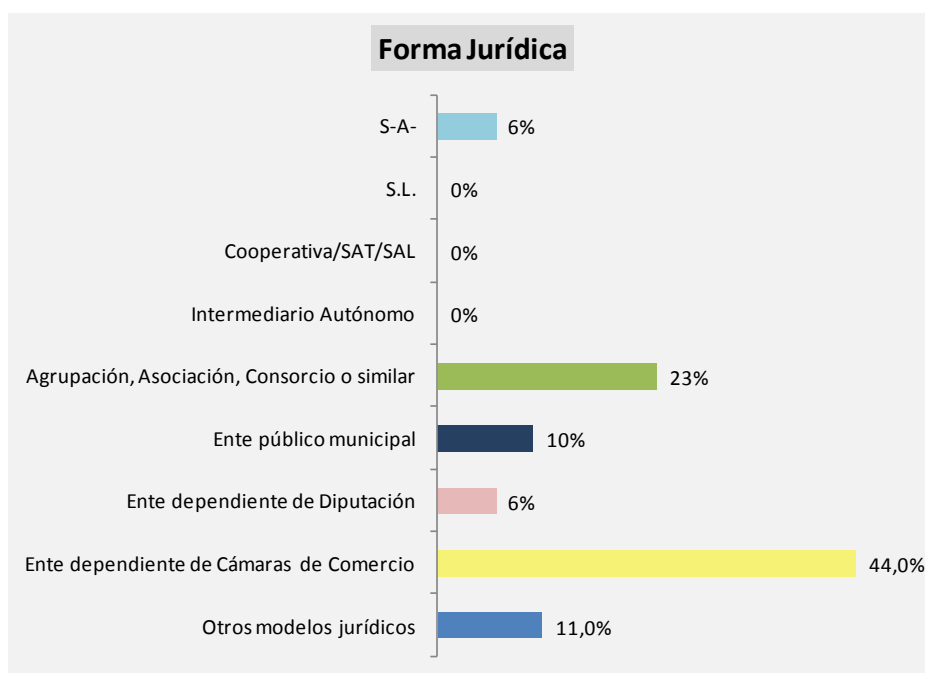
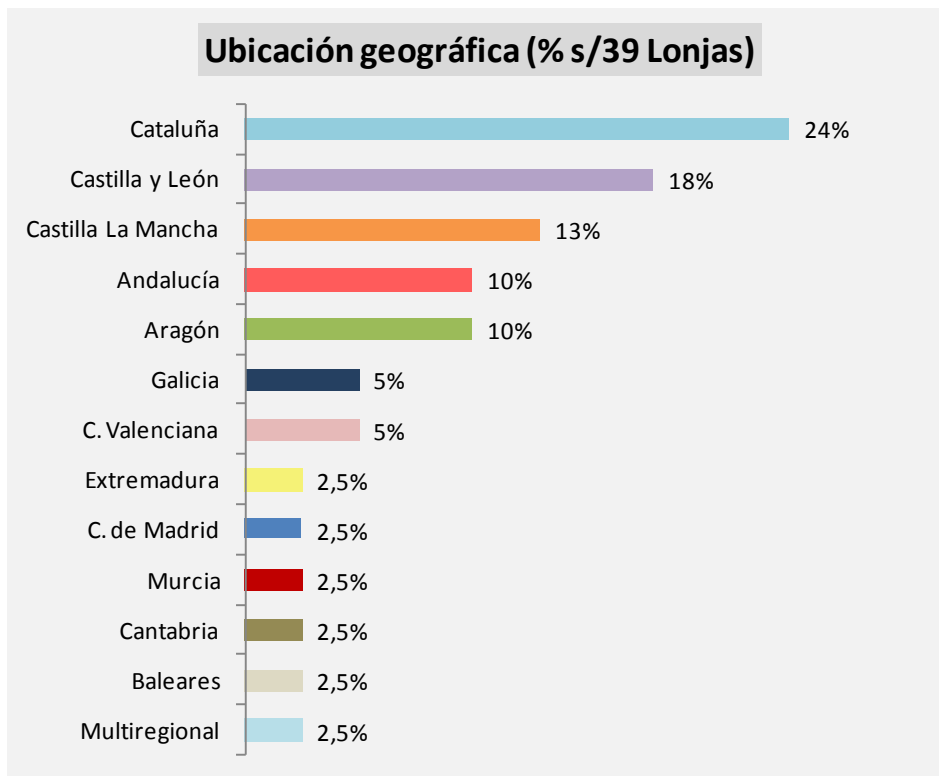
La relación de las 31 Lonjas que constituyen la base informativa del Informe Resumen y del Catálogo de Lonjas es el siguiente:

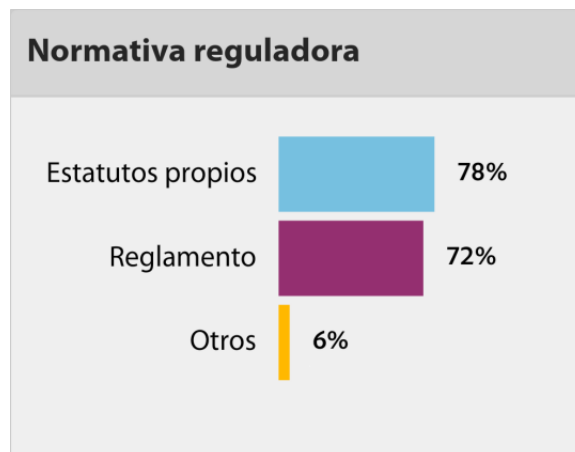
- Ficha 1: Llotja Agropecuària Mercolleida, S.A
- Ficha 2: Lonja Agropecuaria de Extremadura
- Ficha 3: Llotja de Bellpuig
- Ficha 4: Lotja de Cereals de Barcelona

- Ficha 5: Llotja de Contratació de Girona
- Ficha 6: Llotja de Reus
- Ficha 7: Llotja de Vic
- Ficha 8: Lonja Agropecuaria del Ebro
- Ficha 9: Lonja Agropecuaria de Binéfar
- Ficha 10: Consulado de la Lonja de Valencia
- Ficha 11: Lonja Agropecuaria para La Mancha-ITAP
- Ficha 12: Lonja Agropecuaria de Cuenca
- Ficha 13: Lonja Agropecuaria de Ciudad Real
- Ficha 14: Lonja Agropecuaria de Galicia (Silleda)
- Ficha 15: Lonja Agropecuaria de León
- Ficha 16: Lonja Agropecuaria de Lerma
- Ficha 17: Lonja Agropecuaria de Madrid
- Ficha 18: Lonja Agropecuaria de MercoMurcia
- Ficha 19: Lonja Agropecuaria de Segovia
- Ficha 20: Lonja Agropecuaria Provincial de Zamora
- Ficha 21: Lonja Agropecuaria Valle de los Pedroches
- Ficha 22: Lonja de Contratación de Tortosa
- Ficha 23: Lonja de Salamanca
- Ficha 24: Lonja de Subcontratación de Productos Agrarios de Córdoba
- Ficha 25: Lonja Toledana
- Ficha 26: Mercado Nacional de Ganado de Torrelavega
- Ficha 27: Mercat Carni Ramader i Avícola de Barcelona
- Ficha 28: Mercado Nacional de Talavera de la Reina
- Ficha 29: Mercofraga
- Ficha 30: Asociación Regional de Andalucía de Productores de Ganado porcino
- Ficha 31: Fundación para la Promoción y Desarrollo del Olivar y del Aceite de Oliva

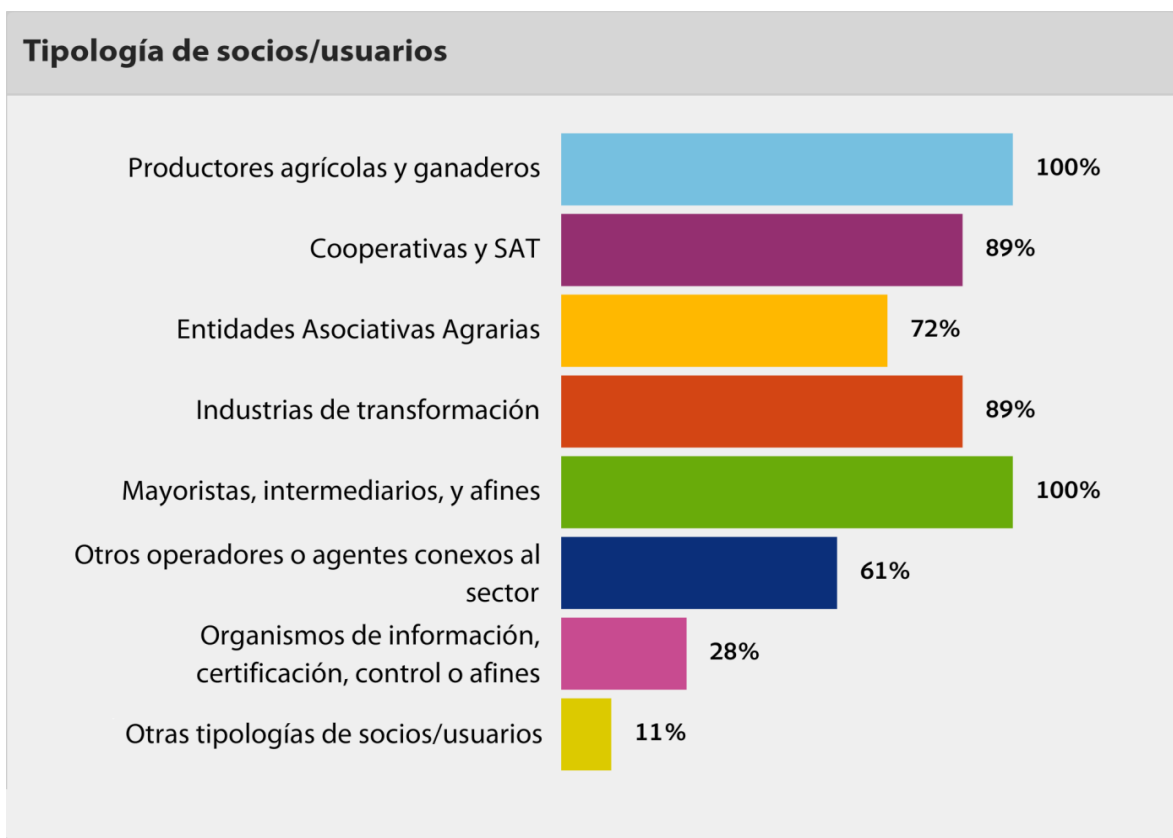
III.1. RESULTADOS DE LA CONSULTA

1. INFORMACIÓN GENERAL DE LAS LONJAS





Nota: % referido a número de menciones



Nota: % referido a número de menciones

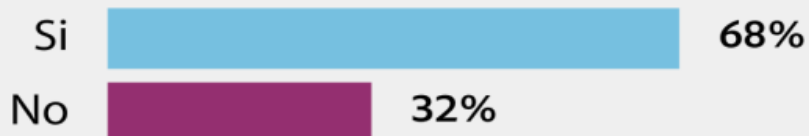
Nº total de vocales o componentes profesionales que forman parte de todas las Mesas (Promedio)	50
---	----

Nº total de socios o usuarios que tienen acceso a la información y/o servicios de la Lonja (Promedio)	726
--	-----

Compromiso de la Lonja como referente estatal o comunitario



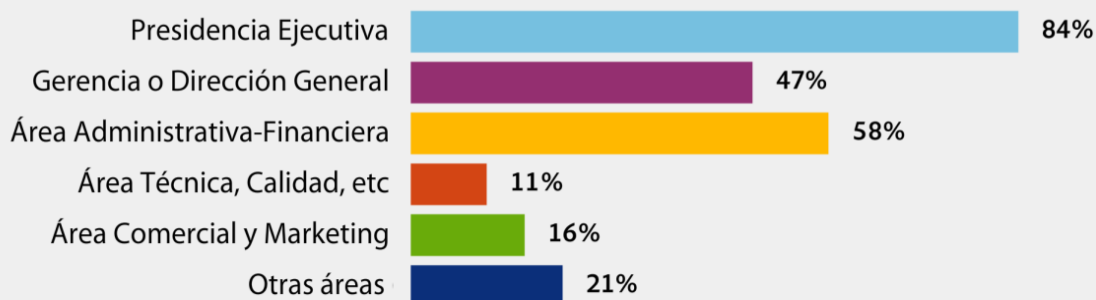
Otros acuerdos de colaboración con las Administraciones Públicas



2. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS PROPIOS DE LA LONJA

Organismos rectores	% de Lonjas	Promedio de miembros
Junta General	63 %	54
Comisión	26 %	5
Comisión Gestora	26 %	11
Consejo de administración	11 %	8
Comités consultivos	10 %	8
Otros	15 %	12

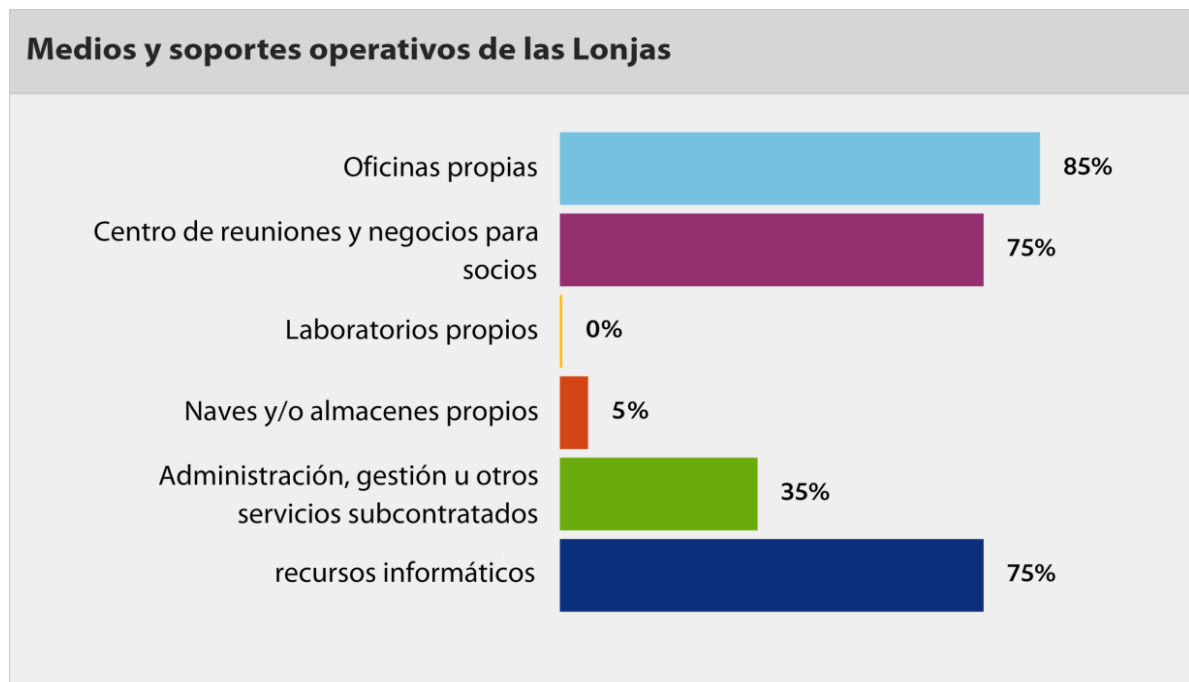
Organización de la Lonja



Nota: Referido a número de menciones

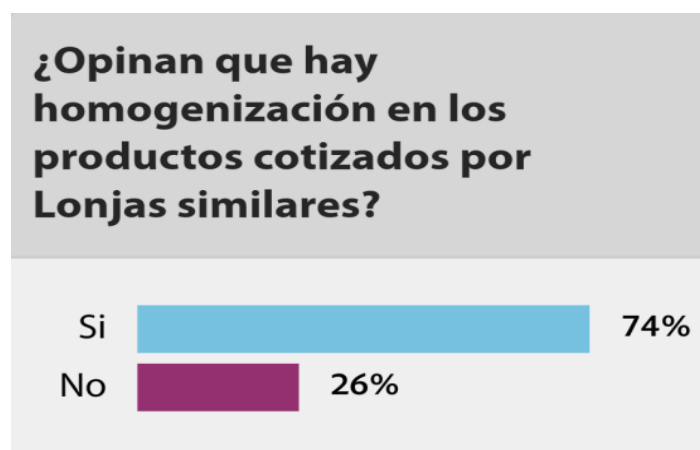
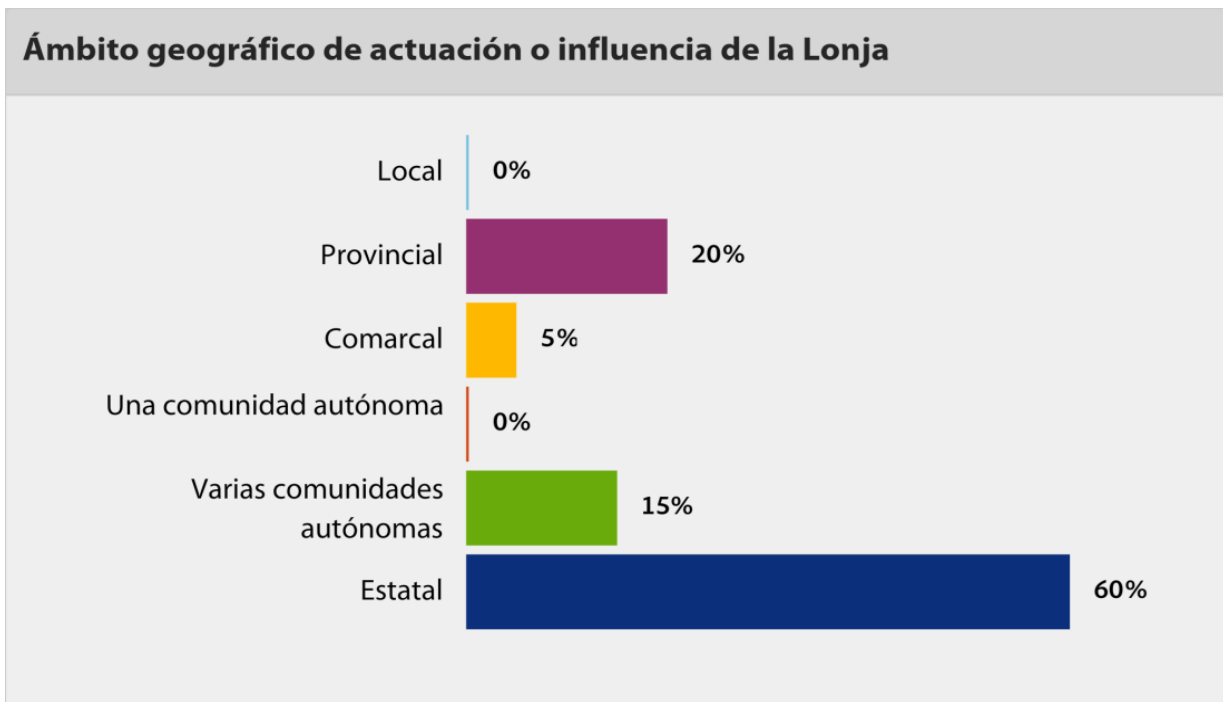
Nº de trabajadores (promedio)	Nº de trabajadores fijos (promedio)	Nº de trabajadores eventuales (promedio)
2,2	2,3	3

Formación y cualificación			
Nº Directivos (promedio)	Nº Técnicos (promedio)	Nº Administrativos (promedio)	Nº Operarios (promedio)
1,2	1,6	1,5	0

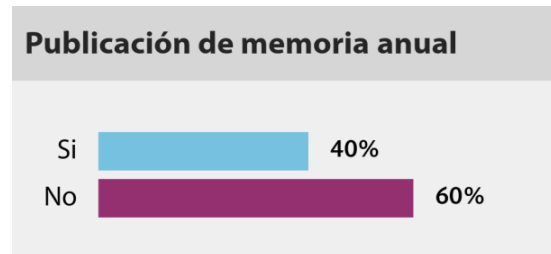
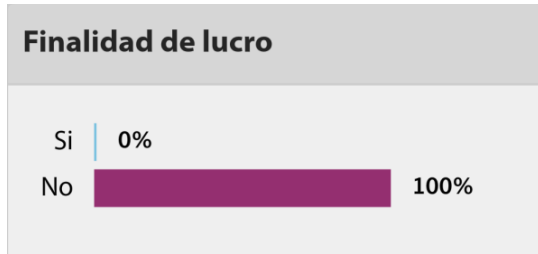


Nota: Referido a número de menciones

3. ÁMBITO GEOGRÁFICO DE ACTUACIÓN



4. ASPECTOS ECONÓMICO FINANCIEROS DE LA LONJA



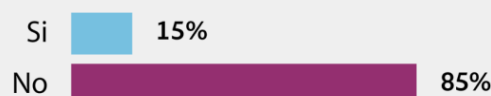
Valores económicos (Promedio)	
Promedio del activo inmovilizado	41.379,77 €
Promedio del capital propio	81.326,65 €
Promedio de la facturación propia de la Lonja	90.396,22 €

Estructura de los ingresos de la Lonja (Promedio)	
Porcentaje promedio por cuotas de socios/usuarios	44,47 %
Porcentaje promedio por prestaciones de servicios	33,90 %
Porcentaje promedio por subvenciones	25,93 %
Porcentaje promedio por otros ingresos	30,83 %

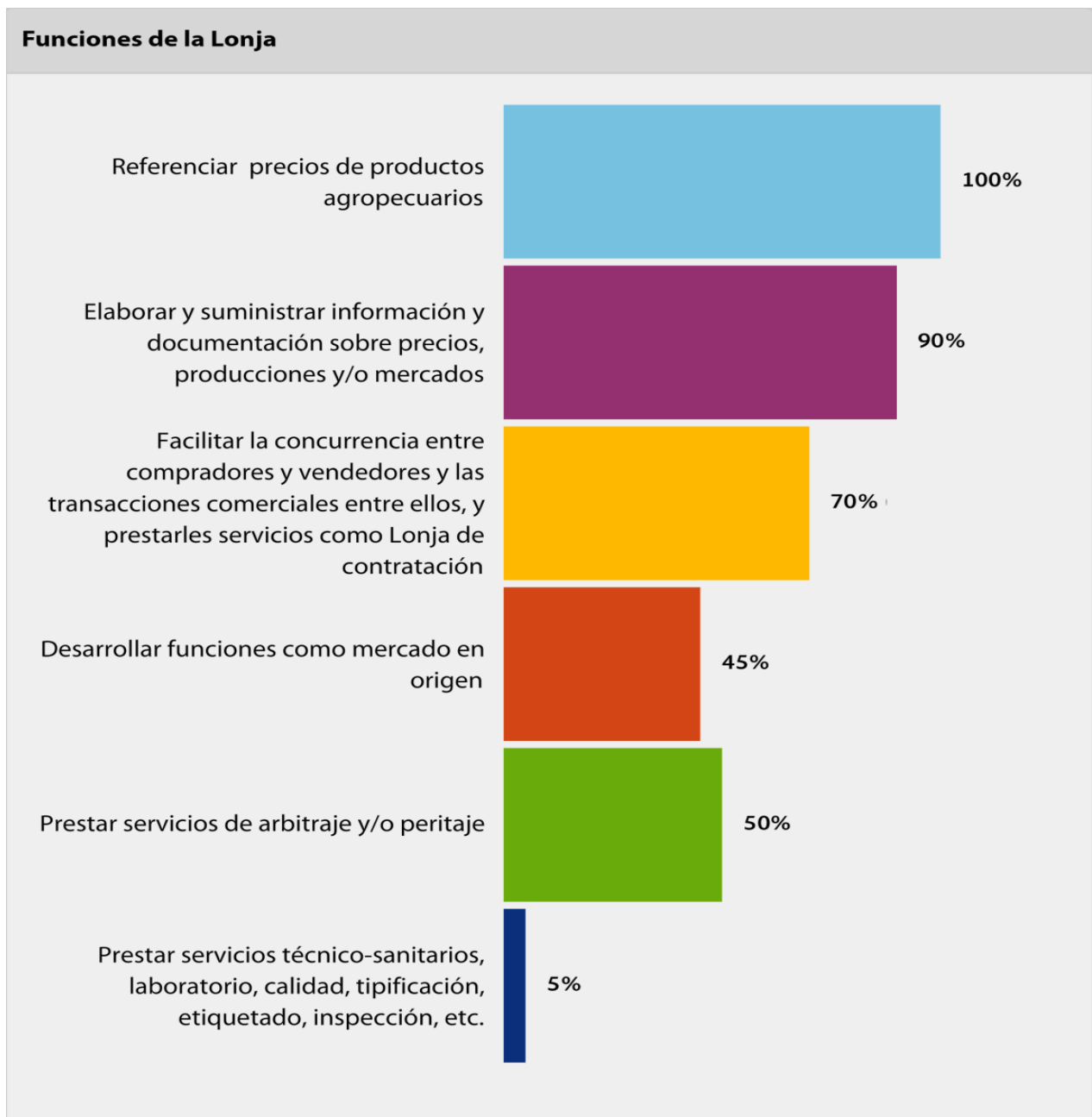
Promedio de los gastos totales de la Lonja	98.773,33 €
---	--------------------

Estructura de los gastos de la Lonja (Promedio)	
Porcentaje promedio de gastos de personal	50,64 %
Porcentaje promedio de gastos de mantenimiento	17,74 %
Porcentaje promedio de gastos, suministros y servicios	31,26 %
Porcentaje promedio de gastos financieros	1,60 %
Porcentaje promedio de otros gastos	32,93 %

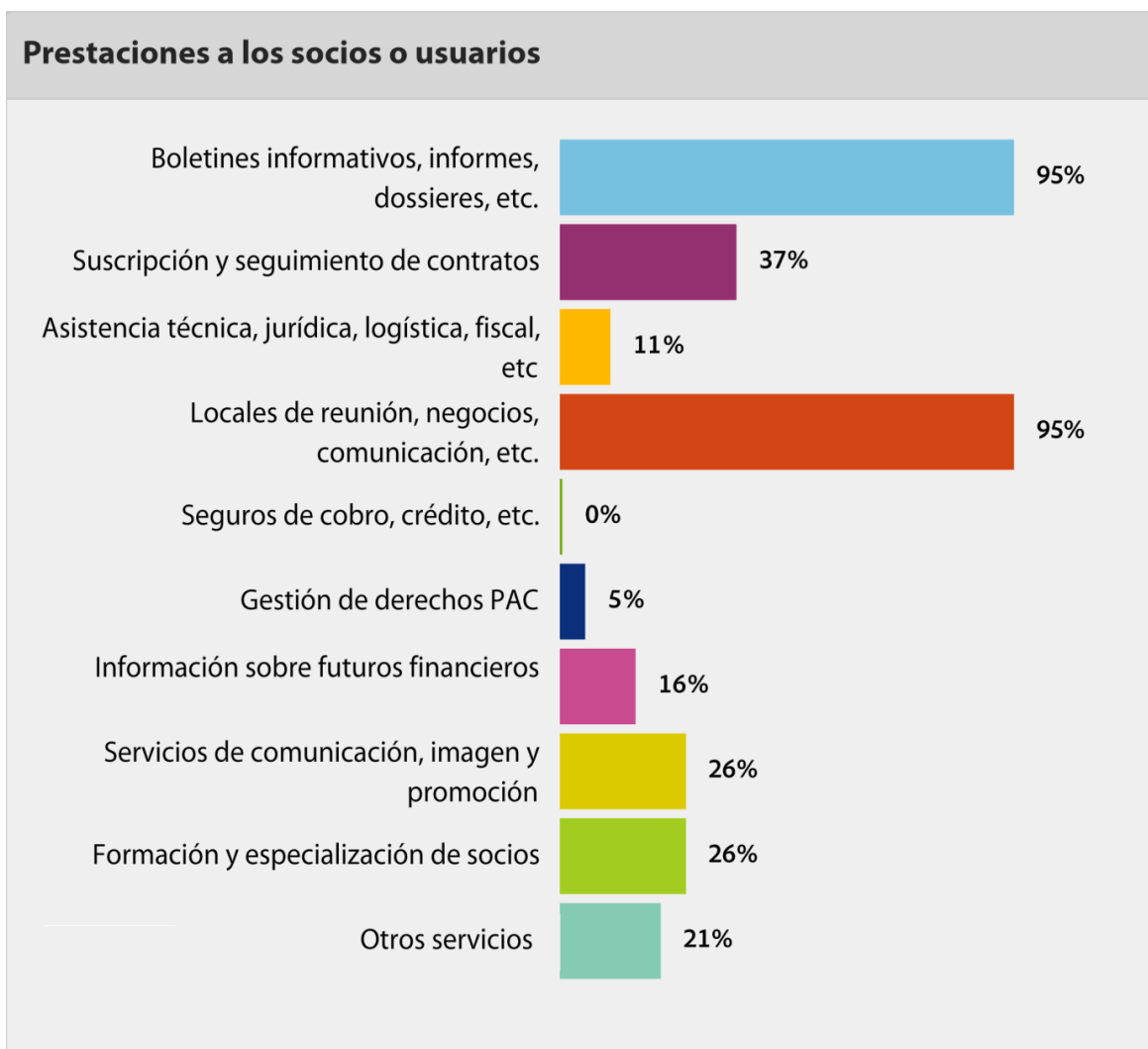
**Beneficios de la Lonja
como entidad propia
independiente**



5. FUNCIONES Y PRESTACIONES DE LA LONJA



Nota: % referido a número de menciones

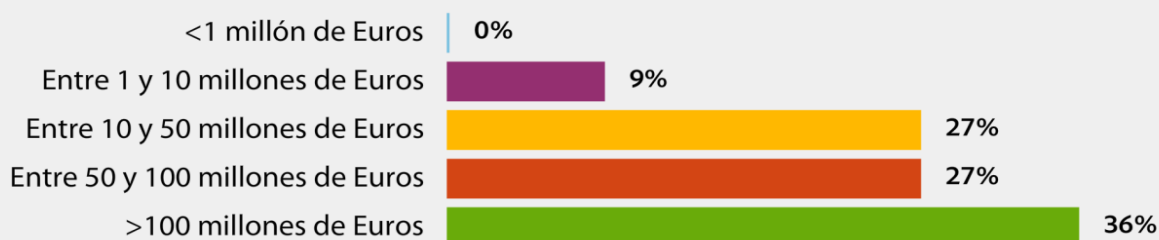


Nota: % referido a número de menciones

6. ALCANCE DE LAS ACTIVIDADES DE LA LONJA

Promedio de sectores distintos cotizados en las Lonjas	7,75
Promedio de productos distintos cotizados en las Lonjas	66,11
Promedio de Mesas/Juntas de precios operativas	5,3
Promedio de miembros integrantes de todas las Mesas/Juntas de precios	52
Promedio de días de Lonja al año	70
Promedio de sesiones/reuniones anuales de las Mesas/Juntas de precios	141,7

Estimación media del valor económico de las transacciones realizadas acogidas a los precios cotizados en las Lonjas



SECTORES VEGETALES COTIZADOS EN LAS LONJAS Y PROMEDIO DE PRODUCTOS DISTINTOS COTIZADOS

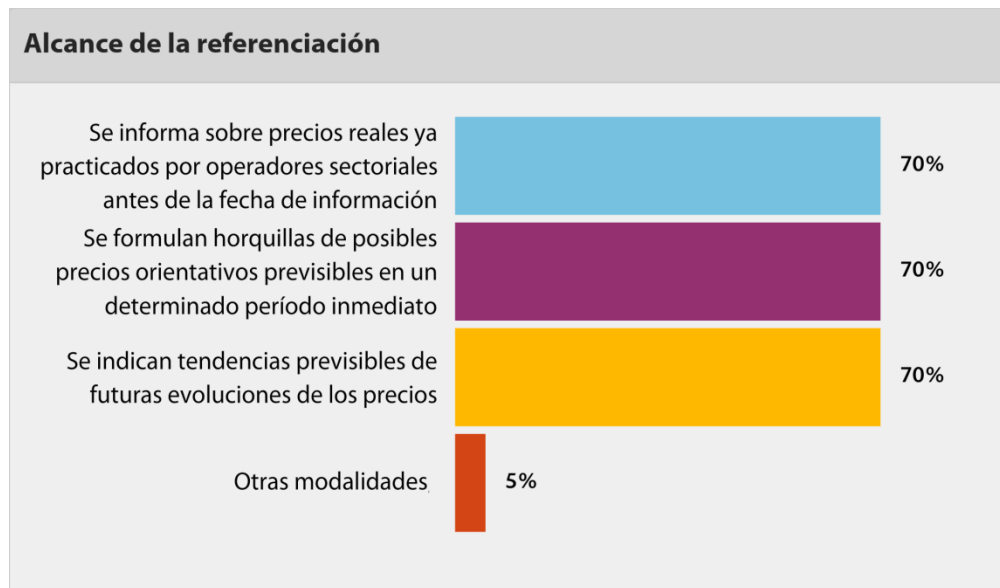
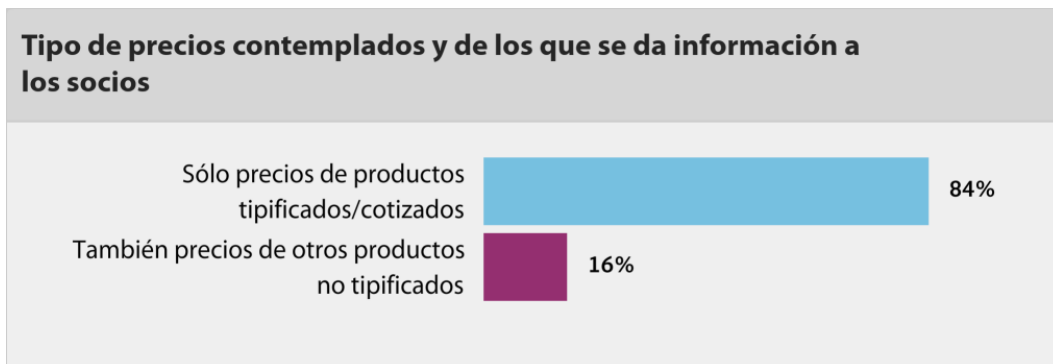
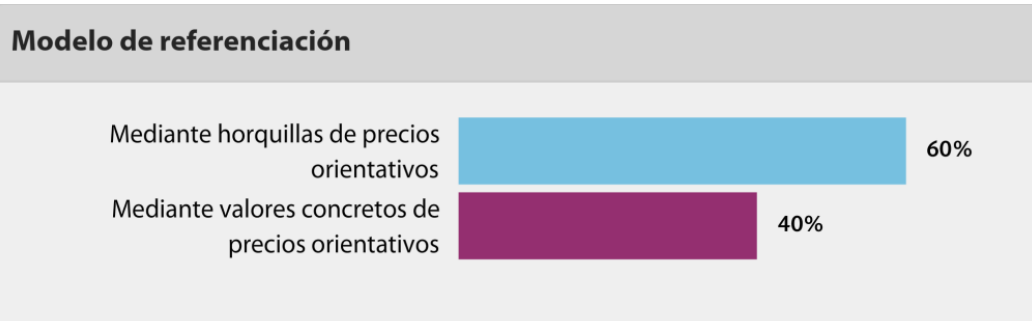
Sectores vegetales		
Sector	% Lonjas	Promedio de productos
Frutas frescas	40 %	9,75
Hortalizas	5 %	1
Cereales	70 %	16,57
Semillas oleoproteaginosas	30 %	3
Forrajes	35 %	3,14
Patatas	5 %	6
Legumbres	30 %	4,66
Frutos secos	25 %	6,2
Aceite y aceituna	20 %	7,75
Vino y uva	15 %	7,66
Productos ecológicos de origen vegetal	15 %	11,33
Otros	25 %	12,8

SECTORES GANADEROS COTIZADOS EN LAS LONJAS Y PROMEDIO DE PRODUCTOS DISTINTOS COTIZADOS

Sectores ganaderos		
Sector	% Lonjas	Promedio de productos
Vacuno de carne	60 %	20,25
Leche y productos lácteos	15 %	2,33
Ovino de carne	60 %	8,91
Caprino de carne	25 %	2,4
Porcino ibérico	10 %	14,5
Porcino de capa blanca	60 %	6,33
Avicultura de carne	25 %	6,8
Avicultura de puesta	35 %	2,71
Apicultura	5 %	1
Cunicultura	30 %	1,33
Productos ecológicos de origen animal	15 %	2,66
Otros	30 %	24,75

Origen de los productos cotizados en las Lonjas (Porcentaje)			
Local	Comunidad autónoma	Nacional	Importación
30,62 %	39,40 %	29,38 %	1,6 %

7. SISTEMA DE REFERENCIACIÓN DE PRECIOS ORIENTATIVOS



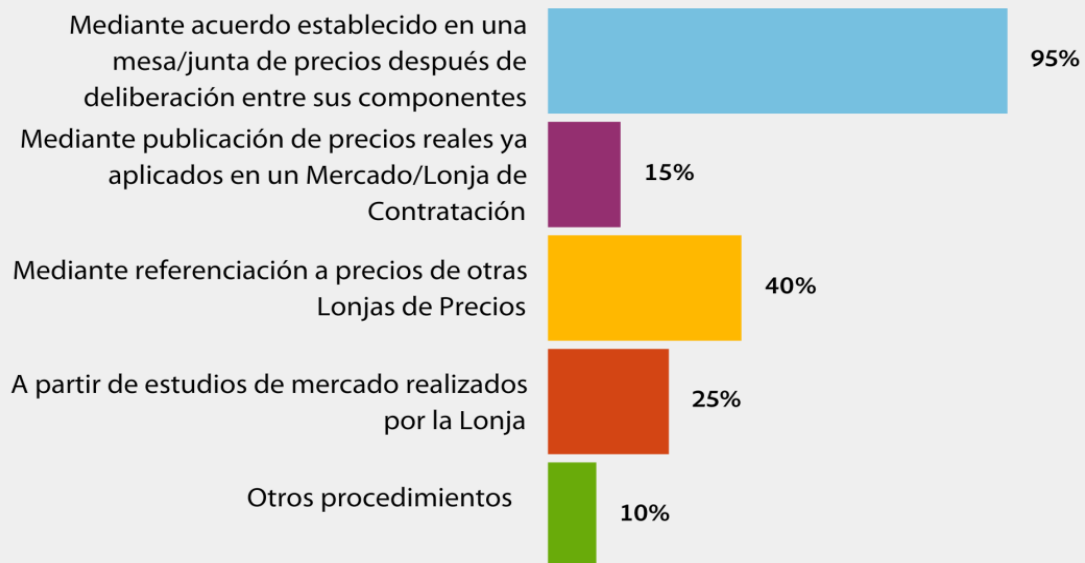
Nota: % referido a número de menciones

Período de referenciación de precios orientativos



Nota: % referido a número de menciones

Procedimientos de establecimientos de valoraciones de precios de referencia



Nota: % referido a número de menciones

Composición y reglamentación de las mesas de precios

Nº promedio de profesionales/operadores componentes de una Mesa/Junta de precios	14,54
% promedio de vendedores	50 %
% promedio de compradores	50 %

Reglamentos de funcionamiento de las mesas



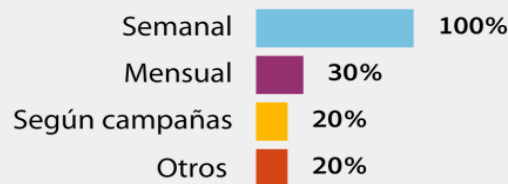
Representatividad de los miembros de las mesas



Porcentaje promedio de quórum exigido para abrir la mesa

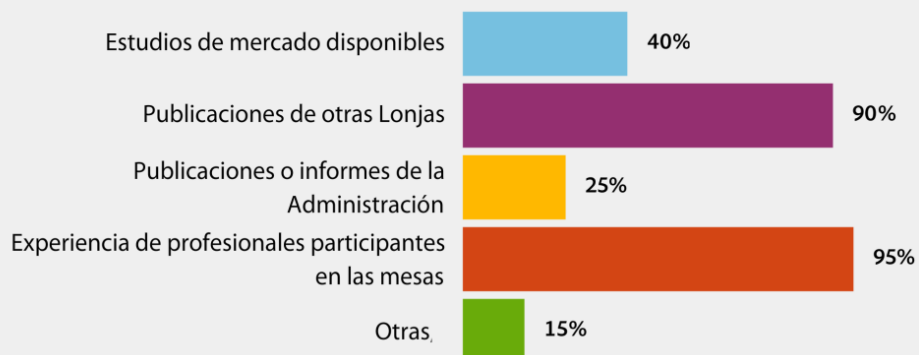
48,69 %

Frecuencia de reuniones de las mesas de precios



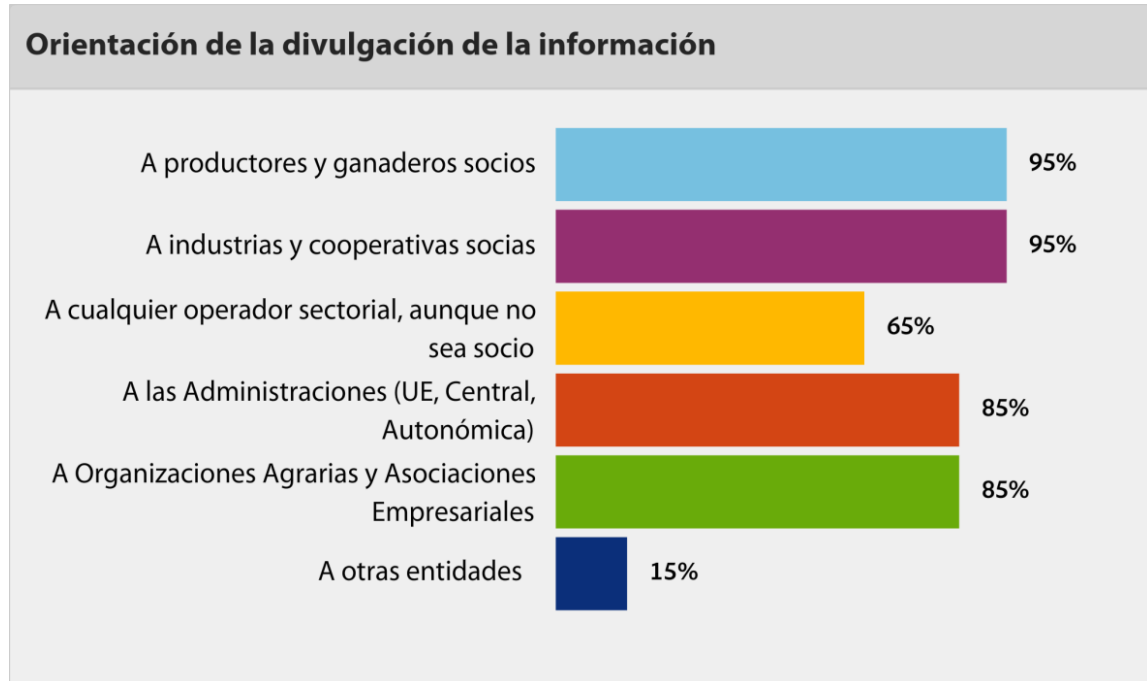
Nota: % referido a número de menciones

Fuentes de información utilizadas para el debate en las mesas de precios



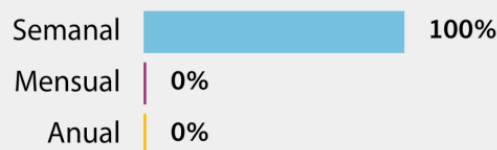
Nota: % referido a número de menciones

8. PROCEDIMIENTO DE DIVULGACIÓN DE LA INFORMACIÓN SOBRE PRECIOS



Nota: % referido a número de menciones

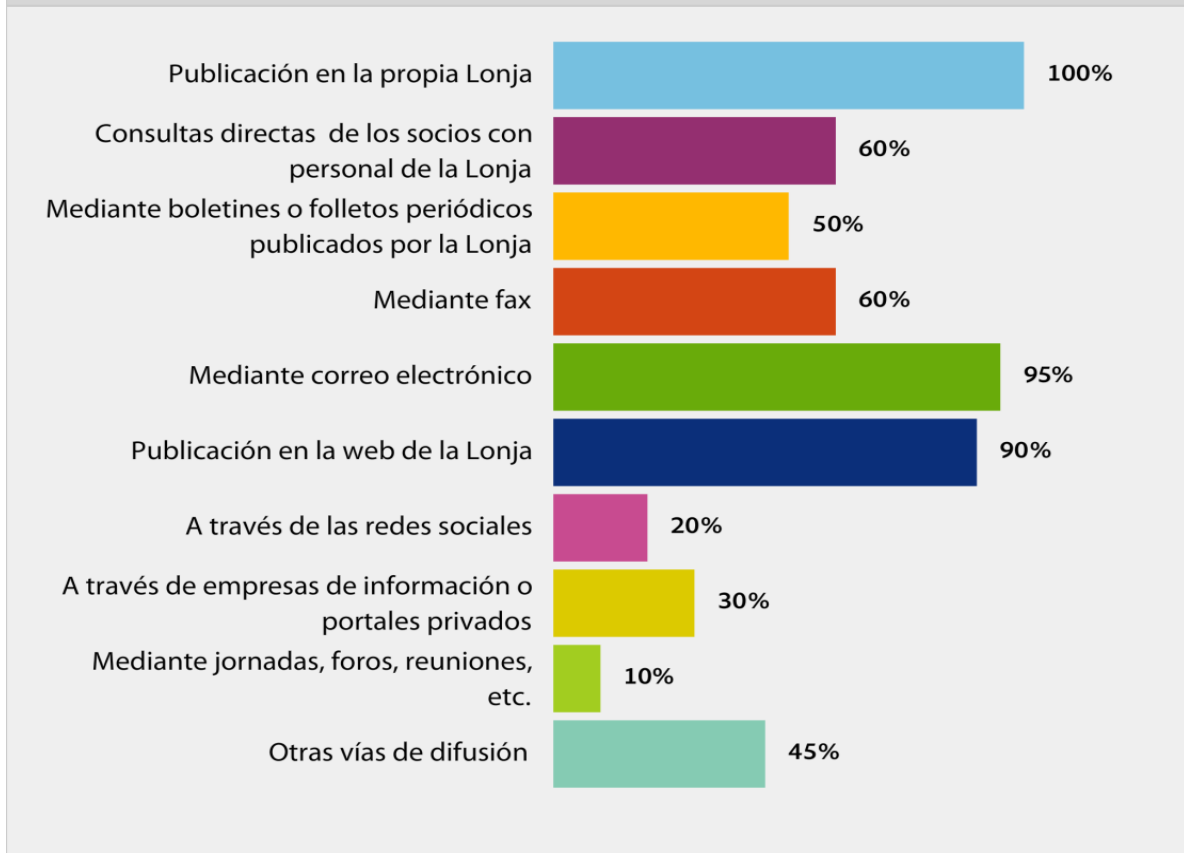
Frecuencia de la difusión de la información de la Lonja



Posibilidad de acceso continuo a la información de la Lonja

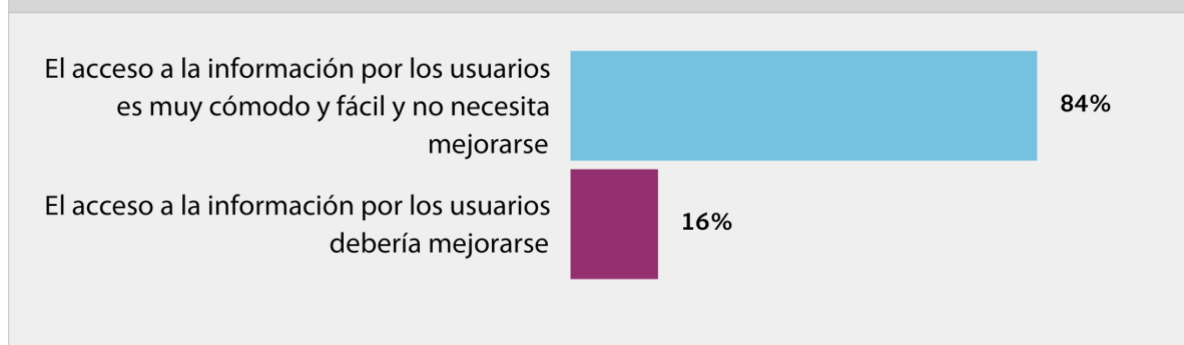


Métodos de difusión de la información sobre precios de referencia

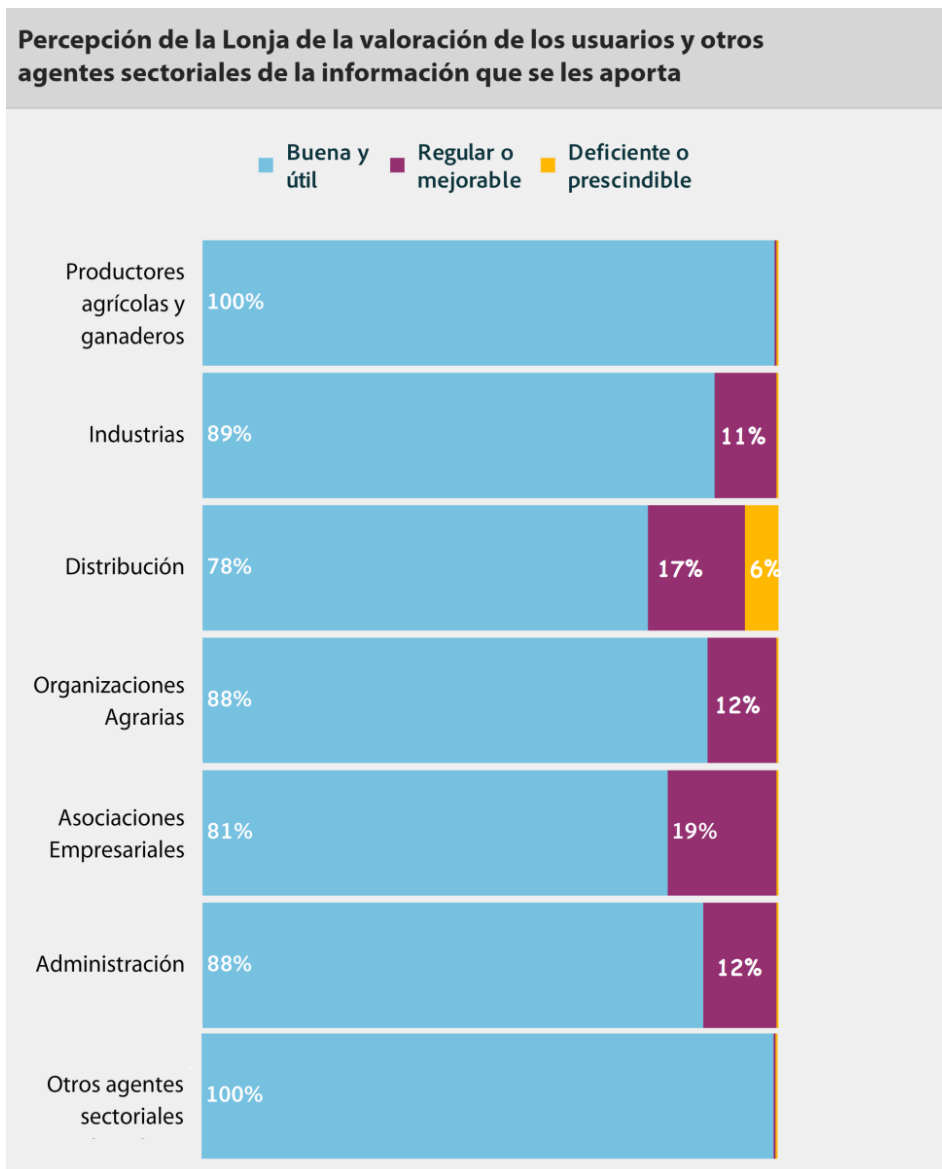
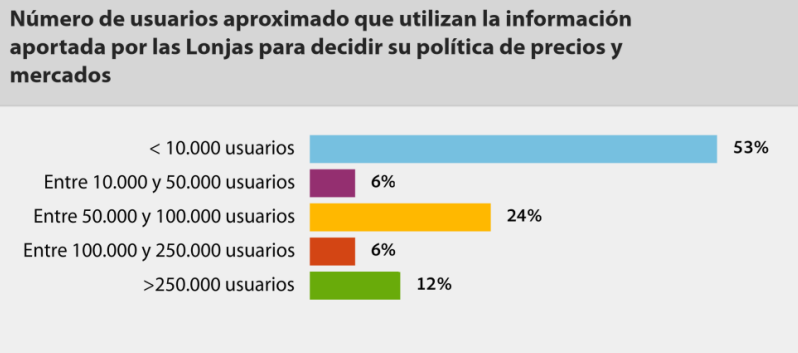


Nota: % referido a número de menciones

Valoración de la facilidad del acceso a la información



9. PERCEPCIÓN Y UTILIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN PROCEDENTE DE LAS LONJAS



PORCENTAJES PROMEDIO APROXIMADOS DE CONTRATACIÓN SECTORIAL ACOGIDA A LA REFERENCIACIÓN DE PRECIOS APORTADA POR LA LONJA

Sectores vegetales		
Sector	% Lonjas	Promedio de porcentaje de contratación sectorial
Frutas frescas	40 %	47 %
Hortalizas	5 %	S/I
Cereales	70 %	66,5 %
Semillas oleoproteaginosas	30 %	67 %
Forrajes	35 %	52,5 %
Patatas	5 %	S/I
Legumbres	30 %	48,33 %
Frutos secos	25 %	99 %
Aceite y aceituna	20 %	25 %
Vino y uva	15 %	47,5 %
Productos ecológicos de origen vegetal	15 %	25 %
Otros	25 %	85 %

Sectores ganaderos		
Sector	% Lonjas	Promedio de porcentaje de contratación sectorial
Vacuno de carne	60 %	55 %
Leche y productos lácteos	15 %	5 %
Ovino de carne	60 %	64 %
Caprino de carne	25 %	65 %
Porcino ibérico	10 %	56 %
Porcino de capa blanca	60 %	69,3 %
Avicultura de carne	25 %	71,25 %
Avicultura de puesta	35 %	67,5 %
Apicultura	5 %	80 %
Cunicultura	30 %	50 %
Productos ecológicos de origen animal	15 %	100 %
Otros	30 %	S/I

10. OPINIONES, INDICACIONES O PREOCUPACIONES SOBRE LOS PROBLEMAS, DEFICIENCIAS Y AMENAZAS QUE AFECTAN A LAS LONJAS Y QUE CONDICIONAN O MERMAN SU FUNCIONAMIENTO, UTILIDAD Y/O VIABILIDAD FUTURA

Por su interés, se recogen textualmente algunas de las opiniones aportadas por las Lonjas:

- Falta de financiación que condiciona la viabilidad y el futuro de las Lonjas.
- Difícil autosuficiencia económica y creciente dependencia de ayudas públicas.
- Falta de ayudas públicas de los últimos años, tanto estatales como autonómicas, lo que está originando un peligro de supervivencia de las Lonjas.
- La falta de reconocimiento y apoyo público de su labor que es básica en la formación de precios.
- Falta de tipificación de los productos.
- La concentración de empresas industriales, desapareciendo las pymes, pudiendo dar origen a monopolios.
- Poco apoyo institucional, envejecimiento de los socios y los clientes.
- Redifusión no autorizada de la información.
- Excesiva regionalización en un marco de creciente verticalización y globalización.
- Las nuevas tecnologías merman la presencia física de los operadores en las Lonjas.
- Cierre de proveedores y cierre de empresas.
- Falta de coordinación funcional.
- Demasiada atomización.
- Dificultad de mantener Mesas de Precios representativas cada semana.

11. SUGERENCIAS O PROPUESTAS PARA MEJORAR O POTENCIAR EL FUNCIONAMIENTO, UTILIDAD O VIABILIDAD FUTURA DE LAS LONJAS (ESPECIALMENTE EN ASPECTOS NORMATIVOS, TÉCNICOS, ORGANIZATIVOS, VERTEBRADORES, DE IMAGEN, DE INVERSIONES, ETC.)

Por su interés, se recogen textualmente algunas de las opiniones aportadas por las Lonjas:

- Se hace necesario el respaldo más activo a las Lonjas por parte de las Administraciones Públicas, como instrumento para la constatación de precios de referencia, que contribuyen a vertebrar y ordenar el mercado, garantizando la paridad en la representatividad y la transparencia necesarias.
- Reconocimiento por parte del MAGRAMA de la labor de las Lonjas, desarrollando una legislación específica para ellas.
- Nueva normativa para mejor adaptación a los mercados.
- Reconocimiento normativo de su labor, homologación y apoyo a su capacidad técnica.
- Mayor integración de las Lonjas.
- Mayor cooperación con la Administración y sus observatorios de precios.
- Unificación de criterios de actuación a la hora de referenciar precios entre las Lonjas.
- Homogenización de actuaciones y listas de productos.
- Las Lonjas deberían disponer de medios propios para desempeñar sus funciones, ser independientes de cualquier organismo o institución tanto presupuestariamente como en sus cargos directivos, disponer de plena autonomía.
- Las reuniones de precios tendrían que realizarse en los foros de cada Lonja, para evitar especulaciones en los diferentes sectores.
- Incorporación de nuevos servicios.
- Ampliación de la información de los mercados.
- Diferenciación entre Lonja de Origen con las de Puerto.
- Las Lonjas se deberían celebrar el mismo día y a la misma hora para así evitar interferencias entre las decisiones de unas u otras.
- En las Mesas de Precios, dentro del sector productor debería distinguirse entre agricultor o ganadero y representantes de empresas (gerentes, comerciales, etc) que tengan un cargo remunerado.

IV. INFORMACIÓN SOBRE PRECIOS Y MERCADOS EN ORIGEN APORTADA POR LAS LONJAS AGROPECUARIAS

- IV.1. TIPOLOGÍAS DE INFORMACIÓN APORTADA
- IV.2. PROCESO DE ELABORACIÓN Y FUENTES DE INFORMACIÓN
- IV.3. DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN
- IV.4. EL CONTEXTO GENERAL DE LA INFORMACIÓN SOBRE PRECIOS DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS

IV. INFORMACIÓN SOBRE PRECIOS Y MERCADOS EN ORIGEN APORTADA POR LAS LONJAS AGROPECUARIAS

La misión o función principal (y en la mayoría de los casos, casi exclusiva) de las Lonjas y los Mercados en Origen de Productos Agropecuarios, es la elaboración y difusión de **información sobre precios y mercados en origen** relativa a tales productos; de hecho, otras misiones o funciones tradicionales (especialmente las orientadas a servicios de apoyo al funcionamiento como mercados en origen propiamente dichos o lonjas de contratación) han ido perdiendo poco a poco importancia y presencia, reduciéndose muy sensiblemente. De forma que en la actualidad y, sobre todo, de cara al futuro, las Lonjas centran su atención básicamente en la generación y difusión de información.

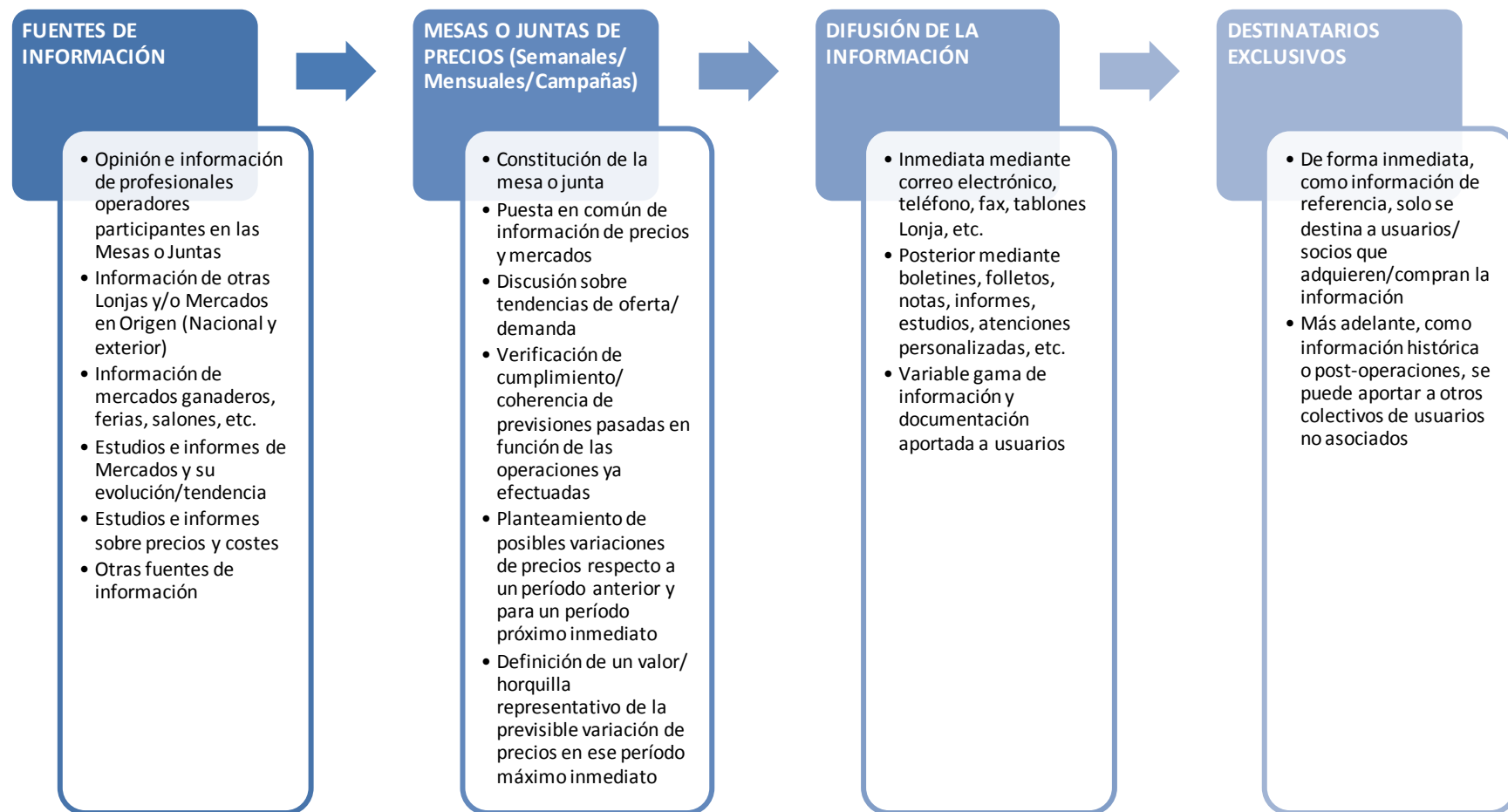
II.1. TIPOLOGÍAS DE INFORMACIÓN APORTADA

Las Lonjas de Productos Agropecuarios pueden elaborar y aportar diferentes tipos de información:

- Información sobre “**precios orientativos de referencia**” (o precios ante-transacciones). Se trata normalmente de estimaciones de posibles tendencias de variaciones de precios a muy corto plazo, expresadas en forma de posibles variaciones respecto a un período anterior; y se establecen a partir del intercambio y análisis de opiniones e información entre profesionales operadores relevantes representantes de la producción, transformación y comercialización en origen, perteneciente a un determinado sector o subsector agropecuario; a partir de lo cual se divulgan dichas estimaciones de tendencias puntualmente entre un grupo reducido de usuarios o socios que compran y pagan dicha información de referencia y que pueden utilizarla o no, con carácter orientativo y de manera voluntaria, en el desarrollo de sus operaciones de compraventa y/o decisión comercial (ver cuadro 7 adjunto)
- Información sobre “**precios indicativos reales**” (o precios post-transacciones muy recientes). Se trata, por tanto, de información sobre volúmenes y precios correspondientes a operaciones reales de compraventa de productos agropecuarios ya realizados (aunque en un período muy reciente y próximo) en el área de influencia y/o referencia de la Lonja.
- Información sobre “**precios comparativos entre Lonjas**”. Se trata de bases documentales en las que se recogen los precios orientativos de referencia y/o los precios indicativos reales, que hayan divulgado otras Lonjas o Mercados en Origen, nacionales o extranjeros. Incluso se analiza, a veces, el grado de cumplimiento de previsiones; y también se identifican las causas de desviaciones entre las informaciones aportadas.

- Información sobre “**precios históricos o estadísticos**”. Consiste básicamente en la recopilación, ordenación o integración de diferentes bases documentales y/o estadísticas en las que se presenta la evolución histórica de precios, volúmenes, costes y otros conceptos relacionados con la producción, transformación y comercialización de productos agropecuarios
- Información especializada sobre “**mercados de productos agropecuarios**”. En ella se aportan estudios y análisis de mercado, proyecciones del mismo, análisis de la competencia, intercambios internacionales, circunstancias de crisis o alarmas, etc, etc; tanto en valoración de volúmenes y precios, como en valoraciones cualitativas.
- Hay muchas Lonjas que elaboran y divulgan información de varias tipologías, lo cual depende en gran medida de los recursos con que cuenta y también del ámbito geográfico y sectorial en que opera. No obstante, aquellas Lonjas que atienden gran cantidad de sectores difícilmente podrán ofrecer muchas modalidades informativas. Por el contrario, las Lonjas especializadas en un determinado “sector/área geográfica” probablemente sí estarán interesadas en contar con una gama informativa más amplia. Es necesario, por tanto, destacar la importancia de un correcto equilibrio entre especialización de la Lonja, binomio sector/ámbito de referenciación y cartera de servicios informativos ofertados por una Lonja.

CUADRO 7: EL PROCESO DE ELABORACIÓN Y DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE PRECIOS ORIENTATIVOS DE REFERENCIA



II.2. PROCESOS DE ELABORACIÓN Y FUENTES DE INFORMACIÓN

- La elaboración de “**precios orientativos de referencia**” constituye la actividad más característica y diferenciada de las Lonjas de Productos Agropecuarios; y exige un soporte organizativo muy complejo configurado por una estructura de unas 400 mesas o juntas de precios que se reúnen semanalmente, mensualmente o en campañas, en sesiones de trabajo de varias horas de duración, y en las que participan activamente en torno a 4.000 operadores profesionales (considerando el conjunto de todas las Lonjas españolas). Este potente soporte organizativo representa un importante **activo de carácter informativo** y asistencial. Los procesos de elaboración de información se representan esquemáticamente en el anterior cuadro 7; y están **regulados por reglamento y estatutos** que guían y controlan la organización y el funcionamiento de las mesas o juntas, las deliberaciones entre miembros, la adopción de decisiones finales y la selección de un precio orientativo resultante de las deliberaciones. Igualmente dichos reglamentos y estatutos velan por la representatividad de los miembros de la mesa y garantizan el equilibrio entre ellos (normalmente 50% representa la producción o parte vendedora y otro 50% representa la parte compradora -transformación y/o comercialización en origen-). Obviamente no siempre en todas las mesas o juntas de precios ni en todas las Lonjas existen idénticas características o exigencias en sus reglamentos y estatutos; ni siempre son iguales los grados de cumplimiento de los mismos, ni el proceso de deliberación para la tarea de referenciación de precios.
- Por su parte, la elaboración de información sobre **otras tipologías de precios** (post-operaciones, históricos, comparativos de Lonjas) o de información sobre mercados, varía según Lonjas y depende de los recursos con que éstas cuentan para prestar estos servicios informativos que, cuando se aportan, suponen un importante y valioso trabajo interno de los técnicos de las Lonjas.
- En todos esos procesos de elaboración de información se utilizan múltiples fuentes, entre las que cabría destacar:
 - Ante todo la información, opinión y valoración personal, sobre precios y mercados, que aportan periódicamente los propios **operadores profesionales del sector** que participan en las mesas o juntas de precios, configurándose a modo de “sistema permanente de encuesta” a unos 4.000 operadores sectoriales.
 - Información de precios y mercados en origen procedente de **otras Lonjas**:
 - Comarcales o regionales.
 - Nacionales
 - Internacionales (UE y Mundo)
 - Información sobre precios y volúmenes de **transacciones recientemente realizadas**:
 - En mercados ganaderos

- En alhóndigas
 - En plataformas virtuales
 - En ferias y salones especializados
 - Etc, etc.
- Estudios e investigaciones de **mercados**, análisis sectoriales, dictámenes, estadísticas de producción, transformación y comercialización, etc.
 - Informes y estudios sobre **comportamientos de precios, ingresos y costes**, cadenas de valor, observatorios de precios, informes de coyuntura, encuestas sectoriales, etc.
 - **Otras numerosas fuentes** de información referidas directa o indirectamente a los precios y mercados en origen de productos agropecuarios.

Es indudable que la calidad, fiabilidad y utilidad de la información que elaboran las Lonjas depende de las fuentes de información que utilizan, principalmente en la preparación de los planteamientos, deliberaciones y propuestas que se desarrollan en las mesas o juntas de precios

- El proceso de elaboración de información, las fuentes de información utilizadas y el modelo de difusión o utilización de la información elaborada, son aspectos de gran relevancia a la hora de legitimar la actuación de las Lonjas Agropecuarias al mantenerse dicha actuación dentro del marco legal establecido por la Comisión Nacional de Mercados y la Competencia. Dicha legitimación no solo es condición indispensable para validar las actividades de las Lonjas, sino también es condición exigida para la buena imagen y correcta utilización de la información que aportan.

IV.3. DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN ELABORADA

Ante todo hay que decir que la información de cualquier tipo que elaboran las Lonjas tiene como finalidad última:

- Orientar a los productores agropecuarios, de una determinada delimitación geográfica, sobre situación y tendencia de los precios y mercados en origen en dicha delimitación e, incluso, en general en un sector.
- Facilitar y equilibrar las negociaciones y transacciones comerciales entre operadores al poner a su disposición, por igual, información oportuna sobre precios y mercados en origen.
- Poner a disposición de un sector agropecuario y de sus operadores y agentes, información muy actualizada sobre precios y mercados en origen correspondientes a productos de dicho sector.

- En general, contribuir a la transparencia de los mercados y al mejor conocimiento de los sectores.

Por consiguiente, las posibilidades de utilización y rentabilización de los servicios que prestan las Lonjas son muy numerosas e importantes dada la amplitud de operadores y agentes sectoriales conexos, potencialmente interesados, teóricamente al menos, en aprovechar dichas posibilidades. Pero ello depende, no solo de la calidad, fiabilidad y oportunidad de la información aportada, sino también de la facilidad de acceso a la misma; es decir, de los mecanismos de difusión y aportación de la información que utilizan las Lonjas; y que son muy numerosos:

- Boletines y/o folletos informativos.
- Publicaciones en tabloneros de las propias Lonjas.
- Web de la Lonja.
- Correos electrónicos, sms, fax, etc.
- Atención telefónica personalizada.
- Atención personalizada a consultas directas.
- Jornadas, foros, seminarios, etc.
- Aportación de datos a Observatorio de Precios de diferentes Administraciones.
- Aportación de datos a Informes de Coyunturas de Precios y Mercados de diferentes Administraciones Públicas.
- Aportación de datos a portales de precios y mercados en origen.
- Informes, estudios, dictámenes, etc.
- Etc, etc.

Y la utilización de mayor o menor número y calidad de vías de difusión de los servicios de información de las Lonjas, está crecientemente limitada por la escasez de recursos de las Lonjas; lo cual indica la necesidad de abordar un riguroso proceso de reflexión y planificación sobre las posibilidades de mantenimiento de estos servicios en función de las alternativas de financiación de los mismos.

IV.4. EL CONTEXTO GENERAL DE LA INFORMACIÓN SOBRE PRECIOS DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS

Las Lonjas de Productos Agropecuarios elaboran y difunden información sobre precios y mercados en origen relativa a tales productos. Pero lo hacen en un contexto de gran proliferación de modelos o formatos de información similares y con los mismos destinatarios; de forma que la información que elaboran las Lonjas “compite” con la procedente de otros numerosos ámbitos. Así, cabría destacar las siguientes fuentes de información alternativas:

- Observatorios de precios de alimentos.
- Observatorios de precios en origen/mayorista/consumidor.
- Informes de coyuntura de precios (Administraciones/Áreas de Estadística)
- Informes sobre mercados y precios (Administraciones/Áreas de Sectoriales, FEGA y otros)
- Encuestas sectoriales (Administración)
- Información sobre precios y mercados de la Comisión Europea, Eurostat, FAO, OCDE, etc.
- Publicaciones de Organizaciones Agraria, Cooperativas y Asociaciones Empresariales, Interprofesionales, etc.
- Información procedente de la gestión de Contratos Obligatorios.
- Mercados de futuros.
- Sistemas de indexaciones de precios.
- Portales especializados en precios en origen
- Información procedente de Grandes Grupos o Empresas, nacionales o multinacionales; u otros grandes operadores como Cooperativas, importadores, exportadores, etc.
- Plataformas virtuales de comercialización de productos agropecuarios.
- Actividades empresariales de comercialización directa como alhóndigas, mercados de ganado, lonjas de contratación y lonjas pesqueras.
- Actividades de promoción/comercialización como ferias, salones, concursos, eventos, etc.
- Etc.

Es indudable que tan en amplio y variado contexto de fuentes de información alternativas, las Lonjas de Productos Agropecuarios deben buscar y mantener un suficiente nivel de diferenciación, especialización y calidad, además de una óptima imagen de fiabilidad, objetividad y utilidad entre sus usuarios.

V. CONCLUSIONES SOBRE SITUACIÓN Y PERSPECTIVAS DE LAS LONJAS DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS

- V.1. LAS LONJAS PRESENTAN NUMEROSOS ASPECTOS POSITIVOS O FAVORABLES
- V.2. PERO LAS LONJAS TAMBIÉN PRESENTAN PREOCUPANTES ASPECTOS NEGATIVOS O DESFAVORABLES
- V.3. ES MUY CONVENIENTE REFLEXIONAR SOBRE LA IDONEIDAD Y VIGENCIA DE LAS MISIONES DE LAS LONJAS DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS
- V.4. EL CONJUNTO DE LONJAS AGROPECUARIAS CONFIGURA UN ACTIVO IMPORTANTE SUSCEPTIBLE DE SER MEJOR APROVECHADO Y RENTABILIZADO
- V.5. LA IMAGEN, UTILIDAD E, INCLUSO, SUPERVIVENCIA FUTURA DE MUCHAS LONJAS AGROPECUARIAS, DEPENDERÁ EN GRAN MEDIDA DE SU CAPACIDAD DE “OBJETIVIZACIÓN” DE LA INFORMACIÓN QUE GENERAN
- V.6. EXISTEN NUEVOS MODELOS Y MECANISMOS DE APOYO Y PROTECCIÓN AL PRODUCTOR Y A LOS MERCADOS EN ORIGEN
- V.7. LAS LONJAS DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS NECESITAN UNA COMUNICACIÓN MÁS EFICAZ Y MEJORAR LA PERCEPCIÓN QUE GENERAN EN DETERMINADOS ÁMBITOS O COLECTIVOS DE POTENCIALES USUARIOS
- V.8. LAS LONJAS DE PROCUTOS AGROPECUARIOS DEBEN ABORDAR URGENTEMENTE UN RIGUROSO PROCESO DE REFLEXIÓN ESTRATÉGICA

V. CONCLUSIONES SOBRE SITUACIÓN Y PERSPECTIVAS DE LAS LONJAS DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS

V.1. LAS LONJAS PRESENTAN NUMEROSOS ASPECTOS POSITIVOS O FAVORABLES

- Tienen todavía importantes misiones que cumplir en cuanto a orientación a productores en origen y apoyo a la comercialización en origen.
- En su conjunto configuran y representan un importante activo a utilizar y rentabilizar.
- Hay numerosos sectores o usuarios que apoyan y valoran las actividades de las Lonjas y piden la mejora de éstas para utilizarlas con más asiduidad y provecho.
- En determinados sectores, productos o zonas, representan el principal o único punto de encuentro, debate, información o contacto entre operadores de esos sectores, productos o zonas.
- En esos sectores, productos o zonas, las Lonjas pueden facilitar la comercialización y el mayor equilibrio y transparencia informativa en las negociaciones entre operadores.
- En general, cuando las Lonjas funcionan bien, pueden contribuir a la mayor transparencia del mercado y a un mejor conocimiento de los sectores.
- Igualmente, pueden favorecer el equilibrio de las cadenas alimentarias y la implantación de nuevos formatos de garantías de precios/cobros para los productores (p.e.: contratos homologados, OP'S, Interprofesiones, etc.)
- Los avances en las tecnologías de la información así como la globalización y verticalización de los mercados y sectores, abren nuevas necesidades y oportunidades de actuación de las Lonjas e incluso exigencias de nuevas prestaciones de éstas a favor de los productores en origen, para evitar el desfase de éstos ante tan profundas transformaciones y los preocupantes impactos de estos desfases en el sostenimiento del medio rural.
- Las Administraciones desarrollan y mantienen cada vez más numerosos, importantes y complejos sistemas de información sobre precios y mercados en origen, que ponen al servicio de los diferentes operadores y agentes sectoriales y de la Comisión Europea. Para lo cual necesita fuentes de información eficaces, fiables, contrastables y alternativas; y las Lonjas pueden ser un valioso instrumento como fuentes alternativas de información sobre numerosos productos y zonas, y en determinadas circunstancias.
- Hay numerosos usuarios y expertos que expresan su convencimiento del cumplimiento por parte de las Lonjas Agropecuarias de las normas de libertad de Mercados y Competencia.

V.2. PERO LAS LONJAS TAMBIÉN PRESENTAN PREOCUPANTES ASPECTOS NEGATIVOS O DESFAVORABLES

- Ante todo destaca la falta de tipificaciones de productos; y la falta de ajuste a clasificaciones oficialmente reglamentadas.
- Igualmente destaca la insuficiente “objetivización” de muchos procesos y metodologías aplicados en la referenciación de precios “ante-operaciones” que se llevan a cabo en numerosas Lonjas.
- En ciertos casos, las referenciaciones de precios en ciertos sectores/zonas pueden inducir desequilibrios del mercado, ya sea en esa zona o incluso en áreas mucho más amplias.
- En algunos casos, la insuficiencia de información homogénea, la inadecuada composición de las mesas o la insuficiente representación de algún eslabón de la cadena, puede traducirse en la imposición de criterios de referenciación de precios excesivamente sesgados y/o desequilibrantes de los mercados en favor de uno u otro eslabón.
- En sectores muy estructurados, con presencia y liderazgo de pocos grandes operadores (muchas veces muy verticalizados) o nuevos formatos de concentración de operadores (como grandes cooperativas integradas, OP’S, etc.), o bien con instrumentos de vertebración potentes (como Interprofesiones) la actividad de las Lonjas puede parecer poco necesaria, obsoleta o sustituible.
- Por razones como las antes indicadas, también hay numerosos usuarios potenciales o reales que no valoran ni apoyan las actividades de las Lonjas.
- No hay un marco legal, eficaz y suficiente, que regule el funcionamiento de las Lonjas en sus diferentes vertientes (misiones, organizaciones, recursos, servicios, referenciación de precios, etc.). Ello ha permitido una clara dispersión geográfica, sectorial y estructural de las Lonjas.
- En ciertos casos, las actividades de las Lonjas se plantean o financian como servicios públicos locales o regionales, con las servidumbres que ello puede conllevar en determinados casos y circunstancias.
- Las Lonjas carecen, en general, de recursos económicos mínimamente suficientes, lo cual minimiza su capacidad de prestar servicios suficientes, innovadores y prestigiados.
- Actualmente conviven múltiples modelos o sistemas de información sobre precios y mercados en origen, los cuales compiten con los sistemas de información operativos en las Lonjas; y se verifica la escasa relevancia de estos últimos en la estructura global de sistemas de información.

V.3. ES MUY CONVENIENTE REFLEXIONAR SOBRE LA IDONEIDAD Y VIGENCIA DE LAS MISIONES DE LAS LONJAS DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS

- Una Lonja puede tener importantes misiones básicas:
 - a. Dar **servicios informativos y asistenciales integrales** a sus socios/asociados, a cambio de la financiación que éstos le dan según formatos diferentes (cuotas, pagos, etc.)
 - b. Aportar **información “post-operaciones”** o de mercados, a las **Administraciones** u otras entidades, a cambio de las debidas contraprestaciones.
 - c. Elaborar **previsiones de tendencias de precios y mercados**, utilizando sistemas, bases documentales y metodologías “objetivizadas” compatibles con lo establecido por la CNMC; previsiones destinadas a socios/usuarios que financien esta actividad.
 - d. Servir como **centro o punto de conexión, debate, encuentro y contacto** entre productores, así como entre éstos y los transformadores y comercializadores, además de proveedores de insumos, agentes sectoriales, etc. Buscando potenciar el intercambio de información fiable, la formación, cualificación y profesionalización.
- Los productores de la mayoría de los sectores agropecuarios pueden seguir necesitando la función de “orientación de precios y mercados” que desde hace muchos años correspondió a las Lonjas. Por lo que no sería beneficiosa, en muchos sectores, una posible desaparición del Sistema de Lonjas y Mercados.
- Hay representantes de sectores importantes y de gran envergadura que consideran imprescindible contar con Lonjas Agropecuarias fiables y eficaces que cumplan con su misión de orientar a productores, facilitar las transacciones y contribuir a la transparencia del mercado y al equilibrio de la cadena de valor. Aunque también afirman que para cumplir estas funciones muchas Lonjas deberían evolucionar, reorganizarse y potenciarse; y otras Lonjas deberían desaparecer.
- El concepto de Lonja como servicio público local dependiente de Ayuntamientos, Diputaciones o Cámaras de Comercio Locales, irá perdiendo viabilidad y sentido poco a poco; y además difícilmente podrá ser debidamente atendido por las nuevas políticas relativas a disponibilidades financieras en esos estamentos. Por lo cual se producirá un “vacío asistencial” a esos productores independientes o diferenciados/locales, que no dispondrán ya de esos servicios de orientación de precios y mercados.
- La legislación sobre Lonjas data de 1970 y está obsoleta, y no es válida para orientar el funcionamiento de las Lonjas o promover su adecuación a las nuevas exigencias de los sectores y mercados.

- Al entrar España en la UE ésta recomendó crear Lonjas y Mercados en Origen para guiar a los productores y equilibrar los mercados. Pero desde entonces las políticas y directrices comunitarias han cambiado mucho.
- Las lonjas deben evolucionar teniendo en cuenta las transformaciones que están asumiendo los sectores y el entorno de los mismos. Y existirá una tipología/caracterización de Lonja en función de la tipología/caracterización del sector. Y habrá sectores que no precisen/admitan una Lonja de un tipo o de otro.
- La necesidad y utilidad de las Lonjas dependerá del grado de estructuración de los sectores en que operan. En sectores muy estructurados, con escaso número y peso de los productores independientes no integrados, las Lonjas tienen cada vez menor cometido o sentido; y, sin embargo, en determinados casos o circunstancias, pueden influir en el desequilibrio de los mercados y/o en la aparición de crisis injustificadas.

V.4. EL CONJUNTO DE LONJAS AGROPECUARIAS CONFIGURA UN ACTIVO IMPORTANTE SUSCEPTIBLE DE SER MEJOR APROVECHADO Y RENTABILIZADO

- 40 organizaciones e instalaciones repartidas por toda la geografía nacional, dotadas de mayor o menor capacidad operativa.
- Entre 100 y 120 trabajadores con experiencia en las relaciones con los operadores agropecuarios y en la elaboración y divulgación de información sobre precios y mercados en origen.
- 40 plataformas o soportes de divulgación de información sobre precios y mercados; y de otras tipologías de información y asistencia comercial a los operadores sectoriales.
- Cerca de 400 mesas o juntas de precios, que cubren todo el territorio nacional y atienden 30 ó 40 sectores agropecuarios diferentes (y más de 2.000 productos distintos); que se reúnen semanalmente en la mayoría de los casos y asumen funciones equivalentes a centros de investigación o consulta directa periódica y sistematizada.
- Entre 3.500 y 4.500 profesionales operadores sectoriales que periódicamente aportan opinión e información sobre precios y mercados en origen de muchos sectores agropecuarios.
- Numerosas Lonjas cuentan con experimentados sistemas de análisis de mercados agropecuarios, comparación entre mercados internacionales, prestaciones de servicios a la comercialización, etc.
- Muchas Lonjas cuentan con una gran capacidad de influencia entre numerosos operadores agropecuarios, tanto en lo relativo a idoneidad y tendencia de precios,

como en lo relativo a conocimiento, interpretación y valoración de los cambios y crisis en los mercados.

- Algunas Lonjas son referentes prestigiados, reconocidos y utilizados, en los mercados internacionales.

Todo lo anterior señala la existencia de una importante estructura **de potencial apoyo** a los operadores sectoriales y a las relaciones contractuales entre ellos; apoyo que, no obstante, estaría condicionado a la disponibilidad de un eficaz **marco jurídico** que regulase su aplicación, así como a la dotación a dicha estructura soporte (es decir, estructura de Lonjas Agropecuarias) de los **recursos necesarios**.

V.5. LA IMAGEN, UTILIDAD E, INCLUSO, SUPERVIVENCIA FUTURA DE MUCHAS LONJAS AGROPECUARIAS, DEPENDERÁ EN GRAN MEDIDA DE SU CAPACIDAD DE “OBJETIVIZACIÓN” DE LA INFORMACIÓN QUE GENERAN

En el desarrollo del trabajo llevado a cabo, la mayor parte de los usuarios actuales o potenciales de los servicios de las Lonjas ha expresado su deseo de conseguir y garantizar la máxima **“objetividad”** y fiabilidad de la información que elaboran en relación con los precios y mercados en origen. Incluso muchos de tales usuarios plantean la necesidad de que las Lonjas incorporen **nuevos sistemas y metodologías** que aseguren dicha “objetivización máxima” (por ejemplo, sistemas de indexación de precios, mercados de futuros, encuestas de valoración de niveles de confianza, previsiones de volatilidades o crisis en los mercados, etc.)

Incluso numerosas Lonjas también se han pronunciado de similar manera, especialmente en cuanto a la necesidad de incorporar nuevos sistemas y metodologías de objetivización de la información; aunque advierten de la dificultad que para ello supone la escasez de recursos de que disponen las Lonjas en los momentos actuales.

En cualquier caso, parece evidente que, por encima de todo, es absolutamente imprescindible que las actividades de las Lonjas de Productos Agropecuarios cumplan estrictamente con las normativas relativas a la libertad de mercado y libre competencia, de forma que en ningún caso puedan estar en contradicción con las doctrinas de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

A lo largo del trabajo realizado, se han recogido numerosas opiniones o explicaciones referidas a la idoneidad de los sistemas de información que utilizan numerosas Lonjas Agropecuarias, así como a su adecuación a las normas de libre competencia. Así, se han destacado, en ese sentido, como demostración de esa legitimidad, estos aspectos de la información elaborada y divulgada por las Lonjas:

- Aportan o pueden aportar muchos tipos diferentes de información y servicios (precios, mercados, etc.); y dentro de una línea de productos, pueden dar información sobre muchas tipologías de un mismo tipo de producto o gama de productos.

- Hay muchas Lonjas que informan en paralelo, y de forma diferente, sobre un mismo sector/producto; y globalmente referencian precios diferentes (opiniones de muchos) y posiciones diferentes y unidades de medida diferentes.
- Los precios referenciados no son los aplicados finalmente al existir infinidad de correcciones, complementos o variaciones en los pagos reales, consecuencia de infinidad de conceptos y circunstancias en la forma en que son aplicados por cada tipo de comprador; y éste último es lo que fija el precio con total independencia de lo que normalmente referencian las Lonjas.
- Los usuarios directos reciben en exclusiva la información y pagan por ello. El resto de operadores no disfruta en teoría de esa información (aunque en la práctica el prestigio de algunas Lonjas termina por imponer su referenciación)
- Hay ganaderos que o cobran más que lo que dice la lonja o menos que lo marcado en Lonja. En general no hay **predictibilidad** de lo que nadie va a cobrar ni consejos de cómo cobrar/pagar. Y de hecho muchos ganaderos protestan por la, a su juicio, inadecuada o equívoca referenciación de la Lonja y su alejamiento de lo que realmente aplican los mercados.
- Solo en circunstancias atípicas de excedente o déficit los precios de una Lonja pueden influir en los precios finales de mercado; y siempre por el impacto de unos pocos operadores/intermediarios.
- Cuando en un sector hay información de precios desde varias Lonjas, no siempre se refieren al mismo tipo de precio (máximos, mínimos, promedio, horquillas, etc.); y muchas veces se refieren a productos diferentes por su origen/características.
- Muchas veces no hay correlación entre la unidad de medida utilizada en una Lonja, la utilizada en el comprador o la publicada oficialmente (Kg animal vivo frente a Kg canal)
- En realidad, nunca se referencian precios sino que se formulan previsiones de posibles variaciones de cotizaciones orientativas.
- En ciertos sectores (por ejemplo el vacuno) se mantienen figuras como la del entrador, que aunque puedan partir del precio de referencia de una Lonja, negocian a su conveniencia el precio de compraventa con el matadero maquilador.
- La realidad demuestra en muchos sectores/productos que los precios referenciados en Lonja, en la mayoría de los casos se parecen poco a lo finalmente acordado entre vendedor y comprador; de forma que muchas veces el precio orientativo indicado en una Lonja solo representa una base de partida para iniciar una negociación entre vendedor y comprador, sin grandes posibilidades de influencia en este último que es quien fija el precio.
- Incluso a efectos de estadísticas oficiales se argumenta que no siempre son utilizables las informaciones de precios de las Lonjas por ser horquillas orientativas que no marcan

ningún precio concreto. Aunque también es cierto que diferentes Administraciones utilizan los precios aportados por las Lonjas para confeccionar sus estadísticas e informes sobre precios.

Pero, con independencia de estas explicaciones o matizaciones que formulan algunas Lonjas Agropecuarias, la realidad es que a éstas les conviene implantar urgentemente nuevos modelos, sistemas o metodologías de generación y difusión de información sobre precios en origen, que garanticen la máxima objetividad, fiabilidad y legalidad de su importante y necesaria actividad informativa.

Probablemente éste represente uno de los retos principales y prioritarios del Sistema de Lonjas Agropecuarias de España; y para hacerle frente será imprescindible contar con un nuevo marco jurídico y con mayores recursos humanos, técnicos y económicos, además de otros numerosos requisitos de planificación, organización, gestión, integración, comunicación y vertebración.

V.6. EXISTEN NUEVOS MODELOS Y MECANISMOS DE APOYO Y PROTECCIÓN AL PRODUCTOR Y A LOS MERCADOS EN ORIGEN

La misión primera o fundamental de las Lonjas Agropecuarias ha sido apoyar y proteger a los productores y mercados en origen, aportándoles información u otros servicios destinados a facilitar las relaciones de negociación, contratación y transacciones entre productores agropecuarios en origen y los compradores de sus productos.

Al cambiar la estructura de los sectores y de los mercados, y al aparecer nuevos instrumentos de organización y comercialización, también han ido apareciendo nuevos modelos de actuación u organización pensados para proteger, informar y orientar a los productores en origen, misión que también venían teniendo encomendadas las Lonjas. Así, hay nuevos modelos como:

- Interprofesiones y sus Extensiones de Norma.
- Organizaciones de Productores.
- Contratos Obligatorios.
- Ley de Cadena Alimentaria.
- Observatorios de Precios y Análisis de Cadenas de Valor.
- Ley de Concentración de Cooperativas.
- Sistemas de Indexación de Precios.
- Canales Cortos de Distribución y/o Comercialización.
- Nuevos soportes informativos del FEGA u otros organismos de las Administraciones.

- Etc, etc.

Sin embargo, no parece que todos estos instrumentos sean suficientes o aplicables en todos los sectores por igual, ni en todas las circunstancias de sus respectivos mercados. Y por tanto, a pesar de todos esos avances, en muchos sectores parece seguir existiendo la necesidad de esa función o misión de “orientación/protección informativa” que, al menos en teoría, pueden aportar algunas Lonjas.

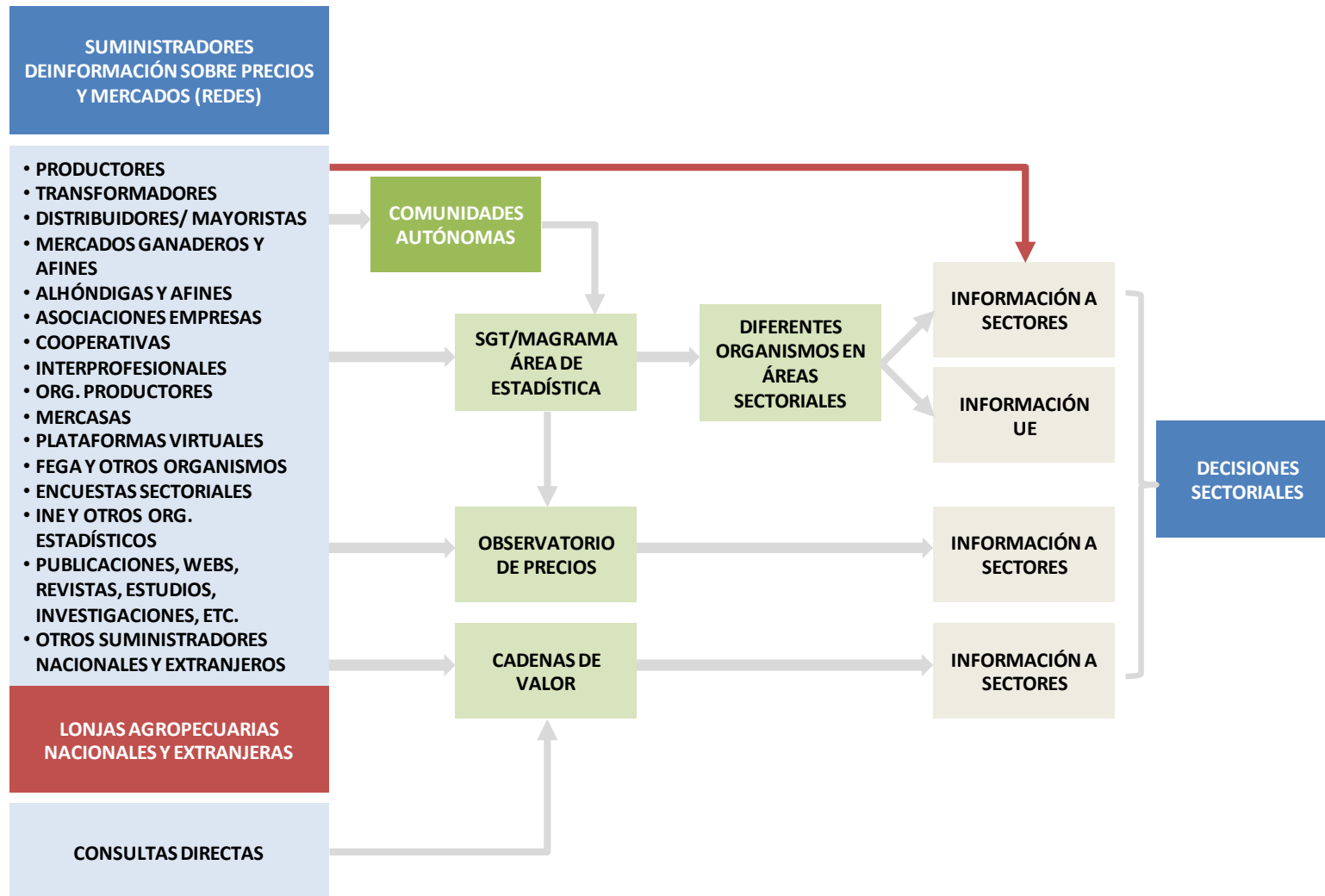
Tienen especial importancia y trascendencia, en cuanto a mecanismos de ayuda y protección al productor y a los mercados en origen, los apoyos que prestan las propias Administraciones. Efectivamente, la mayoría de ellas, desde diferentes ámbitos, elaboran y difunden mucha e importante información sobre precios y mercados, con finalidades diferentes entre las que podrían destacarse (ver gráfico del cuadro 8 adjunto):

- Para las propias políticas y estrategias del MAGRAMA y del Gobierno (y de las CCAA, en cada caso)
- Para cumplir con las exigencias informativas de la UE.
- Para informar y orientar a productores, transformadores, comercializadores, consumidores y sociedad en general.
- Para potenciar la transparencia de los mercados y el equilibrio de las cadenas alimentarias.
- Para promover iniciativas coyunturales excepcionales o desencadenar medidas de actuación, intervención, cierre de cupos, etc.
- Para facilitar las negociaciones y relaciones entre operadores sectoriales.
- Etc.

Es indudable la extraordinaria importancia que tienen, en consecuencia, las **fuentes de información** (y su representatividad y objetividad) que se utilizan, en cada ámbito administrativo, a la hora de elaborar sus respectivos informes sobre precios y mercados. Posiblemente muchas Lonjas podrían asumir esa función de “fuentes informativas/alternativas/contraste/complementarias” aunque para ello sería imprescindible una profunda revisión del actual Sistema de Lonjas y Mercados en Origen; lo mismo que sería imprescindible revisar y establecer eficaces relaciones de colaboración entre Lonjas y Administraciones. Todo ello amparado, por supuesto, en un nuevo marco normativo y soportado en unas Lonjas dotadas con los recursos necesarios.

Parece evidente, por tanto, que las Lonjas Agropecuarias deberían incorporarse y adaptarse a estos procesos de cambio en los modelos, sistemas o formatos de prestación de apoyo al productor y a los mercados en origen; para lo cual necesitarán adaptar sus estructuras y procedimientos operativos con el fin de poder ofrecer y aportar sus activos y ponerlos al servicio de esos nuevos modelos o sistemas de apoyo y protección a los productores agropecuarios.

CUADRO 8: UNA AMPLIA RED DE SUMINISTRADORES DE INFORMACIÓN ABASTECE A UN COMPLEJO SISTEMA DE ELABORACIÓN Y APORTACION DE INFORMACIÓN SECTORIAL EN ORIGEN



V.7. LAS LONJAS DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS NECESITAN UNA COMUNICACIÓN MÁS EFICAZ Y MEJORAR LA PERCEPCIÓN QUE GENERAN EN DETERMINADOS ÁMBITOS O COLECTIVOS DE POTENCIALES USUARIOS

Hay numerosos usuarios de los servicios de las Lonjas Agropecuarias que tienen una percepción muy favorable de tales servicios y apoyan su continuidad, potenciación y mejora. Esto se ha podido constatar en la consulta realizada tanto a Lonjas como a usuarios.

De hecho, también se ha podido constatar que la mayoría de los operadores de buena parte de los sectores agropecuarios españoles conocen los servicios de las Lonjas y, en mayor o menor medida, según sectores o subsectores, utilizan la información aportada por éstas como referente, más o menos orientativo o decisivo, en sus respectivos procesos de negociación y contratación.

Aunque también es cierto que hay colectivos de usuarios, actuales o potenciales, de los servicios de las Lonjas, que no tienen una percepción tan favorable; así ocurre en determinadas organizaciones empresariales de ciertos sectores, grandes grupos industrializadores o comercializadores, etc. En estos casos se detectan desde posiciones abiertamente contrarias a las actividades informativas de las Lonjas, hasta otras más partidarias de mejorar la “objetivización” de tales actividades.

En cualquier caso, la consulta realizada revela que es muy superior el porcentaje de usuarios con percepción positiva de las Lonjas y actitud favorable respecto a la continuidad y adecuación de los servicios que éstas prestan al productor en origen. Pero a pesar de ello, no cabe duda de que las Lonjas Agropecuarias deben mejorar o cambiar su imagen y sus sistemas de comunicación; y rejuvenecer su “fisonomía” y/o “presentación pública”.

Sin embargo, la dispersión e insuficiente interconexión entre Lonjas, y las grandes diferencias estructurales y operativas entre ellas, impide o dificulta establecer una innovadora y eficaz identidad corporativa común y una suficiente vertebración de todas ellas, dotada de alto poder representativo y negociador, así como de suficiente capacidad para impulsar y alcanzar esa mejora de percepción, aceptación e imagen de las Lonjas Agropecuarias.

En definitiva, la percepción e imagen de una Lonja Agropecuaria, así como la valoración, fiabilidad y aceptación de sus servicios informativos (y de otros tipos) dependerá de aspectos muy concretos:

- Quiénes participan en los procesos de elaboración de precios (a quién representan; cuál es su grado de representatividad; y grado de equilibrio en dicha representatividad)
- Qué tipo y calidad de información aporta la Lonja (Precios en origen indicativos/históricos post-operaciones; previsiones de posibles variaciones de cotizaciones orientativas pre-operaciones; ambos modelos de información; comparaciones de precios indicativos/históricos con los de otras Lonjas y fuentes de información; información especializada sobre mercados en origen; información para las Administraciones; etc.)

- Caracterizaciones de los sectores o subsectores objeto de referenciación; y adecuación de las especificaciones y tipificaciones de los productos referenciados (incluyendo la justificación, viabilidad y rentabilidad de los servicios de información en función de las características estructurales y operativas de los sectores objeto de referenciación)
- Profesionalización del proceso de elaboración de la información y calidad de la metodología utilizada en dicho proceso (bases documentales y fuentes de información utilizadas; reglamentos de las mesas de precios; plazos de las mismas; procedimientos y sistemas de deliberación y análisis de variaciones de cotizaciones potenciales; adecuación a las normas de libre competencia; utilización de metodologías de indexaciones; innovaciones tecnológicas en los sistemas de información e intercomunicación; etc.)
- Cómo es el proceso de difusión de la información elaborada en la Lonja (alcance geográfico; vías de difusión; grado de inmediatez/urgencia; acceso del usuario; atención directa al usuario; convenios de colaboración con otras Lonjas, Administraciones, UE, etc; repercusión económica a usuarios; consulta periódica de percepción/valoración de los servicios; etc.)
- Cuál es la coherencia entre la información aportada por las Lonjas y por otras fuentes (entre distintas Lonjas para un mismo producto; respecto a informaciones y/o estadísticas oficiales o sectoriales; entre previsiones de cotizaciones orientativas y valoraciones reales post-operaciones; análisis de coherencias históricas; etc.)
- Otros servicios ofrecidos por las Lonjas a los usuarios (punto de encuentro, debate o negociación; análisis de mercados y sus tendencias, estudios e informes “a la medida”; formación especializada; mediaciones y arbitrajes; mercados de futuros; soluciones logísticas; etc.)
- Programas o sistemas de comunicación y promoción de los servicios de las Lonjas (incluyendo una mejor y más frecuente presentación de tales servicios a través de diferentes formatos)

V.8. LAS LONJAS DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS DEBEN ABORDAR URGENTEMENTE UN RIGUROSO PROCESO DE REFLEXIÓN ESTRATÉGICA

Dicho proceso ha de contar con la participación directa de las Lonjas, debe partir de un análisis realista de la situación de partida y de los probables escenarios de futuro a tener en cuenta; y finalmente debe conducir a la definición de un **MARCO O PLAN ESTRATÉGICO** que guíe el proceso de cambio y adaptación de las Lonjas de Productos Agropecuarios con un **horizonte 2020**. En dicho marco o plan estratégico se concretarán objetivos, planes de acción y los soportes estructurales y económicos necesarios para su ejecución.

A través de dicho proceso de reflexión estratégica se acotarán, definirán y ordenarán (dentro del consiguiente marco o plan estratégico) numerosos aspectos del nuevo y futuro modelo de funcionamiento de las Lonjas Agropecuarias; y, entre ellos, los siguientes:

- Misiones que deben cumplir las Lonjas.
- Marco jurídico cobertura y guía del funcionamiento de las Lonjas (con especial atención a la CNMC)
- Sectores/Productos de interés prioritarios a efectos de referenciación/ información/ servicios; y ámbitos de actuación de las Lonjas.
- Priorización de destinatarios de los servicios de las Lonjas y captación/ fidelización de los mismos.
- Desarrollo, innovación y optimización de los sistemas e instrumentos de elaboración y difusión de la información de las Lonjas.
- Implantación de códigos de buenas prácticas relativos a la información y los servicios de las Lonjas.
- Potenciación, interconexión e integración de las estructuras soporte y operativas de las Lonjas; y potenciación e innovación de sus recursos organizativos, técnicos y de gestión.
- Potenciación de la vertebración y de la capacidad de representación de las Lonjas.
- Estrategias de financiación de las Lonjas.
- Estrategias de comunicación y promoción de las Lonjas.

A la vista del análisis de situación y perspectivas de las Lonjas Agropecuarias españolas, planteado en el presente trabajo, parece incuestionable la urgencia y necesidad del proceso de reflexión estratégica conjunta del colectivo de Lonjas que se ha propuesto y del cual deben derivarse los cambios y mejoras que éstas tienen que implantar para asegurar su supervivencia y viabilidad futura.

VI. MERCADOS GANADEROS

VI. MERCADOS GANADEROS

Dentro del contexto del análisis de las Lonjas Agropecuarias, es conveniente hacer una breve referencia a los **MERCADOS GANADEROS** por su relación o proximidad con las Lonjas de Productos Agropecuarios; aunque se trata, por supuesto, de organizaciones distintas, con misiones diferentes y con modelos de actuación absolutamente distintos.

Un Mercado Ganadero tiene como finalidad esencial la realización de **transacciones reales** entre vendedores y compradores de ganado vivo. Por tanto, aunque en ellos se pueda generar, recoger y difundir información sobre precios en origen, ello no constituye su objetivo principal.

En teoría, los mercados ganaderos pueden desarrollarse con presencia física del ganado o mediante presencia virtual. No obstante esta última alternativa no ha arraigado en España; e incluso en países como UK o Francia donde sí adquirió un rápido desarrollo, está en retroceso.

Pero es precisamente esa exigencia de presencia física del ganado vivo lo que está empujando hacia la desaparición de los mercados ganaderos, al menos en España (en UK todavía estarían operativos cerca de 150 y en Francia más de 40)

Actualmente hay operativos en **España OCHO Mercados Ganaderos:**

Mercados Ganaderos (2012)	Nº Total de cabezas comercializadas	
1. Pola de Siero	122.352	(B+E)
2. Torrelavega	115.268	(B+O/C+E)
3. Santiago de Compostela	112.316	(B+O/C+E+P)
4. Salamanca	64.836	B+O/C+E+P)
5. Silleda	53.607	(B)
6. Castro Rei	45.146	(B+E+P)
7. Medina del Campo	20.994	(O/C)
8. León	15.116	(B+E)
TOTAL	549.635	

Fuente: ASEMGA/ B = bovino mayor, mediano y menor; E = equino; O/C = ovino/caprino; P = porcino

El valor total de las transacciones realizadas en estos 8 mercados ascendió en 2012 a 215.781.928 euros (según ASEMGA); y con este reparto por tipo de ganado en el año 2012:

Ganado	Nº Total de cabezas comercializadas
Bovino	518.223
Ovino/Caprino	21.925
Equino	7.213
Porcino	2.292
TOTAL	549.635

Fuente: ASEMGA

Se aprecia fácilmente la fuerte orientación de los mercados ganaderos al ganado bovino que representa más del 94% de las transacciones realizadas en ellos; también destaca la ubicación de estos mercados, básicamente en la Cornisa Cantábrica, por lo que buena parte del ganado bovino comercializado es de orientación lechera.

Hasta hace poco tiempo, había un noveno mercado ganadero (el de Talavera de la Reina, probablemente uno de los más importantes) pero tuvo que dejar su actividad como mercado, reconvirtiéndose en Lonja Agropecuaria (en la que se cotizan bovino de vida y abasto; ovino y caprino de vida y abasto; leche de oveja y cabra; lana; cereales; leguminosas y oleoproteaginosas; aceite de oliva; y productos ecológicos)

Por su parte, los mercados de Silleda y Salamanca también cuentan, como actividad paralela, con actividades de Lonjas de Productos Agropecuarios. Pero, en términos generales, es posible que debido a las crecientes dificultades sanitarias y logísticas que conlleva la celebración de los mercados ganaderos, éstos vayan perdiendo entidad (salvo en determinados casos sector/zona) o se reconviertan a Lonjas Agropecuarias.

En los mercados ganaderos se utilizan dos modelos de fijación de precios: la subasta directa y el trato directo entre vendedor y comprador de ganado vivo; en este último caso es frecuente la presencia e intervención del “tratante”, promotor, testigo y conciliador del trato o acuerdo sobre un precio final; en la actualidad solamente en el mercado de Silleda se mantiene el régimen de subasta entre compradores.

Ya sea por uno u otro procedimiento, los mercados de ganado representan una importante plataforma de fijación de precios reales y, por tanto, de generación de información directa referida a operaciones ya realizadas y, por tanto, absolutamente fiable y reciente, relativa tanto a volúmenes como a precios.

No obstante, al estar centrados en unas pocas zonas del norte de España y mayoritariamente en ganado bovino, su ámbito de referenciación es muy limitado y su potencial de utilización escaso.

Junto a los Mercados Ganaderos conviven otras numerosas figuras más o menos próximas o relacionadas; se trataría, por ejemplo, de figuras como Ferias de Ganado, Salones Monográficos, Exposiciones, Concursos, Campeonatos; etc. Podrían destacarse ferias como las de Zafra, Trujillo, Salamanca, Zaragoza, etc. Aunque en estos casos se generen numerosas e importantes transacciones, por lo general se refieren a ganado especial o selecto, por lo que también referencian precios especiales distanciados de los precios de mercado de los productos estándar de cada sector. Y, a pesar de todo, en ocasiones (como las ferias de Zafra y Salamanca) los precios que marcan suelen ser tenidos en cuenta en las deliberaciones que posteriormente llevan a cabo algunas Lonjas Agropecuarias.

En definitiva, los Mercados Ganaderos son centros de transacciones reales y, por tanto, la información sobre precios que se deriva de ellos, a pesar de su gran importancia, no es la misión fundamental de los mismos.

Así pues, los **Mercados Ganaderos** tienen misiones y modelos de funcionamiento similares a las **Alhóndigas** (en frutas y hortalizas) y a las **Lonjas Pesqueras** (en pescado fresco). En todos ellos, la misión fundamental es la realización de transacciones directas entre vendedores y compradores. Aunque, complementariamente y como consecuencia de dicha actividad principal, puedan actuar también como generadores de información real “post-operación” de precios en origen y volúmenes comercializados.

VII. LAS LONJAS PESQUERAS

VII. LAS LONJAS PESQUERAS

Al igual que ocurre con los Mercados Ganaderos o las Alhóndigas de frutas y verduras, las Lonjas Pesqueras son establecimientos donde se realizan transacciones directas entre vendedores y compradores (en este caso, de pescado fresco desembarcado en puerto, según se establece en la normativa comunitaria al efecto)

Por tanto, las Lonjas Pesqueras poco tienen que ver con las Lonjas Agropecuarias; son muy distintas en sus misiones, en su funcionamiento y, sobre todo, en sus problemas y necesidades. Así, mientras la misión fundamental de las Lonjas Agropecuarias es aportar información sobre precios y mercados en origen, la misión de las Lonjas Pesqueras es servir de soportes estructurales a las operaciones reales de compraventa directa entre pescadores y compradores de pescado fresco.

Obviamente, como consecuencia de esas transacciones reales que se llevan a cabo a diario en numerosas Lonjas Pesqueras repartidas por toda la geografía nacional, se genera importante información real y muy actualizada sobre volúmenes de pescado fresco comercializado y sobre precios reales aplicados en tales transacciones; correspondiendo todo ello a una amplia variedad de productos. Y, por tanto, es indudable la relevancia, el interés y la utilidad de esa información a efectos de seguimientos de precios y mercados; pero elaborar y aportar sistemáticamente esa información, para orientar a pescadores y/o compradores, no constituye la misión de las Lonjas Pesqueras.

Y sin embargo, el conjunto global de Lonjas Pesqueras configura una importante estructura, de gran envergadura, especializada en la comercialización de productos pesqueros frescos y en la que se concentran importantes problemas y preocupantes incertidumbres. Todo lo cual tampoco tiene relación alguna con lo que ocurre en las Lonjas Agropecuarias; por lo que el análisis de uno u otro tipo de Lonjas representan tareas muy distantes entre sí y exigentes de metodologías y orientaciones con muy pocos elementos de coincidencia entre uno y otro tipo de análisis.

Las Lonjas Pesqueras operativas en España son muy numerosas y muy diversas en cuanto a su dimensión, organización y actividad específica. Actualmente hay 193 Lonjas Pesqueras repartidas por todo el litoral español:

CCAA	Nº Lonjas Pesqueras
Galicia	55
Andalucía	25
Islas Canarias	26
Cataluña	20
C. Valenciana	19
Asturias	18
País Vasco	10
Cantabria	8
Islas Baleares	7
R. de Murcia	5
TOTAL	193

Este colectivo de 193 Lonjas está gestionado en su mayoría por Cofradías de Pescadores. Pero hay también 12 Lonjas Pesqueras muy importantes y que son gestionadas por Autoridades Portuarias, Asociaciones o Empresas.

Según información de la Federación de Cofradías de Pescadores, en el año 2012 había 69 Lonjas Pesqueras gestionadas por Cofradías de Pescadores pertenecientes a la Asociación de Lonjas; y este grupo representativo del colectivo de Lonjas Pesqueras desarrolló esta actividad:

• Nº de Lonjas analizadas	69 Lonjas
• Empleo en estas Lonjas	442 trabajadores
• Kilos de ventas en estas Lonjas	91,47 Millones de Kgs.
• Valor global de las transacciones	290,8 Millones de euros
• Empleo/Lonja	6,4 trabajadores
• Volumen de venta/Lonja	1,33 Millones de Kgs.
• Valor de transacciones/Lonja	4,22 Millones de euros
• Precio promedio de la venta	3,17 euros/kg

Utilizando los ratios anteriores y aplicándolos al conjunto global de las 193 Lonjas Pesqueras operativas en España, se podría estimar, a modo de aproximación teórica, que en su conjunto darían empleo a unos 1.235 trabajadores y gestionarían un volumen de transacciones en torno a 257 millones de kgs de pescado fresco, equivalente a una facturación próxima a los 815 Millones de euros.

Aunque las cifras anteriores son teóricas y aproximadas, sí permiten ofrecer una idea orientativa de la gran envergadura operativa y económica del colectivo global de las Lonjas Pesqueras. Y probablemente en estas valoraciones basadas en ratios promedio no se haya tenido en cuenta el peso especial de grandes Lonjas como Vigo, Coruña, Gijón, Santander, Palma de Mallorca, Algeciras y otras.

En el colectivo de Lonjas Pesqueras conviven múltiples formatos de organización y dependencia competencial. En general, las Lonjas más pequeñas tienen fijada su dependencia competencial de las Comunidades Autónomas, quienes establecen concesiones para la explotación de los servicios de la Lonja; así, son en la mayoría de los casos las Cofradías de Pescadores quienes se hacen cargo de dichas concesiones y prestan los servicios de Lonja a cambio de un canon o comisión sobre las transacciones.

Mientras que las grandes Lonjas, ya se mantengan bajo la dependencia estatal (Puertos del Estado) o bajo dependencia de las Comunidades Autónomas, suelen asignar o contratar la gestión y explotación de las Lonjas a empresas privadas, asociaciones o similares.

En cualquier caso, las Lonjas Pesqueras son instrumentos imprescindibles en el proceso de comercialización del pescado ya que a través de ellas pasa más del 70% del pescado fresco desembarcado procedente de capturas nacionales. Por consiguiente representan un importante “eslabón en origen” de la compleja cadena alimentaria del pescado en España.

Además de esta importante posición en el seno de la cadena pesquera, las Lonjas Pesqueras cumplen otras importantes funciones:

- Garantías de cobro a los armadores y pescadores.
- Vigilancia de operaciones y eliminación de fraudes.
- Garantías de calidad y frescura del producto
- Control sanitario
- Recaudación de IVAS y cuotas para CCAA/Estado.
- Aportación de información actual y fiable sobre precios y transacciones.
- Mantienen empleo y desarrollan acciones de economía social o servicios a pescadores.

Sin embargo, desde ciertos ámbitos se señalan importantes deficiencias del actual Sistema de Lonjas Pesqueras:

- Tienen mantener bajos precios en origen.
- Son muy numerosas y muy independientes.
- Restan agilidad a la cadena alimentaria y a los circuitos de comercialización.

- Restringen la venta directa.
- En muchas Lonjas se mantiene un algo grado de opacidad.
- Pueden fijar precios y cupos (a través de OP'S)
- No se corresponden, por lo general, con el modelo europeo de Lonjas.

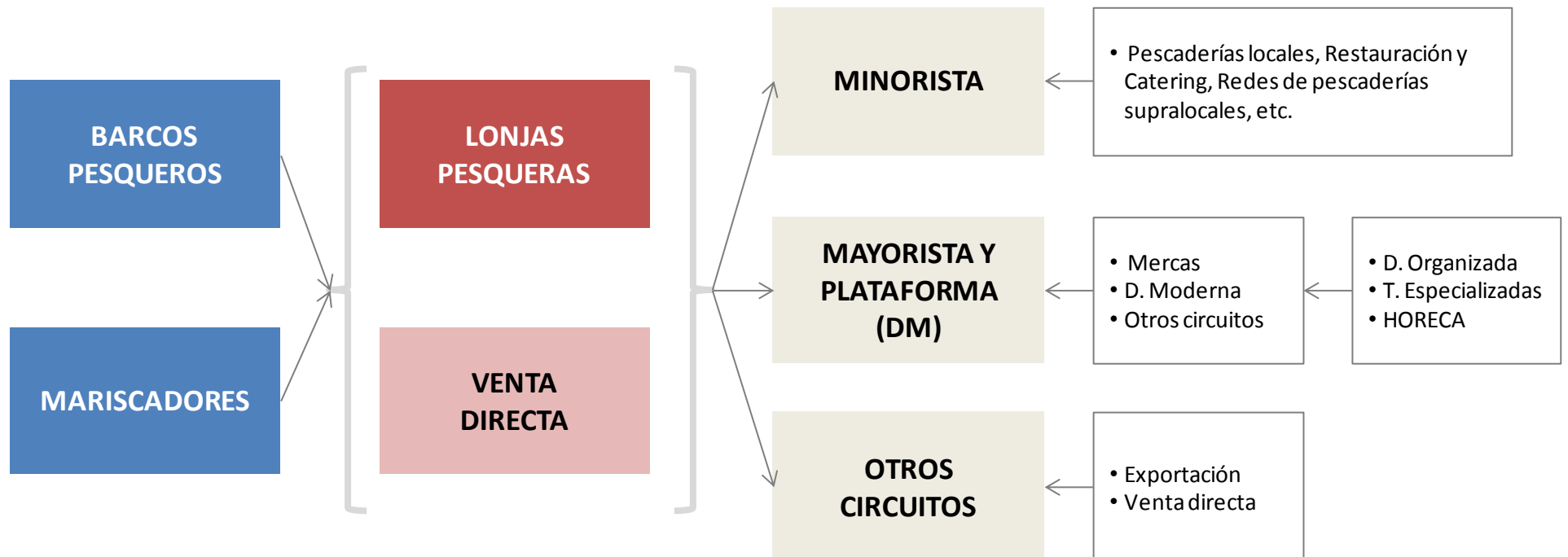
En el entorno operativo de las Lonjas Pesqueras intervienen diferentes tipologías de entidades u organizaciones implicadas en una u otra forma en las actividades pesqueras:

- Administraciones Europea, Estatal y Autonómicas.
- Puertos del Estado.
- Cofradías de Pescadores.
- Cooperativas del Mar.
- Organizaciones de Productores.
- Asociaciones pesqueras (sector extractivo, sector de la transformación y comercialización y sector acuicultura)
- Otros colectivos (UGT/Mar y COAG/Mar)
- Compradores autorizados, etc.
- Etc, etc.

Por otra parte, el sector pesquero actúa en el marco de una compleja normativa europea y estatal, especialmente afectada por la Política Pesquera Común y sus continuas revisiones y adaptaciones.

En definitiva, este rápido repaso de los principales aspectos relativos a la estructura y al funcionamiento de las Lonjas Pesqueras, permite deducir que éstas viven momentos de cambio y preocupación; lo que unido a su gran envergadura y trascendencia económica y social, aconsejarían profundizar más y con mayor especialización y exclusividad, en el análisis de su caracterización y proyección futura, independizando esta tarea de la que ha constituido el objeto prioritario del presente Informe (es decir, el de las Lonjas Agropecuarias). Aunque ello no quiera decir que no pueda establecerse nuevas e importantes funciones de información y colaboración, en temas de precios y transacciones, entre las Lonjas Pesqueras y las Administraciones.

CUADRO 9: CADENA ALIMENTARIA DEL PESCADO FRESCO



ANEXO: CATÁLOGO DE LONJAS AGROPECUARIAS DE ESPAÑA

CATÁLOGO DE LONJAS AGROPECUARIAS DE ESPAÑA

CATÁLOGO DE LONJAS AGROPECUARIAS DE ESPAÑA

- Ficha 1: Llotja Agropecuària Mercolleida, S.A
- Ficha 2: Lonja Agropecuaria de Extremadura
- Ficha 3: Llotja de Bellpuig
- Ficha 4: Lotja de Cereals de Barcelona
- Ficha 5: Llotja de Contratació de Girona
- Ficha 6: Llotja de Reus
- Ficha 7: Llotja de Vic
- Ficha 8: Lonja Agropecuaria del Ebro
- Ficha 9: Lonja Agropecuaria de Binéfar
- Ficha 10: Consulado de la Lonja de Valencia
- Ficha 11: Lonja Agropecuaria para La Mancha-ITAP
- Ficha 12: Lonja Agropecuaria de Cuenca
- Ficha 13: Lonja Agropecuaria de Ciudad Real
- Ficha 14: Lonja Agropecuaria de Galicia (Silleda)
- Ficha 15: Lonja Agropecuaria de León
- Ficha 16: Lonja Agropecuaria de Lerma
- Ficha 17: Lonja Agropecuaria de Madrid
- Ficha 18: Lonja Agropecuaria de MercoMurcia
- Ficha 19: Lonja Agropecuaria de Segovia
- Ficha 20: Lonja Agropecuaria Provincial de Zamora
- Ficha 21: Lonja Agropecuaria Valle de los Pedroches
- Ficha 22: Lonja de Contratación de Tortosa
- Ficha 23: Lonja de Salamanca
- Ficha 24: Lonja de Subcontratación de Productos Agrarios de Córdoba
- Ficha 25: Lonja Toledana
- Ficha 26: Mercado Nacional de Ganado de Torrelavega
- Ficha 27: Mercat Carni Ramader i Avícola de Barcelona
- Ficha 28: Mercado Nacional de Talavera de la Reina
- Ficha 29: Mercofraga
- Ficha 30: Asociación Regional de Andalucía de Productores de Ganado porcino
- Ficha 31: Fundación para la Promoción y Desarrollo del Olivar y del Aceite de Oliva

CATÁLOGO DE LONJAS
AGROPECUARIAS DE ESPAÑA

Ficha nº 1

Llotja Agropecuària Mercolleida, S.A.

DENOMINACIÓN

Llotja Agropecuària Mercolleida, S.A.

1. Ubicación, contacto y antigüedad

Domicilio	Avda. de Tortosa, nº 2				
Población	Lleida	Provincia	Lleida	C. Postal	25005
Persona de contacto	Francesc Ollé Marrugat		Email	Francesc.olle@mercolleida.com	
Teléfono	973 24 93 00	Página Web	www.mercolleida.com		
Fecha de creación y/o puesta en marcha	1972				

2. Funciones y ámbito de actuación/ referenciación

- Facilitar y mejorar las condiciones en que se realizan las transacciones entre operadores del sector agroalimentario.
- Suministrar a los usuarios información de precios y de las tendencias y previsiones del mercado.
- Promover la concentración de la oferta agraria en el ámbito de influencia del Mercado.
- Fomentar la tipificación y normalización de los productos agrarios.
- Organizar la salida de los productos agrarios mediante la apertura y búsqueda de nuevos mercados.
- Facilitar el abastecimiento de los centros de consumo y de las industrias de transformación.
- Facilitar las relaciones con los mercados exteriores.

Todo ello referido a los productos agrarios característicos de la zona de influencia del Mercado en Origen.

3. Figura jurídica, titulares o propietarios, organización y vertebración

- Sociedad Anónima

4. Servicios de la lonja

- **Servicios generales** (sujetos al pago de la cuota de usuario):
 - Libre acceso a las sesiones de Lonja.
 - Utilización de las instalaciones del Mercado (salas de reuniones, Salón de Lonja, aparcamiento y otros espacios para asuntos relacionados con el Mercado)
 - Recepción del boletín informativo del Mercado.

- Certificación por la Dirección de cotizaciones del Mercado a efectos de resolución de pleitos comerciales.
- Libre disposición y consulta de los acuerdos de las Juntas de Precios y sus series históricas de cotizaciones.
- Consulta de publicaciones agrarias en el centro de documentación o hemeroteca del Mercado.
- Otros que la Dirección, la Junta de Gobierno o el Consejo de Administración decidan.
- **Servicios complementarios** del Mercado (sujetos a cuotas complementarias):
 - Información complementaria de precios y mercados agrarios.
 - Utilización de mesas de contratación y los servicios de telefonía en el Salón de Lonja.
 - Inserción de anuncios en los soportes publicitarios del Mercado.
 - Elaboración de informes comerciales o de mercado.
 - Intermediación y gestión de contactos comerciales.
 - Actuación de arbitraje en la solución de pleitos comerciales
 - El alquiler o cesión en uso de locales de la Sociedad.
- La Sociedad gestionará la ubicación en sus instalaciones de organismos y entidades públicas y privadas, con objeto que prestar servicios complementarios a los usuarios del Mercado.
- Otros servicios del Mercado:
 - Suscripción y seguimiento de contratos agrarios.
 - Arbitraje.
 - Peritaje y valoración de mercancías.
 - Asesoramiento técnico, jurídico, fiscal o profesional.
 - Seguro de Cobro, Seguro de Crédito para la cobertura de riesgos, y contratos de futuros.
 - Intercomunicación Comercial.
 - Promoción de los productos.
 - Formación.
 - Otros servicios que soliciten los usuarios o considere oportuno ofrecer el Consejo de Administración.

5. Normativa

Mercolleida fue inscrita en el Registro Oficial de Mercados en Origen del ministerio de Agricultura con el nº 2 en el año 1972. Las competencias fueron transferidas a la Generalitat de Catalunya en 1978, cuya normativa más reciente al respecto es el Decreto 259/1998, de 22 de septiembre, de la Presidencia de la Generalitat sobre regulación de las lonjas y mercados en origen de productos agrarios.

- El Reglamento CEE 3799/85, de 20 de diciembre de 1985, reconoció a Mercolleida como centro de cotizaciones representativo para el establecimiento de un precio comunitario de la carne de porcino.

- El Reglamento CEE 3815/85, del 27 de diciembre de 1985, reconoció a Mercolleida como centro de cotizaciones representativo para el establecimiento de un precio comunitario de la carne de vacuno.
- El Reglamento CEE 1766/92 reconoció a Lleida como mercado representativo de cebada y maíz.
- El Reglamento 2.200/96 reconoció a Lleida como mercado representativo de pera, manzana, melocotón y nectarina.
- La Resolución de fecha 27 de marzo de 2000 del Departamento de Agricultura, Ganadería y Pesca de Catalunya reconoció a Mercolleida como Mercado en Origen de Productos Agrarios de Catalunya, de acuerdo con el Decreto 259/1998 de la Presidencia de la Generalitat de Catalunya.

6. Magnitudes básicas indicativas de la actividad de la Lonja

Número de socios de la Lonja	1000
Valor aproximado de todas las transacciones comerciales realizadas por operadores de todos los sectores, realizadas bajo la referenciación de los precios de la Lonja	
Número de empleados de la Lonja	10
Facturación anual de la propia Lonja (Euros)	600.000 €
Peso específico de la Lonja en las transacciones sectoriales (%)	

7. Sectores y productos cotizados

Sector	Producto cotizado	Número de productos cotizados
Ganadero	Porcino de capa blanca	12
Ganadero	Vacuno de carne	28
Ganadero	Ovino de carne	3
Agrícola	Cereales	11
Agrícola	Forrajes	2
Agrícola	Frutas frescas	6
Agrícola	Piensos	

8. Mesas o Juntas de precios; y frecuencia de las mismas

Sector	Frecuencia reunión

9. Procedimientos de establecimiento de precios de referencia

- Cada Junta de Precios podrá elaborar su reglamento propio, pero debe de ser aprobado por la Junta General, y respetar los siguientes requisitos mínimos:
 - El Presidente podrá decidir el inicio de la sesión de la Junta de Precios siempre que estén presentes al menos un 50 por ciento de los miembros representantes de los compradores y un 50 por ciento de los miembros representantes de los vendedores. También se considerará quórum suficiente para iniciar la reunión si, transcurridos diez minutos desde la hora de convocatoria, están presentes el 70 por ciento de los miembros de la Junta. En última instancia, quince minutos después de la hora de convocatoria, el Presidente podrá a su criterio dar comienzo a la reunión con los miembros presentes, o bien decidir su aplazamiento.
 - El Presidente abrirá la sesión requiriendo a cada componente de la Junta de Precios sus impresiones sobre la situación del mercado, evolución previsible y cotización que considera más acertada.
 - Una vez se hayan manifestado todos los miembros de la Junta, el Presidente formulará propuestas y aportará a su criterio, información y datos complementarios, a fin de intentar llegar a un acuerdo de precios de todos los componentes.
 - Si la unanimidad no fuera posible, se procederá a votación conforme al procedimiento que predetermine cada Junta de Precios en su propio reglamento interno.
 - En el caso de que, cumpliendo los trámites anteriores, fuese imposible llegar a un acuerdo, el Presidente de la Junta tendrá plena autoridad para fijar la cotización definitiva. Dicha cotización deberá ser asumida o modificada definitivamente por la Junta de Precios al inicio de la siguiente reunión.

10. Procedimientos de difusión de la información aportada por la Lonja

- La difusión de la información sobre precios, transacciones y situaciones de los mercados podrá efectuarse por los siguientes medios:
 - Exposición de los datos suministrados en un panel situado en el Salón de Lonja.
 - Mediante la difusión por procedimientos megafónicos, telefónicos, informáticos, boletines y hojas informativas puestas a disposición de los usuarios del Mercado.

- Otros, tales como noticias de prensa. La Dirección podrá decidir en cada caso a qué informaciones se les da difusión pública y cuáles quedan reservadas para su difusión restringida entre los usuarios del Mercado.
- Igualmente serán funciones del Servicio de Información:
 - La recogida de información sobre el propio Mercado y su zona de influencia, a efectos de transmitirla a los organismos oficiales que proceda y otros mercados en origen y destino.
 - La selección, exposición y archivo de publicaciones agrarias en el centro de documentación, hemeroteca o biblioteca agrarias, que estarán a disposición de los usuarios para su consulta.
- En el momento de la apertura de las operaciones comerciales en Lonja se ofrecerá información a los usuarios del Mercado acerca de las cotizaciones alcanzadas en la sesión anterior.

CATÁLOGO DE LONJAS
AGROPECUARIAS DE ESPAÑA

Ficha nº 2

Lonja Agropecuaria de Extremadura

DENOMINACIÓN

Lonja Agropecuaria de Extremadura

1. Ubicación, contacto y antigüedad

Domicilio	C/ Cánovas del Castillo S/N Edificio Lonja de Extremadura				
Población	Mérida	Provincia	Badajoz	C. Postal	06800
Persona de contacto	Alonso García de la Puente Galván		Email	alonsocarlos@lonjaextremadura.org	
Teléfono	924 38 70 13	Página Web	www.lonjaextremadura.org		
Fecha de creación y/o puesta en marcha	1986				

2. Funciones y ámbito de actuación/ referenciación

- Referenciar precios de productos agropecuarios.
- Elaborar y suministrar información y documentación sobre precios, producciones y/o mercados.
- Facilitar la concurrencia entre compradores y vendedores y las transacciones comerciales entre ellos, y prestarles servicios como Lonja de contratación.
- Desarrollar funciones como mercado en origen.
- Prestar servicios de arbitraje y/o peritaje.

3. Figura jurídica, titulares o propietarios, organización y vertebración

- Asociación sin ánimo de lucro.

4. Servicios de la lonja

- Boletines informativos, informes, dossiers, etc.
- Locales de reunión, negocios, comunicación, etc.
- Certificaciones de precios.
- Estadísticas.
- Estudios de mercado.
- Históricos precios.
- Valoraciones y peritajes.

5. Normativa

- Estatutos propios.
- Reglamento.

6. Magnitudes básicas indicativas de la actividad de la Lonja

Número de socios de la Lonja	2548
Valor aproximado de todas las transacciones comerciales realizadas por operadores de todos los sectores, realizadas bajo la referenciación de los precios de la Lonja	>100 millones €
Número de empleados de la Lonja	3
Facturación anual de la propia Lonja (Euros)	20.990 €
Peso específico de la Lonja en las transacciones sectoriales (%)	

7. Sectores y productos cotizados

Sector	Producto cotizado	Número de productos cotizados
Ganadero	Vacuno de carne	13
Ganadero	Leche y productos lácteos	2
Ganadero	Ovino de carne	11
Ganadero	Caprino de carne	2
Ganadero	Porcino ibérico	17
Ganadero	Carne de caza	
Ganadero	Despiece porcino ibérico	
Ganadero	Productos elaborados del cerdo ibérico	
Ganadero	Lana	
Agrícola	Frutas frescas	4
Agrícola	Cereales	30
Agrícola	Forrajes	2
Agrícola	Aceite y aceituna	21
Agrícola	Vino y uva	11

8. Mesas o Juntas de precios; y frecuencia de las mismas

Sector	Producto	Frecuencia reunión
Ganadero	Vacuno de carne	Quincenalmente
Ganadero	Leche y productos lácteos	Mensualmente
Ganadero	Ovino de carne	Semanalmente
Ganadero	Caprino de carne	Semanalmente
Ganadero	Porcino ibérico	Semanalmente
Ganadero	Carne de caza	Mensualmente
Ganadero	Despiece porcino ibérico	Semanalmente
Ganadero	Productos elaborados del cerdo ibérico	Mensualmente
Ganadero	Lana	Semanalmente (En campaña)
Agrícola	Frutas frescas	Semanalmente (En campaña)
Agrícola	Cereales	Semanalmente
Agrícola	Forrajes	
Agrícola	Aceite y aceituna	Semanalmente
Agrícola	Vino y uva	Semanalmente (Uva en campaña)

9. Procedimientos de establecimiento de precios de referencia

- Mediante acuerdo establecido en una mesa/junta de precios después de deliberación entre sus componentes.
- Mediante publicación de precios reales ya aplicados en un Mercado/Lonja de Contratación.
- Mediante referenciación a precios de otras Lonjas de Precios.
- A partir de estudios de mercado realizados por la Lonja.
- Se toman todos los baremos indicados anteriormente para las valoraciones, principalmente operaciones reales de mercado.

10. Procedimientos de difusión de la información aportada por la Lonja

- Publicación en la propia Lonja.
- Consultas directas de los socios con personal de la Lonja.
- Mediante boletines o folletos periódicos publicados por la Lonja.
- Mediante correo electrónico.

- Publicación en la web de la Lonja.
- A través de empresas de información o portales privados.
- Contestador de respuesta audible.
- SMS.
- Nuevas tecnologías de la información.

CATÁLOGO DE LONJAS
AGROPECUARIAS DE ESPAÑA

Ficha nº 3

Llotja de Bellpuig

DENOMINACIÓN **Llotja de Bellpuig**

1. Ubicación, contacto y antigüedad

Domicilio	Avenida Lleida, 81				
Población	Bellpuig	Provincia	Lleida	C. Postal	25250
Persona de contacto	Miquel Angel Vilamajo Roig		Email	gerencia@llojbellpuig.com	
Teléfono	973 320 200	Página Web	www.llojbellpuig.com		
Fecha de creación y/o puesta en marcha	1969				

2. Funciones y ámbito de actuación/ referenciación

- Mercado de referencia nacional, con influencia en todo el país.
- Referenciar precios de productos agropecuarios.
- Elaborar y suministrar información y documentación sobre precios, producciones y/o mercado.
- Desarrollar funciones como mercado en origen.

3. Figura jurídica, titulares o propietarios, organización y vertebración

- Consorcio (Entes públicos, Cámaras, Cooperativa)

4. Servicios de la lonja

- Organización de Jornadas Técnicas de Formación y divulgación.
- Soporte al comercio local.
- Soporte al turismo local.
- Alquiler de Salas para reuniones y conferencias. Reuniones de Empresa.
- Videoconferencia.
- Servicio de minibar.
- Parking.
- Edificio domotizado.
- Edificio adaptado.
- Servicios de información de precios.
- Alquiler de salas y equipos.
- Servidor web.
- Panel electrónico.

- Boletines informativos, informes, dossiers, etc.
- Servicios de comunicación, imagen y promoción.
- Formación y especialización de socios.

5. Normativa

- Se rige por estatutos propios y por el reglamento de cada mesa.

6. Magnitudes básicas indicativas de la actividad de la Lonja

Número de socios de la Lonja	
Valor aproximado de todas las transacciones comerciales realizadas por operadores de todos los sectores, realizadas bajo la referenciación de los precios de la Lonja	Entre 10 y 50 millones de €
Número de empleados de la Lonja	3
Facturación anual de la propia Lonja (Euros)	11.110,60€
Peso específico de la Lonja en las transacciones sectoriales (%)	

7. Sectores y productos cotizados

Sector	Producto cotizado	Número de productos cotizados
Ganadero	Avicultura de puesta	1
Ganadero	Avicultura de carne	4
Ganadero	Cunicultura	1
Ganadero	Ovino de carne	1
Ganadero	Caracol de cría	1
Ganadero	Porcino de capa blanca	1
Ganadero	Productos ecológicos de origen animal	3
Agrícola	Frutas frescas	5
Agrícola	Hortalizas	1

8. Mesas o Juntas de precios; y frecuencia de las mismas

Sector	Producto	Frecuencia reunión
10	18	Semanal

9. Procedimientos de establecimiento de precios de referencia

Mediante acuerdo establecido en una mesa/junta de precios después de deliberación entre sus componentes en base a:

- Estudios de mercado disponibles.
- Publicaciones de otras Lonjas.
- Experiencia de profesionales participantes en las mesas.

10. Procedimientos de difusión de la información aportada por la Lonja

- Por SMS al cierre de la sesión.
- Por correo electrónico semanal.
- Telefax.
- Contestador automático (Gratis).
- Internet (Gratis).
- Publicación en la propia Lonja.
- Consultas directas de los socios con personal de la Lonja.
- Mediante boletines o folletos periódicos publicados por la Lonja.

CATÁLOGO DE LONJAS
AGROPECUARIAS DE ESPAÑA

Ficha nº 4

Llotja de Cereals de Barcelona

DENOMINACIÓN

Llotja de Cereals de Barcelona

1. Ubicación, contacto y antigüedad

Domicilio	Passeig d'Isabel II, 1 4º planta				
Población	Barcelona	Provincia	Barcelona	C. Postal	08025
Persona de contacto	Aureli Casabona Bel		Email	llotja_cereals@cambrabcn.org	
Teléfono	933 196 525	Página Web	www.llotjadecereals.com		
Fecha de creación y/o puesta en marcha	1400				

2. Funciones y ámbito de actuación/ referenciación

- Referenciar precios de productos agropecuarios.
- Facilitar la concurrencia entre compradores y vendedores y las transacciones comerciales entre ellos, y prestarles servicios como Lonja de contratación.

3. Figura jurídica, titulares o propietarios, organización y vertebración

- Ente dependiente de Cámara de Comercio.

4. Servicios de la lonja

La adhesión como socio a la Lonja permite:

- Acceso libre al mercado.
- Recepción de la hoja de precios semanal por correo postal.
- Información de las actividades del mercado.
- Acceso libre a la Lonja de Cereales del Mediterráneo.

De manera complementaria, se ofrece al socio:

- Recepción de la hoja de precios por fax.
- Recepción de la hoja de precios por correo electrónico.
- Alquiler de mesas del salón de contrataciones.

5. Normativa

- Se rige por estatutos propios y por el reglamento de cada mesa de precios.

6. Magnitudes básicas indicativas de la actividad de la Lonja

Número de socios de la Lonja	515
Valor aproximado de todas las transacciones comerciales realizadas por operadores de todos los sectores, realizadas bajo la referenciación de los precios de la Lonja	Más de 100 millones de €
Número de empleados de la Lonja	1
Facturación anual de la propia Lonja (Euros)	76.320,00€
Peso específico de la Lonja en las transacciones sectoriales (%)	

7. Sectores y productos cotizados

Sector	Producto cotizado	Número de productos cotizados
Agrícola	Cereales	6
Agrícola	Semillas oleoproteaginosas	4
Agrícola	Forrajes	2
Agrícola	Legumbres	5
Agrícola	Frutos secos	3
Agrícola	Subproductos	
Agrícola	Subproductos lácticos proteicos	
Agrícola	Grasas	

8. Mesas o Juntas de precios; y frecuencia de las mismas

Sector	Producto	Frecuencia reunión
Agrícola	Cereales	Semanalmente
Agrícola	Semillas oleoproteaginosas	Semanalmente
Agrícola	Forrajes	Semanalmente
Agrícola	Subproductos	Semanalmente

Agrícola	Legumbres	Semanalmente
Agrícola	Frutos secos	Semanalmente
Agrícola	Subproductos lácticos proteicos	Semanalmente
Agrícola	Grasas	Semanalmente

9. Procedimientos de establecimiento de precios de referencia

- Mediante acuerdo establecido en una mesa/junta de precios después de deliberación entre sus componentes.

10. Procedimientos de difusión de la información aportada por la Lonja

- Fax.
- Correo electrónico.
- Correo postal.
- Teléfono.
- Internet (Público, cotizaciones de la semana anterior).
- Publicación en la propia Lonja.
- Consultas directas de los socios con personal de la Lonja.
- Mediante boletines o folletos periódicos publicados por la Lonja.

CATÁLOGO DE LONJAS
AGROPECUARIAS DE ESPAÑA

Ficha nº 5

Llotja de Contratació de Girona

DENOMINACIÓN

Llotja de contratació de Girona

1. Ubicación, contacto y antigüedad

Domicilio	Gran Vía Jaume I, 46				
Población	Girona	Provincia	Girona	C. Postal	1700
Persona de contacto	Domenec Morera		Email	direccio@lonjagirona.org	
Teléfono	972418500	Página Web	www.llotjagirona.org		
Fecha de creación y/o puesta en marcha	1990				

2. Funciones y ámbito de actuación/ referenciación

- Constituir un establecimiento público para el intercambio regular de productos comercializables o cotizables usualmente, para la celebración de operaciones de tráfico mercantil y para la información de las cotizaciones registradas.

3. Figura jurídica, titulares o propietarios, organización y vertebración

- Ente dependiente de la cámara de comercio

4. Servicios de la lonja

- Consolidación y ampliación del desarrollo satisfactorio de las mesas de precios.
- Mesas de cotización de productos: vacuno, cereales, madera, porcino, cárnico y ovino.
- Hoja semanal de precios.
- Envío periódico de información estadística de la evolución de las cotizaciones.
- Información puntual de los precios del resto de lonjas representativas de los diferentes sectores.
- Realización periódica de conferencias - coloquios sobre temas de interés empresarial.
- Participación activa en el Consejo de Lonjas catalanas, Interlonjas y Bolsa Europea de Comercio.
- Organización de la Lonja Extraordinaria Girona – Costa Brava, durante el mes de septiembre, cada año desde el año 2001, abierta a productores, vendedores y compradores de todo Catalunya y del resto del Estado Español.
- Organización anual de la fiesta de la Matanza “del cerdo” el último viernes del mes de febrero
- El año 2004 se organizó la I Mesa Nacional de la Madera, que se hace anualmente entre la Lonjade Girona y la de Vic, correlativamente.

- Servicios a disposición de los socios y usuarios del Palco:
 - Número de mesas: 50.
 - Despacho administrativo.
 - Secretaria, administrativa y conserje.
 - Parking privado, bar y restaurante.
 - Sala de actos para 90 personas.
 - Despacho administrativo y sala de reuniones.

5. Normativa

- Se rige Estatutos de la Lonja y Reglamento de las mesas.

6. Magnitudes básicas indicativas de la actividad de la Lonja

Número de socios de la Lonja	110
Valor aproximado de todas las transacciones comerciales realizadas por operadores de todos los sectores, realizadas bajo la referenciación de los precios de la Lonja	
Número de empleados de la Lonja	3
Facturación anual de la propia Lonja (Euros)	
Peso específico de la Lonja en las transacciones sectoriales (%)	

7. Sectores y productos cotizados

Sector	Producto cotizado	Número de productos cotizados
Ganadero	Vacuno de carne	7
Ganadero	Caprino de carne	5
Ganadero	Porcino de capa blanca	13
Agrícola	Madera	22
Agrícola	Cereales	28
Agrícola	Frutas frescas	3

8. Mesas o Juntas de precios; y frecuencia de las mismas

Sector	Producto	Frecuencia reunión
Ganadero	Vacuno de carne	Semanal
Ganadero	Caprino de carne	Semanal
Ganadero	Porcino de capa blanca	Semanal
Agrícola	Madera	Según campañas
Agrícola	Cereales	Semanal
Agrícola	Frutas frescas	Semanal

9. Procedimientos de establecimiento de precios de referencia

Mediante acuerdo establecido en una mesa/junta de precios después de deliberación entre sus componentes en base a:

- Experiencia de profesionales participantes en las mesas.

10. Procedimientos de difusión de la información aportada por la Lonja

- Publicación en la propia Lonja.
- Consultas directas de los socios con personal de la Lonja.
- Mediante correo electrónico.
- Publicación en la web de la Lonja.
- Mediante jornadas, foros, reuniones, etc.

CATÁLOGO DE LONJAS
AGROPECUARIAS DE ESPAÑA

Ficha nº 6

Llotja de Reus

DENOMINACIÓN

Llotja de Reus

1. Ubicación, contacto y antigüedad

Domicilio	Plaça Prim, 6 - C/ Boule, 2				
Población	Reus	Provincia	Tarragona	C. Postal	43201
Persona de contacto	JUAN JOSÉ SARDÀ ARASA		Email	jsarda@cambrareus.org	
Teléfono	977 33 80 81	Página Web	www.lonjadereus.org		
Fecha de creación y/o puesta en marcha	1972				

2. Funciones y ámbito de actuación/ referenciación

- La elaboración de cotizaciones y precios orientativos de los productos de la zona.
- Referenciar precios de productos agropecuarios.
- Elaborar y suministrar información y documentación sobre precios, producciones y/o mercados.
- Facilitar la concurrencia entre compradores y vendedores y las transacciones comerciales entre ellos, y prestarles servicios como Lonja de contratación.
- Desarrollar funciones como mercado en origen.
- Prestar servicios de arbitraje y/o peritaje.

3. Figura jurídica, titulares o propietarios, organización y vertebración

- Ente dependiente de cámara de comercio.

4. Servicios de la lonja

- Recepción de las cotizaciones semanales de la Lonja.
- Soporte (físico) al usuario.
- Servicios telemáticos (Acceso a la información de otros mercados).
- Certificaciones de precios.
- Oficinas propias.
- Centro de reuniones y negocios para socios.
- Administración, gestión u otros servicios subcontratados.
- Varios ordenadores, servidor, etc.
- Boletines informativos, informes, dossiers, etc.
- Asistencia técnica, jurídica, logística, fiscal, etc.

5. Normativa

- Se rige por Estatutos propios, por el Reglamento, Normas Fundacionales y Reglamento de Mesas

6. Magnitudes básicas indicativas de la actividad de la Lonja

Número de socios de la Lonja	5000
Valor aproximado de todas las transacciones comerciales realizadas por operadores de todos los sectores, realizadas bajo la referenciación de los precios de la Lonja	Entre 10 y 50 millones de €
Número de empleados de la Lonja	2
Facturación anual de la propia Lonja (Euros)	7.000,00€
Peso específico de la Lonja en las transacciones sectoriales (%)	

7. Sectores y productos cotizados

Sector	Producto cotizado	Número de productos cotizados
Ganadero	Vacuno de carne	2
Ganadero	Avicultura de carne	3
Ganadero	Avicultura de puesta	1
Ganadero	Porcino de capa blanca	2
Ganadero	Ovino de carne	1
Ganadero	Apicultura	1
Ganadero	Cunicultura	1
Agrícola	Frutos secos	4
Agrícola	Aceite y aceituna	2
Agrícola	Vino y uva	2
Agrícola	Miel	1
Agrícola	Legumbres	2
Agrícola	Cereales	3
Agrícola	Semillas oleoproteaginosas	1
Agrícola	Forrajes	1

8. Mesas o Juntas de precios; y frecuencia de las mismas

Sector	Producto	Frecuencia reunión
Ganadero	Avicultura de carne	Semanalmente
Ganadero	Avicultura de puesta	Semanalmente
Ganadero	Porcino	Semanalmente
Agrícola	Frutos secos	Semanalmente
Agrícola	Forrajes	Semanalmente
Agrícola	Vino y uva	Semanalmente

9. Procedimientos de establecimiento de precios de referencia

Para realizar la fijación de precios, los participantes se dividen en dos grupos:

- Los coordinadores de Precios que recogen personal y telefónicamente las operaciones reales y opiniones de informadores. Esta tarea la lleva a cabo el Colegio Oficial de Agentes Comerciales de Reus.
- Los Vocales de las cinco Mesas de Precios del Mercado en Origen de la Lonja, productores y comercializadores de diferentes productos que discuten los precios de referencia que se darán a conocer.

Los resultados de fusionar la información de los dos grupos anteriores es la hoja de precios, que se entrega a los usuarios en la Sala de Contrataciones del Mercado de Reus, marcando el fin de la sesión.

10. Procedimientos de difusión de la información aportada por la Lonja

- Correo electrónico.
- Fax.
- En el web de la Lonja.
- Publicación en la propia Lonja.
- Consultas directas de los socios con personal de la Lonja.
- Mediante boletines o folletos periódicos publicados por la Lonja.
- A través de empresas de información o portales privados.

CATÁLOGO DE LONJAS
AGROPECUARIAS DE ESPAÑA

Ficha nº 7

Llotja de Vic

DENOMINACIÓN
Llotja de Vic
1. Ubicación, contacto y antigüedad

Domicilio	C. Historiador Ramón d'Abadal i Vinyals, 5				
Población	Vic	Provincia	Barcelona	C. Postal	08500
Persona de contacto				Email	llojtadovic@cambrabcn.org
Teléfono	93 889 54 14	Página Web	www.llojtadovic.org		
Fecha de creación y/o puesta en marcha	1984				

2. Funciones y ámbito de actuación/ referenciación

- Referenciar precios de productos agropecuarios.
- Elaborar y suministrar información y documentación sobre precios, producciones y/o mercados.
- Facilitar la concurrencia entre compradores y vendedores y las transacciones comerciales entre ellos, y prestarles servicios como Lonja de contratación.
- Desarrollar funciones como mercado en origen.
- Prestar servicios de arbitraje y/o peritaje.

3. Figura jurídica, titulares o propietarios, organización y vertebración

- Ente dependiente de Cámara de Comercio.

4. Servicios de la lonja

- Boletines informativos.
- Informes, dossiers, etc.
- Locales de reunión, negocios, comunicación, etc.

5. Normativa

- Se rige por estatutos propios.

6. Magnitudes básicas indicativas de la actividad de la Lonja

Número de socios de la Lonja	229
Valor aproximado de todas las transacciones comerciales realizadas por operadores de todos los sectores, realizadas bajo la referenciación de los precios de la Lonja	>100 millones €
Número de empleados de la Lonja	2
Facturación anual de la propia Lonja (Euros)	21.924 €
Peso específico de la Lonja en las transacciones sectoriales (%)	

7. Sectores y productos cotizados

Sector	Producto cotizado	Número de productos cotizados
Ganadero	Porcino de capa blanca	2
Ganadero	Vacuno de carne	5
Agrícola	Madera	15
Agrícola	Trufa	1

8. Mesas o Juntas de precios; y frecuencia de las mismas

Sector	Producto	Frecuencia reunión
Ganadero	Porcino de capa blanca	Semanalmente
Ganadero	Vacuno de carne	Semanalmente
Agrícola	Madera	Semestralmente
Agrícola	Trufa	Semanalmente (Noviembre a marzo)

9. Procedimientos de establecimiento de precios de referencia

- Mediante horquillas de precios orientativos.
- Mediante acuerdo establecido en una mesa/junta de precios después de deliberación entre sus componentes.

10. Procedimientos de difusión de la información aportada por la Lonja

- Publicación en la propia Lonja.
- Consultas directas de los socios con personal de la Lonja.
- Mediante boletines o folletos periódicos publicados por la Lonja.
- Mediante correo electrónico.
- Publicación en la web de la Lonja.
- A través de las redes sociales.
- A través de empresas de información o portales privados.
- Prensa.

CATÁLOGO DE LONJAS
AGROPECUARIAS DE ESPAÑA

Ficha nº 8

Lonja Agropecuaria Del Ebro

DENOMINACIÓN

Lonja Agropecuaria Del Ebro

1. Ubicación, contacto y antigüedad

Domicilio	Camino de Cogullada 65, Centro de Negocios Mercazaragoza				
Población	Zaragoza	Provincia	Zaragoza	C. Postal	50014
Persona de contacto	Ignacio de Diego		Email	lonjadelebro@ebro.org	
Teléfono	976 464 396	Página Web	www.ebro.org		
Fecha de creación y/o puesta en marcha	1976				

2. Funciones y ámbito de actuación/ referenciación

- Referenciar precios de productos agropecuarios.
- Elaborar y suministrar información y documentación sobre precios, producciones y/o mercados.
- Facilitar la concurrencia entre compradores y vendedores y las transacciones comerciales entre ellos, y prestarles servicios como Lonja de contratación.
- Desarrollar funciones como mercado en origen.
- Prestar servicios de arbitraje y/o peritaje.

3. Figura jurídica, titulares o propietarios, organización y vertebración

- Asociación

4. Servicios de la lonja

- Administración, gestión u otros servicios subcontratados.
- Servidor, Red Cable, Wifi, Ordenadores e impresoras.
- Fax.
- Boletines informativos, informes, dossiers, etc.
- Suscripción y seguimiento de contratos.
- Locales de reunión, negocios, comunicación, etc.

5. Normativa

- Se rige por estatutos propios y por el Reglamento de cada Mesa de Precios.

6. Magnitudes básicas indicativas de la actividad de la Lonja

Número de socios de la Lonja	260
Valor aproximado de todas las transacciones comerciales realizadas por operadores de todos los sectores, realizadas bajo la referenciación de los precios de la Lonja	Entre 50 y 100 millones de €
Número de empleados de la Lonja	3
Facturación anual de la propia Lonja (Euros)	157.560,82€
Peso específico de la Lonja en las transacciones sectoriales (%)	

7. Sectores y productos cotizados

Sector	Producto cotizado	Número de productos cotizados
Ganadero	Avicultura de carne	6
Ganadero	Avicultura de puesta	4
Ganadero	Cunicultura	1
Ganadero	Porcino de capa blanca	6
Ganadero	Ovino de carne	14
Ganadero	Vacuno de carne	40
Agrícola	Cereales	40
Agrícola	Frutas frescas	30
Agrícola	Productos ecológicos de origen vegetal	10

8. Mesas o Juntas de precios; y frecuencia de las mismas

Sector	Producto cotizado	Frecuencia reunión
Ganadero	Avicultura de carne	Semanalmente
Ganadero	Avicultura de puesta	Semanalmente
Ganadero	Cunicultura	Semanalmente
Ganadero	Porcino de capa blanca	Semanalmente
Ganadero	Ovino de carne	Semanalmente
Ganadero	Vacuno de carne	Semanalmente
Agrícola	Cereales	Semanalmente

Agrícola	Frutas frescas	Semanalmente
Agrícola	Productos ecológicos de origen vegetal	Semanalmente

9. Procedimientos de establecimiento de precios de referencia

El establecimiento de precios de referencia se hace en base a:

- Acuerdo establecido en una mesa/junta de precios después de deliberación entre sus componentes.
- Referenciación a precios de otras Lonjas de Precios.
- Estudios de mercado realizados por la Lonja.

10. Procedimientos de difusión de la información aportada por la Lonja

- Publicación en la propia Lonja.
- Consultas directas de los socios con personal de la Lonja.
- Fax.
- Correo electrónico.
- Publicación en la web de la Lonja.
- Empresas de información o portales privados.

CATÁLOGO DE LONJAS
AGROPECUARIAS DE ESPAÑA

Ficha nº 9

Lonja Agropecuaria de Binéfar

DENOMINACIÓN

Lonja Agropecuaria de Binéfar

1. Ubicación, contacto y antigüedad

Domicilio	Avenida El Pilar, 3				
Población	Binéfar	Provincia	Huesca	C. Postal	22500
Persona de contacto	Santiago Español Sorando		Email	lonjab@lonjabinefar.com	
Teléfono	974 430 518	Página Web	www.lonjabinefar.com		
Fecha de creación y/o puesta en marcha	1987				

2. Funciones y ámbito de actuación/ referenciación

- Facilita a los productores agropecuarios la planificación de sus explotaciones en consecuencia a los acuerdos tomados en las Mesas de precios.
- Mantiene la rentabilidad del sector en un mercado competitivo.
- La Lonja de Binéfar es primera referencia del mercado de vacuno de carne español, con influencias sobre el resto de Europa.

3. Figura jurídica, titulares o propietarios, organización y vertebración

- Asociación

4. Servicios de la lonja

- Oficinas propias.
- Centro de reuniones y negocios para socios.
- Administración, gestión u otros servicios subcontratados.
- Boletines informativos, informes, dossiers, etc.
- Suscripción y seguimiento de contratos.
- Información sobre futuros financieros.
- Servicios de comunicación, imagen y promoción.
- Formación y especialización de socios.
- Jornadas agropecuarias.

5. Normativa

- Se rige por estatutos propios.

6. Magnitudes básicas indicativas de la actividad de la Lonja

Número de socios de la Lonja	460
Valor aproximado de todas las transacciones comerciales realizadas por operadores de todos los sectores, realizadas bajo la referenciación de los precios de la Lonja	Más de 100 millones de €
Número de empleados de la Lonja	2
Facturación anual de la propia Lonja (Euros)	57.458,71€
Peso específico de la Lonja en las transacciones sectoriales (%)	

7. Sectores y productos cotizados

Sector	Producto cotizado	Número de productos cotizados
Ganadero	Vacuno de carne	44
Ganadero	Ovino de carne	7
Ganadero	Porcino de capa blanca	6
Agrícola	Forrajes	8
Agrícola	Cereales	4

8. Mesas o Juntas de precios; y frecuencia de las mismas

Sector	Productos	Frecuencia reunión
5	39	Semanalmente

9. Procedimientos de establecimiento de precios de referencia

Los precios se elaboran Mediante acuerdo establecido en una mesa/junta de precios después de deliberación entre sus componentes y a partir de estudios de mercado realizados por la Lonja, utilizando como fuentes de información:

- Estudios de mercado disponibles.
- Publicaciones de otras Lonjas.
- Publicaciones o informes de la Administración.
- Experiencia de profesionales participantes en las mesas.

10. Procedimientos de difusión de la información aportada por la Lonja

- Teléfono.
- Internet.
- SMS.
- Publicación en la propia Lonja.
- Mediante fax.
- Mediante correo electrónico.
- A través de las redes sociales.
- Mediante jornadas, foros, reuniones, etc.
- App móvil.

CATÁLOGO DE LONJAS AGROPECUARIAS DE ESPAÑA

Ficha nº 10

Consulado de la Lonja de Valencia

DENOMINACIÓN

Consulado de la Lonja de Valencia

1. Ubicación, contacto y antigüedad

Domicilio	C/ Conde de Almodóvar, 4				
Población	Valencia	Provincia	Valencia	C. Postal	46003
Persona de contacto				Email	consulado@lonjadevalencia.com
Teléfono	96 391 22 95	Página Web	www.lonjadevalencia.com		
Fecha de creación y/o puesta en marcha	1934				

2. Funciones y ámbito de actuación/ referenciación

- Referenciar precios de productos agropecuarios;
- Elaborar y suministrar información y documentación sobre precios, producciones y/o mercados;
- Facilitar la concurrencia entre compradores y vendedores y las transacciones comerciales entre ellos, y prestarles servicios como Lonja de contratación;
- Prestar servicios de arbitraje y/o peritaje;
- Prestar servicios técnicosanitarios, laboratorio, calidad, tipificación, etiquetado, inspección, etc.

3. Figura jurídica, titulares o propietarios, organización y vertebración

- Institución arbitral/ Asociación

4. Servicios de la lonja

- Oficinas propias.
- Centro de reuniones y negocios para socios.
- Administración, gestión u otros servicios subcontratados.
- Internet, diferentes programas, etc.
- Boletines informativos, informes, dossiers, etc.
- Suscripción y seguimiento de contratos.
- Locales de reunión, negocios, comunicación, etc.
- Formación y especialización de socios.
- Información de precios (Boletín de Precios, Precios Cítricos, Mercado Lonja)
- Análisis de Laboratorio.
- Contrato Oficial.

Previa solicitud, se ofrecen también los servicios de:

- Certificación de Precios.
- Inspección de mercancías.
- Peritajes y Arbitrajes.

5. Normativa

- Se rige por estatutos propios.

6. Magnitudes básicas indicativas de la actividad de la Lonja

Número de socios de la Lonja	173
Valor aproximado de todas las transacciones comerciales realizadas por operadores de todos los sectores, realizadas bajo la referenciación de los precios de la Lonja	Entre 10 y 50 millones de €
Número de empleados de la Lonja	1
Facturación anual de la propia Lonja (Euros)	
Peso específico de la Lonja en las transacciones sectoriales (%)	

7. Sectores y productos cotizados

Sector	Producto cotizado	Número de productos cotizados
Ganadero	Porcino de capa blanca	4
Ganadero	Avicultura de puesta	4
Agrícola	Frutas frescas	22
Agrícola	Cereales	33
Agrícola	Patatas	6
Agrícola	Legumbres	18
Agrícola	Frutos secos	15
Agrícola	Harinas proteicas y garrofa	27

8. Mesas o Juntas de precios; y frecuencia de las mismas

Sector	Producto	Frecuencia reunión
Ganadero	Porcino de capa blanca	Semanalmente
Ganadero	Avicultura de puesta	Semanalmente
Agrícola	Frutas frescas	Semanalmente
Agrícola	Cereales	Semanalmente
Agrícola	Patatas	Semanalmente
Agrícola	Legumbres	Semanalmente
Agrícola	Frutos secos	Semanalmente
Agrícola	Harinas proteicas y garrofa	Semanalmente

9. Procedimientos de establecimiento de precios de referencia

- Mediante acuerdo establecido en una mesa/junta de precios después de deliberación entre sus componentes en base a la experiencia de los integrantes de las mesas.
- Consultas telefónicas y telemáticas.

10. Procedimientos de difusión de la información aportada por la Lonja

- Publicación en la propia Lonja.
- Consultas directas de los socios con personal de la Lonja.
- Mediante boletines o folletos periódicos publicados por la Lonja.
- Mediante fax.
- Mediante correo electrónico.
- Publicación en la web de la Lonja.
- A través de Ayuntamientos e Instituciones.
- Contestador (Precios cítricos).

CATÁLOGO DE LONJAS AGROPECUARIAS DE ESPAÑA

Ficha nº 11

Lonja Agropecuaria para La Mancha - ITAP

DENOMINACIÓN

Lonja Agropecuaria para La Mancha-ITAP

1. Ubicación, contacto y antigüedad

Domicilio	Avenida Gregorio Arcos 19				
Población	Albacete	Provincia	Albacete	C. Postal	02005
Persona de contacto				Email	lonja@itap.es
Teléfono	967190090	Página Web	www.itap.es		
Fecha de creación y/o puesta en marcha	1977				

2. Funciones y ámbito de actuación/ referenciación

- Actuación a nivel provincial, regional y nacional.
- Desde la entrada de España en la CE hasta 2001, fue Mercado Testigo Nacional para el sector ovino de cara a la Unión Europea.
- Referenciar precios de productos agropecuarios.
- Elaborar y suministrar información y documentación sobre precios, producciones y/o mercados.
- Facilitar la concurrencia entre compradores y vendedores y las transacciones comerciales entre ellos, y prestarles servicios como Lonja de contratación.
- Desarrollar funciones como mercado en origen.

3. Figura jurídica, titulares o propietarios, organización y vertebración

- Ente dependiente de diputación.

4. Servicios de la lonja

- Boletines informativos, informes, dossiers, etc.
- Suscripción y seguimiento de contratos.
- Locales de reunión, negocios, comunicación, etc.
- Información sobre futuros financieros.
- Servicios de comunicación, imagen y promoción.
- Ordenador, internet, impresoras, fax.

5. Normativa

- Se rige por el Reglamento de la propia Lonja

6. Magnitudes básicas indicativas de la actividad de la Lonja

Número de socios de la Lonja	295
Valor aproximado de todas las transacciones comerciales realizadas por operadores de todos los sectores, realizadas bajo la referenciación de los precios de la Lonja	Entre 1 y 10 millones de €
Número de empleados de la Lonja	1
Facturación anual de la propia Lonja (Euros)	
Peso específico de la Lonja en las transacciones sectoriales (%)	

7. Sectores y productos cotizados

Sector	Producto cotizado	Número de productos cotizados
Ganadero	Ovino de carne	18
Ganadero	Leche y productos lácteos	3
Ganadero	Porcino de capa blanca	6
Ganadero	Cunicultura	1
Ganadero	Productos ecológicos de origen animal	1
Ganadero	Lana	1
Agrícola	Cereales	12
Agrícola	Legumbres	1
Agrícola	Semillas oleoproteaginosas	7
Agrícola	Productos ecológicos de origen vegetal	11

8. Mesas o Juntas de precios; y frecuencia de las mismas

Sector	Producto	Frecuencia reunión
Ganadero	Ovino de carne	Semanalmente
Ganadero	Leche y productos lácteos	Semanalmente
Ganadero	Porcino de capa blanca	Semanalmente
Agrícola	Cereales	Semanalmente

Agrícola	Legumbres	Semanalmente
Agrícola	Semillas oleoproteaginosas	Semanalmente
Agrícola	Productos ecológicos de origen vegetal	Semanalmente

9. Procedimientos de establecimiento de precios de referencia

La elaboración de precios de referencia se hace atendiendo a:

- Estudios de mercado disponibles.
- Publicaciones de otras Lonjas.
- Publicaciones o informes de la Administración.
- Experiencia de profesionales participantes en las mesas.

10. Procedimientos de difusión de la información aportada por la Lonja

- Publicación en la propia Lonja.
- Consultas directas de los socios con personal de la Lonja.
- Boletines o folletos periódicos publicados por la Lonja.
- Fax.
- Correo electrónico.
- Publicación en la web de la Lonja.
- SMS.
- Contestador automático.
- Correo postal.
- Prensa.

CATÁLOGO DE LONJAS
AGROPECUARIAS DE ESPAÑA

Ficha nº 12

Lonja Agropecuaria de Cuenca

DENOMINACIÓN

Lonja Agropecuaria de Cuenca

1. Ubicación, contacto y antigüedad

Domicilio	C/ Calderón de la Barca 30.				
Población	Cuenca	Provincia	Cuenca	C. Postal	16001
Persona de contacto				Email	
Teléfono	969 222 351	Página Web	www.camaracuenca.org		
Fecha de creación y/o puesta en marcha					

2. Funciones y ámbito de actuación/ referenciación

--	--

3. Figura jurídica, titulares o propietarios, organización y vertebración

- Ente dependiente de cámara de comercio.

4. Servicios de la lonja

- Información a socios

5. Normativa

- Estatutos propios y Reglamentos de las Mesas de Precios

6. Magnitudes básicas indicativas de la actividad de la Lonja

Número de socios de la Lonja	
Valor aproximado de todas las transacciones comerciales realizadas por operadores de todos los sectores, realizadas bajo la referenciación de los precios de la Lonja	
Número de empleados de la Lonja	
Facturación anual de la propia Lonja (Euros)	
Peso específico de la Lonja en las transacciones sectoriales (%)	

7. Sectores y productos cotizados

Sector	Producto cotizado	Número de productos cotizados
Agrícola	Cereales	5
Agrícola	Leguminosas	4
Agrícola	Semillas oleoproteaginosas	4

8. Mesas o Juntas de precios; y frecuencia de las mismas

Sector	Producto	Frecuencia reunión
3	13	Semanalmente

9. Procedimientos de establecimiento de precios de referencia

Mediante acuerdo establecido en una mesa/junta de precios después de deliberación entre sus componentes en base a:

- Experiencia de profesionales participantes en las mesas.

10. Procedimientos de difusión de la información aportada por la Lonja

- Publicación en la propia Lonja.
- Consultas directas de los socios con personal de la Lonja.
- Mediante correo electrónico.
- Publicación en la web de la Lonja.
- Mediante jornadas, foros, reuniones, etc.

CATÁLOGO DE LONJAS
AGROPECUARIAS DE ESPAÑA

Ficha nº 13

Lonja Agropecuaria de Ciudad Real

DENOMINACIÓN

Lonja Agropecuaria de Ciudad Real

1. Ubicación, contacto y antigüedad

Domicilio	C/ Lanza, 2				
Población	Ciudad Real	Provincia	Ciudad Real	C. Postal	13004
Persona de contacto	José Cano		Email	lonja@camaracr.org	
Teléfono	926 274 444	Página Web	www.camaracc.org		
Fecha de creación y/o puesta en marcha	1996				

2. Funciones y ámbito de actuación/ referenciación

- Servicios de información a socios.

3. Figura jurídica, titulares o propietarios, organización y vertebración

- Ente dependiente de la Cámara de Comercio.

4. Servicios de la lonja

- Oficina de información y certificación de precios y mercados.
- Banco de Datos Telelonja.

5. Normativa

- Estatutos propios y Reglamentos de las Mesas de Precios.

6. Magnitudes básicas indicativas de la actividad de la Lonja

Número de socios de la Lonja	
Valor aproximado de todas las transacciones comerciales realizadas por operadores de todos los sectores, realizadas bajo la referenciación de los precios de la Lonja	
Número de empleados de la Lonja	
Facturación anual de la propia Lonja (Euros)	

Peso específico de la Lonja en las transacciones sectoriales (%)

7. Sectores y productos cotizados

Sector	Producto cotizado	Número de productos cotizados
Ganadero	Ovino de carne	5
Ganadero	Vacuno de carne	2
Ganadero	Carne de caza	7
Agrícola	Cereales	6
Agrícola	Legumbres	3
Agrícola	Semillas oleoproteaginosas	3

8. Mesas o Juntas de precios; y frecuencia de las mismas

Sector	Producto	Frecuencia reunión
Ganadero	Ovino de carne	Semanal
Ganadero	Vacuno de carne	Quincenal
Ganadero	Carne de caza	Quincenal (Durante el período hábil de caza)
Agrícola	Cereales	Quincenal
Agrícola	Legumbres	Quincenal
Agrícola	Semillas oleoproteaginosas	Quincenal

9. Procedimientos de establecimiento de precios de referencia

Mediante acuerdo establecido en una mesa/junta de precios después de deliberación entre sus componentes en base a:

- Experiencia de profesionales participantes en las mesas.

10. Procedimientos de difusión de la información aportada por la Lonja

- Web
- Correo electrónico
- Correo ordinario
- Fax
- Boletín
- Teléfono

CATÁLOGO DE LONJAS
AGROPECUARIAS DE ESPAÑA

Ficha nº 14

Lonja Agropecuaria de Galicia

DENOMINACIÓN

Lonja Agropecuaria de Galicia

1. Ubicación, contacto y antigüedad

Domicilio	Avda. Recinto Ferial S/N				
Población	Silleda	Provincia	Pontevedra	C. Postal	36540
Persona de contacto				Email	semanaverde@feiragalicia.com
Teléfono	986 580050	Página Web	www.semanaverde.es/lonxagropecuaria		
Fecha de creación y/o puesta en marcha	1981				

2. Funciones y ámbito de actuación/ referenciación

- Concentrar la oferta y la demanda a fin de reducir los costes.
- Ofertar los medios adecuados para la comercialización de ganado vacuno.
- Elaboración de un banco de datos con el fin de suministrar la máxima información posible, tanto a vendedores como a compradores.
- Elaboración y publicación de precios reales de venta.

3. Figura jurídica, titulares o propietarios, organización y vertebración

- Es un Mercado Ganadero dependiente de la Administración Regional, en el cual se efectúan actividades de Lonja Agropecuaria

4. Servicios de la lonja

- Subasta de ganado vacuno.
- Mesas de precios de porcino, gallina, conejo y huevos.

5. Normativa

- Reglamentación de Mercados de Ganado.
- Reglamento de la Lonja

6. Magnitudes básicas indicativas de la actividad de la Lonja

Número de socios de la Lonja

Valor aproximado de todas las transacciones comerciales realizadas por operadores de todos los sectores, realizadas bajo la referenciación de los precios de la Lonja

Número de empleados de la Lonja	
Facturación anual de la propia Lonja (Euros)	
Peso específico de la Lonja en las transacciones sectoriales (%)	

7. Sectores y productos cotizados

Sector	Producto cotizado	Número de productos cotizados
Ganadero	Vacuno de carne	3
Ganadero	Porcino de capa blanca	3
Ganadero	Avicultura de carne	1
Ganadero	Avicultura de puesta	1
Ganadero	Cunicultura	1

8. Mesas o Juntas de precios; y frecuencia de las mismas

Sector	Producto	Frecuencia reunión
Ganadero	Vacuno de carne	Semanalmente
Ganadero	Porcino de capa blanca	Semanalmente
Ganadero	Avicultura de carne	Semanalmente
Ganadero	Avicultura de puesta	Semanalmente
Ganadero	Cunicultura	Semanalmente

9. Procedimientos de establecimiento de precios de referencia

Mediante acuerdo establecido en una mesa/junta de precios después de deliberación entre sus componentes en base a:

- Experiencia de profesionales participantes en las mesas.

10. Procedimientos de difusión de la información aportada por la Lonja

- A través de su página web.

CATÁLOGO DE LONJAS
AGROPECUARIAS DE ESPAÑA

Ficha nº 15

Lonja Agropecuaria de León

DENOMINACIÓN

Lonja Agropecuaria de León

1. Ubicación, contacto y antigüedad

Domicilio	Avenida San Marcos 6, 1ºG				
Población	León	Provincia	León	C. Postal	24002
Persona de contacto				Email	agraria@camaraagrariadeleon.com
Teléfono	987 22 61 40	Página Web	www.camaraagrariadeleon.com		
Fecha de creación y/o puesta en marcha					

2. Funciones y ámbito de actuación/ referenciación

- Mercado Ganadero
- Lonja Agropecuaria
- Exposiciones y eventos

3. Figura jurídica, titulares o propietarios, organización y vertebración

- Ente dependiente de la Cámara Agraria y del Ayuntamiento (Mercado)

4. Servicios de la lonja

- Mercado ganadero
- Cotizaciones de ganado
- Punto de encuentro de operadores
- Mercado referente en equino

5. Normativa

- Reglamentos del mercado Ganadero y de la Lonja

6. Magnitudes básicas indicativas de la actividad de la Lonja

Número de socios de la Lonja	
Valor aproximado de todas las transacciones comerciales realizadas por operadores de todos los sectores, realizadas bajo la referenciación de los precios de la Lonja	
Número de empleados de la Lonja	

Facturación anual de la propia Lonja (Euros)

Peso específico de la Lonja en las transacciones sectoriales (%)

7. Sectores y productos cotizados

Sector	Producto cotizado	Número de productos cotizados
Agrícola	Legumbres	1
Agrícola	Cereales	5
Agrícola	Forrajes	5
Agrícola	Patatas	8
Agrícola	Semillas oleoproteaginosas	1
Ganadero	Leche y productos lácteos	3
Ganadero	Vacuno de carne	3
Ganadero	Ovino de carne	3
Ganadero	Caprino de carne	1
Ganadero	Equino	1

8. Mesas o Juntas de precios; y frecuencia de las mismas

Sector	Producto	Frecuencia reunión
10	31	Según eventos

9. Procedimientos de establecimiento de precios de referencia

Mediante acuerdo establecido en una mesa/junta de precios después de deliberación entre sus componentes en base a:

- Experiencia de profesionales participantes en las mesas.

10. Procedimientos de difusión de la información aportada por la Lonja

- Publicación en la propia Lonja.
- Consultas directas de los socios con personal de la Lonja.
- Mediante correo electrónico.
- Publicación en la web de la Lonja.
- Mediante jornadas, foros, reuniones, etc.

CATÁLOGO DE LONJAS
AGROPECUARIAS DE ESPAÑA

Ficha nº 16

Lonja Agropecuaria de Lerma

DENOMINACIÓN

Lonja Agropecuaria de Lerma

1. Ubicación, contacto y antigüedad

Domicilio	Calle de la Audiencia, 5				
Población	Lerma	Provincia	Burgos	C. Postal	09340
Persona de contacto			Email		
Teléfono			Página Web		
Fecha de creación y/o puesta en marcha					

2. Funciones y ámbito de actuación/ referenciación

- Elaboración de información

3. Figura jurídica, titulares o propietarios, organización y vertebración

- Dependencia de Caja de Ahorros

4. Servicios de la lonja

- Envío de hojas informativas para su publicación general.
- envío de información a Administración y MERCASA.

5. Normativa

- Reglamento de la Lonja.

6. Magnitudes básicas indicativas de la actividad de la Lonja

Número de socios de la Lonja	
Valor aproximado de todas las transacciones comerciales realizadas por operadores de todos los sectores, realizadas bajo la referenciación de los precios de la Lonja	
Número de empleados de la Lonja	
Facturación anual de la propia Lonja (Euros)	
Peso específico de la Lonja en las transacciones sectoriales (%)	

7. Sectores y productos cotizados

Sector	Producto cotizado	Número de productos cotizados
Ganadero	Vacuno de carne	3
Ganadero	Porcino	5
Agrícola	Cereales	2

8. Mesas o Juntas de precios; y frecuencia de las mismas

Sector	Producto	Frecuencia reunión
3	10	

9. Procedimientos de establecimiento de precios de referencia

Mediante acuerdo establecido en una mesa/junta de precios después de deliberación entre sus componentes en base a:

- Experiencia de profesionales participantes en las mesas.

10. Procedimientos de difusión de la información aportada por la Lonja

- Publicación en la propia Lonja.
- Consultas directas de los socios con personal de la Lonja.
- Mediante correo electrónico.
- Publicación en la web de la Lonja.
- Mediante jornadas, foros, reuniones, etc.

CATÁLOGO DE LONJAS
AGROPECUARIAS DE ESPAÑA

Ficha nº 17

Lonja Agropecuaria de Madrid

DENOMINACIÓN

Lonja Agropecuaria de Madrid

1. Ubicación, contacto y antigüedad

Domicilio	Paseo de la Puerta del Angel, 4				
Población	Madrid	Provincia	Madrid	C. Postal	28011
Persona de contacto	Juan Luis Rodríguez del Val		Email	info@lonjamadrid.com	
Teléfono	655997855	Página Web	www.lonjamadrid.com		
Fecha de creación y/o puesta en marcha	1990				

2. Funciones y ámbito de actuación/ referenciación

- Fijación de precios de los productos agropecuarios.
- Establecer un sistema de información transparente para los principales operadores de mercado.

3. Figura jurídica, titulares o propietarios, organización y vertebración

- Asociación

4. Servicios de la lonja

- Oficinas propias.
- Administración, gestión u otros servicios subcontratados.
- Boletines informativos, informes, dossiers, etc.

5. Normativa

- La Lonja se rige por estatutos propios y por el Reglamento de cada Meas de Precios.

6. Magnitudes básicas indicativas de la actividad de la Lonja

Número de socios de la Lonja	
Valor aproximado de todas las transacciones comerciales realizadas por operadores de todos los sectores, realizadas bajo la referenciación de los precios de la Lonja	Entre 50 y 100 millones de €
Número de empleados de la Lonja	
Facturación anual de la propia Lonja (Euros)	18.000,00€
Peso específico de la Lonja en las transacciones sectoriales (%)	

7. Sectores y productos cotizados

Sector	Producto cotizado	Número de productos cotizados
Ganadero	Vacuno de carne	2
Ganadero	Porcino	3
Ganadero	Avicultura de puesta	4
Ganadero	Avicultura de carne	15
Ganadero	Cunicultura	2
Ganadero	Ovino	1

8. Mesas o Juntas de precios; y frecuencia de las mismas

Sector	Producto	Frecuencia reunión
Ganadero	Vacuno de carne	Semanalmente
Ganadero	Porcino	Semanalmente
Ganadero	Avicultura de puesta	Semanalmente
Ganadero	Avicultura de carne	Semanalmente
Ganadero	Cunicultura	Semanalmente
Ganadero	Ovino	Semanalmente

9. Procedimientos de establecimiento de precios de referencia

Mediante acuerdo establecido en una mesa/junta de precios después de deliberación entre sus componentes de acuerdo a:

- Publicaciones de otras Lonjas.
- Experiencia de profesionales participantes en las mesas.

10. Procedimientos de difusión de la información aportada por la Lonja

- Teléfono.
- Fax.
- Internet.
- Software en tiempo real, con las cotizaciones de otros mercados y lonjas.

CATÁLOGO DE LONJAS
AGROPECUARIAS DE ESPAÑA

Ficha nº 18

Lonja Agropecuaria de MercaMurcia

DENOMINACIÓN

Lonja Agropecuaria de MercaMurcia

1. Ubicación, contacto y antigüedad

Domicilio	Ctra. de Mazarrón, km. 2				
Población	El Palmar	Provincia	Murcia	C. Postal	30120
Persona de contacto	Juan Martínez Sánchez		Email	juanmartinez@mercamurcia.es	
Teléfono	968 869 130	Página Web	www.mercamurcia.es		
Fecha de creación y/o puesta en marcha	1978				

2. Funciones y ámbito de actuación/ referenciación

- Referenciar precios de productos agropecuarios.
- Elaborar y suministrar información y documentación sobre precios, producciones y/o mercado.
- Facilitar la concurrencia entre compradores y vendedores y las transacciones comerciales entre ellos, y prestarles servicios como Lonja de contratación.
- Desarrollar funciones como mercado en origen.
- Prestar servicios de arbitraje y/o peritaje.
- La Lonja de Ganado de MercaMurcia se ha incorporado a la Junta de Precios de la Lonja Nacional de Vacuno.

3. Figura jurídica, titulares o propietarios, organización y vertebración

- Sociedad anónima.

4. Servicios de la lonja

- Oficinas propias.
- Sala de reuniones y videoconferencia.
- Boletines informativos, informes, dossieres, etc.
- Locales de reunión, negocios, comunicación, etc.

5. Normativa

- Se rige por el reglamento de la Lonja.

6. Magnitudes básicas indicativas de la actividad de la Lonja

Número de socios de la Lonja	360
Valor aproximado de todas las transacciones comerciales realizadas por operadores de todos los sectores, realizadas bajo la referenciación de los precios de la Lonja	
Número de empleados de la Lonja	1
Facturación anual de la propia Lonja (Euros)	
Peso específico de la Lonja en las transacciones sectoriales (%)	

7. Sectores y productos cotizados

Sector	Producto cotizado	Número de productos cotizados
Ganadero	Porcino de capa blanca	7
Ganadero	Ovino de carne	10
Ganadero	Vacuno de carne	6
Ganadero	Caprino de carne	2
Agrícola	Almendra	8

8. Mesas o Juntas de precios; y frecuencia de las mismas

Sector	Producto	Frecuencia reunión
Ganadero	Porcino de capa blanca	Semanalmente
Ganadero	Ovino de carne	Semanalmente
Ganadero	Vacuno de carne	Semanalmente
Ganadero	Caprino de carne	Semanalmente
Agrícola	Almendra	Semanalmente

9. Procedimientos de establecimiento de precios de referencia

Mediante acuerdo establecido en una mesa/junta de precios después de deliberación entre sus componentes, atendiendo a:

- Estudios de mercado disponibles.
- Publicaciones de otras Lonjas.
- Experiencia de profesionales participantes en las mesas.

10. Procedimientos de difusión de la información aportada por la Lonja

- Servicio telefónico interactivo.
- Servicio de suscripción de mensajes cortos de telefonía móvil o correo electrónico.
- Internet.
- Publicación en la propia Lonja.
- Mediante fax.
- Mediante correo electrónico.
- A través de empresas de información o portales privados.

CATÁLOGO DE LONJAS
AGROPECUARIAS DE ESPAÑA

Ficha nº 19

Lonja Agropecuaria de Segovia

DENOMINACIÓN

Lonja Agropecuaria de Segovia

1. Ubicación, contacto y antigüedad

Domicilio	C/ Santa Catalina 15				
Población	Segovia	Provincia	Segovia	C. Postal	40003
Persona de contacto				Email	informacion@lonjasegovia.com
Teléfono	921 46 38 44	Página Web	www.lonjadesegovia.com		
Fecha de creación y/o puesta en marcha	1978				

2. Funciones y ámbito de actuación/ referenciación

- Promover e implantar nuevas formas de compra-venta de productos.
- La búsqueda y apertura de nuevos mercados para la mejor comercialización de los productos agropecuarios.
- Procurar la implantación de normas de tipificación de productos, para conseguir una mejor ordenación de la oferta y facilitar las operaciones de compra-venta sin presencia física.
- Recoger las características y tendencias del mercado y difundirlas entre los sectores interesados.

3. Figura jurídica, titulares o propietarios, organización y vertebración

- Asociación

4. Servicios de la lonja

- Servicio de información a usuarios y clientes a través de diferentes medios de comunicación.

5. Normativa

- Normativa de Lonjas Agropecuarias

6. Magnitudes básicas indicativas de la actividad de la Lonja

Número de socios de la Lonja	129
Valor aproximado de todas las transacciones comerciales realizadas por operadores de todos los sectores, realizadas bajo la referenciación de los precios de la Lonja	
Número de empleados de la Lonja	

Facturación anual de la propia Lonja (Euros)

Peso específico de la Lonja en las transacciones sectoriales (%)

7. Sectores y productos cotizados

Sector	Producto cotizado	Número de productos cotizados
Ganadero	Vacuno de carne	21
Ganadero	Ovino de carne	17
Ganadero	Porcino	16
Agrícola	Cereales	12
Agrícola	Hortalizas	3

8. Mesas o Juntas de precios; y frecuencia de las mismas

Sector	Producto	Frecuencia reunión
Ganadero	Vacuno de carne	Semanal
Ganadero	Ovino de carne	Semanal
Ganadero	Porcino	Semanal
Agrícola	Cereales	Semanal
Agrícola	Hortalizas	Semanal

9. Procedimientos de establecimiento de precios de referencia

Mediante acuerdo establecido en una mesa/junta de precios después de deliberación entre sus componentes en base a:

- Experiencia de profesionales participantes en las mesas.

10. Procedimientos de difusión de la información aportada por la Lonja

- Internet.
- Fax.

CATÁLOGO DE LONJAS
AGROPECUARIAS DE ESPAÑA

Ficha nº 20

Lonja Agropecuaria Provincial de Zamora

DENOMINACIÓN

Lonja Agropecuaria Provincial de Zamora

1. Ubicación, contacto y antigüedad

Domicilio	Rúa Francos, 2				
Población	Zamora	Provincia	Zamora	C. Postal	49001
Persona de contacto				Email	
Teléfono	980531608	Página Web			
Fecha de creación y/o puesta en marcha					

2. Funciones y ámbito de actuación/ referenciación

- Información sobre precios.

3. Figura jurídica, titulares o propietarios, organización y vertebración

- Asociación

4. Servicios de la lonja

- Información

5. Normativa

- Estatutos de la Asociación y Reglamentos de las Mesas de precios

6. Magnitudes básicas indicativas de la actividad de la Lonja

Número de socios de la Lonja	
Valor aproximado de todas las transacciones comerciales realizadas por operadores de todos los sectores, realizadas bajo la referenciación de los precios de la Lonja	
Número de empleados de la Lonja	
Facturación anual de la propia Lonja (Euros)	
Peso específico de la Lonja en las transacciones sectoriales (%)	

7. Sectores y productos cotizados

Sector	Producto cotizado	Número de productos cotizados
Ganadero	Ovino de carne	9
Ganadero	Caprino de carne	1
Ganadero	Porcino	10
Agrícola	Cereales	9

8. Mesas o Juntas de precios; y frecuencia de las mismas

Sector	Producto	Frecuencia reunión
4	29	

9. Procedimientos de establecimiento de precios de referencia

Mediante acuerdo establecido en una mesa/junta de precios después de deliberación entre sus componentes en base a:

- Experiencia de profesionales participantes en las mesas.

10. Procedimientos de difusión de la información aportada por la Lonja

- Publicación en la propia Lonja.
- Consultas directas de los socios con personal de la Lonja.
- Mediante correo electrónico.
- Publicación en la web de la Lonja.
- Mediante jornadas, foros, reuniones, etc.

CATÁLOGO DE LONJAS AGROPECUARIAS DE ESPAÑA

Ficha nº 21

Lonja Agropecuaria Valle de los Pedroches

DENOMINACIÓN

Lonja Agropecuaria Valle de los Pedroches

1. Ubicación, contacto y antigüedad

Domicilio	Recinto Ferial s/n				
Población	Pozoblanco	Provincia	Córdoba	C. Postal	14400
Persona de contacto	Florencio Moreno Moreno		Email	lonjapedroches@confevap.es	
Teléfono	957773151	Página Web			
Fecha de creación y/o puesta en marcha	2000				

2. Funciones y ámbito de actuación/ referenciación

- Referenciar precios de productos agropecuarios.
- Elaborar y suministrar información y documentación sobre precios, producciones y/o mercados.
- Facilitar la concurrencia entre compradores y vendedores y las transacciones comerciales entre ellos, y prestarles servicios como Lonja de contratación.

3. Figura jurídica, titulares o propietarios, organización y vertebración

- Asociación

4. Servicios de la lonja

- Centro de reuniones y negocios para socios.

5. Normativa

- Se rige por estatutos propios.

6. Magnitudes básicas indicativas de la actividad de la Lonja

Número de socios de la Lonja	120
Valor aproximado de todas las transacciones comerciales realizadas por operadores de todos los sectores, realizadas bajo la referenciación de los precios de la Lonja	

Número de empleados de la Lonja	
Facturación anual de la propia Lonja (Euros)	
Peso específico de la Lonja en las transacciones sectoriales (%)	

7. Sectores y productos cotizados

Sector	Producto cotizado	Número de productos cotizados
Ganadero	Vacuno de carne	
Ganadero	Ovino de carne	
Ganadero	Porcino ibérico	
Ganadero	Leche y productos lácteos	
Agrícola	Aceite y aceituna	

8. Mesas o Juntas de precios; y frecuencia de las mismas

Sector	Producto	Frecuencia reunión
Ganadero	Vacuno de carne	Semanal
Ganadero	Ovino de carne	Semanal
Ganadero	Porcino ibérico	Semanal
Ganadero	Leche y productos lácteos	Semanal
Agrícola	Aceite y aceituna	Semanal

9. Procedimientos de establecimiento de precios de referencia

- Mediante acuerdo establecido en una mesa/junta de precios después de deliberación entre sus componentes.

10. Procedimientos de difusión de la información aportada por la Lonja

- Publicación en la propia Lonja.
- Consultas directas de los socios con personal de la Lonja.
- Mediante correo electrónico.

CATÁLOGO DE LONJAS AGROPECUARIAS DE ESPAÑA

Ficha nº 22

Lonja de Contratación de Tortosa

DENOMINACIÓN

Lonja de Contratación de Tortosa

1. Ubicación, contacto y antigüedad

Domicilio	Cervantes, 7				
Población	Tortosa	Provincia	Tarragona	C. Postal	43500
Persona de contacto	Jaume E. Sabaté Verge		Email	jsabate@cambratortosa.com	
Teléfono	977441537	Página Web	www.cambratortosa.com		
Fecha de creación y/o puesta en marcha					

2. Funciones y ámbito de actuación/ referenciación

- Referenciar precios de productos agropecuarios.
- Elaborar y suministrar información y documentación sobre precios, producciones y/o mercados.

3. Figura jurídica, titulares o propietarios, organización y vertebración

- Ente dependiente de Cámara de Comercio.

4. Servicios de la lonja

- Oficinas propias.
- Centro de reuniones y negocios para socios;.
- Ordenador.
- Boletines informativos, informes, dossiers, etc.
- Locales de reunión, negocios, comunicación, etc.

5. Normativa

- Se rige por su Reglamento.

6. Magnitudes básicas indicativas de la actividad de la Lonja

Número de socios de la Lonja	5
Valor aproximado de todas las transacciones comerciales realizadas por operadores de todos los sectores, realizadas bajo la referenciación de los precios de la Lonja	

Número de empleados de la Lonja	1
Facturación anual de la propia Lonja (Euros)	
Peso específico de la Lonja en las transacciones sectoriales (%)	

7. Sectores y productos cotizados

Sector	Producto cotizado	Número de productos cotizados
Ganadero	Vacuno de carne	13
Ganadero	Ovino de carne	3
Ganadero	Porcino de capa blanca	4
Ganadero	Avicultura de carne	6
Ganadero	Avicultura de puesta	4
Ganadero	Cunicultura	2
Agrícola	Frutas frescas	1
Agrícola	Cereales	10
Agrícola	Forrajes	1
Agrícola	Legumbres	1
Agrícola	Frutos secos	1
Agrícola	Aceite y aceituna	8

8. Mesas o Juntas de precios; y frecuencia de las mismas

Sector	Producto	Frecuencia reunión
Ganadero	Vacuno de carne	Semanalmente
Ganadero	Ovino de carne	Semanalmente
Ganadero	Porcino de capa blanca	Semanalmente
Ganadero	Avicultura de carne	Semanalmente
Ganadero	Avicultura de puesta	Semanalmente
Ganadero	Cunicultura	Semanalmente
Agrícola	Frutas frescas	Semanalmente

Agrícola	Cereales	Semanalmente
Agrícola	Forrajes	Semanalmente
Agrícola	Legumbres	Semanalmente
Agrícola	Frutos secos	Semanalmente
Agrícola	Aceite y aceituna	Semanalmente

9. Procedimientos de establecimiento de precios de referencia

- Mediante referenciación a precios de otras Lonjas de Precios.

10. Procedimientos de difusión de la información aportada por la Lonja

- Publicación en la propia Lonja.
- Mediante boletines o folletos periódicos publicados por la Lonja.
- Fax.
- Correo electrónico.
- Publicación en la web de la Lonja.

CATÁLOGO DE LONJAS
AGROPECUARIAS DE ESPAÑA

Ficha nº 23

Lonja de Contratación de Salamanca

DENOMINACIÓN

Lonja de Salamanca

1. Ubicación, contacto y antigüedad

Domicilio	Carretera. Ciudad Rodrigo KM. 6,200				
Población	Salamanca	Provincia	Salamanca	C. Postal	37192
Persona de contacto				Email	lonja@lasalina.es
Teléfono	983 923 278300	Página Web	www.dipsanet.es/lonja		
Fecha de creación y/o puesta en marcha					

2. Funciones y ámbito de actuación/ referenciación

- Mercado de Ganado
- Lonja Agropecuaria (cotizaciones de productos agropecuarios)

3. Figura jurídica, titulares o propietarios, organización y vertebración

- Ente dependiente de la Administración Regional

4. Servicios de la lonja

- Mercado de Ganado (vacuno y ovino)
- Servicios de información

5. Normativa

- Reglamento propio de la Lonja y de las Mesas de Precios

6. Magnitudes básicas indicativas de la actividad de la Lonja

Número de socios de la Lonja	
Valor aproximado de todas las transacciones comerciales realizadas por operadores de todos los sectores, realizadas bajo la referenciación de los precios de la Lonja	
Número de empleados de la Lonja	
Facturación anual de la propia Lonja (Euros)	
Peso específico de la Lonja en las transacciones sectoriales (%)	

7. Sectores y productos cotizados

Sector	Producto cotizado	Número de productos cotizados
Ganadero	Vacuno de carne	5
Ganadero	Ovino de carne	1
Ganadero	Porcino ibérico	1
Ganadero	Porcino de capa blanca	3
Agrícola	Patatas	1
Agrícola	Cereales	5
Agrícola	Leguminosas	1

8. Mesas o Juntas de precios; y frecuencia de las mismas

Sector	Producto	Frecuencia reunión
7	17	Semanalmente

9. Procedimientos de establecimiento de precios de referencia

Mediante acuerdo establecido en una mesa/junta de precios después de deliberación entre sus componentes en base a:

- Experiencia de profesionales participantes en las mesas.

10. Procedimientos de difusión de la información aportada por la Lonja

- Publicación en la propia Lonja.
- Consultas directas de los socios con personal de la Lonja.
- Mediante correo electrónico.
- Publicación en la web de la Lonja.
- Mediante jornadas, foros, reuniones, etc.

CATÁLOGO DE LONJAS AGROPECUARIAS DE ESPAÑA

Ficha nº 24

Lonja de Subcontratación de Productos Agrarios de Córdoba-Cámara de Comercio

DENOMINACIÓN

Lonja de Subcontratación de Productos Agrarios de Córdoba-Cámara de Comercio

1. Ubicación, contacto y antigüedad

Domicilio	C/ Pérez de Castro 1				
Población	Córdoba	Provincia	Córdoba	C. Postal	14003
Persona de contacto	Carmen Gago Castro		Email	info@camaracordoba.com	
Teléfono	957296199	Página Web	www.camaracordoba.com		
Fecha de creación y/o puesta en marcha	1994				

2. Funciones y ámbito de actuación/ referenciación

- Referenciar precios de productos agropecuarios.
- Elaborar y suministrar información y documentación sobre precios, producciones y/o mercados.
- Facilitar la concurrencia entre compradores y vendedores y las transacciones comerciales entre ellos, y prestarles servicios como Lonja de contratación.

3. Figura jurídica, titulares o propietarios, organización y vertebración

- Ente dependiente de Cámara de Comercio.

4. Servicios de la lonja

- Oficinas propias.
- Locales de reunión, negocios, comunicación, etc.

5. Normativa

- Se rige por estatutos propios y por el Reglamento.

6. Magnitudes básicas indicativas de la actividad de la Lonja

Número de socios de la Lonja	186
Valor aproximado de todas las transacciones comerciales realizadas por operadores de todos los sectores, realizadas bajo la referenciación de los precios de la Lonja	

Número de empleados de la Lonja	1
Facturación anual de la propia Lonja (Euros)	
Peso específico de la Lonja en las transacciones sectoriales (%)	

7. Sectores y productos cotizados

Sector	Producto cotizado	Número de productos cotizados
Ganadero	Ovino de carne	10
Ganadero	Porcino ibérico	12
Agrícola	Frutas frescas/cítricos	7
Agrícola	Cereales	18
Agrícola	Semillas oleoproteaginosas	2

8. Mesas o Juntas de precios; y frecuencia de las mismas

Sector	Producto	Frecuencia reunión
Ganadero	Ovino de carne	Semanalmente
Ganadero	Porcino ibérico	Semanalmente
Agrícola	Frutas frescas/cítricos	Semanalmente
Agrícola	Cereales	Semanalmente
Agrícola	Semillas oleoproteaginosas	Semanalmente

9. Procedimientos de establecimiento de precios de referencia

Mediante acuerdo establecido en una mesa/junta de precios después de deliberación entre sus componentes atendiendo a:

- Publicaciones de otras Lonjas.
- Experiencia de profesionales participantes en las mesas.

10. Procedimientos de difusión de la información aportada por la Lonja

- Publicación en la propia Lonja.
- Mediante correo electrónico.
- Publicación en la web de la Lonja.

CATÁLOGO DE LONJAS
AGROPECUARIAS DE ESPAÑA

Ficha nº 25

Lonja Toledana

DENOMINACIÓN

La Lonja toledana

1. Ubicación, contacto y antigüedad

Domicilio	Paseo de la Rosa, 4 4ª Planta				
Población	Toledo	Provincia	Toledo	C. Postal	45006
Persona de contacto				Email	lonja@fedeto.es
Teléfono	925 25 77 07	Página Web	www.fedeto.es/LONJA/		
Fecha de creación y/o puesta en marcha					

2. Funciones y ámbito de actuación/ referenciación

- Facilita la comercialización de productos agrícolas y ganaderos.
- Establece precios de referencia para los productos que abarca.
- Promueve la concentración de la oferta y la demanda de los productos agropecuarios de la zona.

3. Figura jurídica, titulares o propietarios, organización y vertebración

- Ente dependiente de la Federación Empresarial de Toledo.
- Participa la Diputación de Toledo y la Caja Rural de Toledo.

4. Servicios de la lonja

- Servicio de documentación on-line.
- Acceso libre para cualquier interesado.
- Apoyo a la tipificación de los productos.
- Jornadas, congresos, etc.

5. Normativa

- Estatutos de la Lonja y Reglamentos de las Mesas de Precios.

6. Magnitudes básicas indicativas de la actividad de la Lonja

Número de socios de la Lonja	11+17+12 = 40
Valor aproximado de todas las transacciones comerciales realizadas por operadores de todos los sectores, realizadas bajo la referenciación de los precios de la Lonja	
Número de empleados de la Lonja	

Facturación anual de la propia Lonja (Euros)

Peso específico de la Lonja en las transacciones sectoriales (%)

7. Sectores y productos cotizados

Sector	Producto cotizado	Número de productos cotizados
Ganadero	Avicultura de puesta	1
Agrícola	Cereales	9
Agrícola	Vino y uva	2

8. Mesas o Juntas de precios; y frecuencia de las mismas

Sector	Producto	Frecuencia reunión
Ganadero	Avicultura de puesta	Semanalmente
Agrícola	Cereales	Quincenalmente
Agrícola	Vino y uva	Mensualmente

9. Procedimientos de establecimiento de precios de referencia

- La Lonja forma Mesas de precios compuestas por un 50% de compradores y un 50% de vendedores.
- Determinan el precio de referencia de venta o de compra, atendiendo a las características del producto, su temporalidad, su especie, su tamaño, la calidad, etc.
- Los acuerdos se toman por mayoría simple de los miembros presentes o representados en cada una de las mesas.

10. Procedimientos de difusión de la información aportada por la Lonja

- En la propia Lonja.
- Boletín informativo.
- Carácter público, distribución de la información a los medios de comunicación.
- A través de la red de oficinas de la Caja Rural de Toledo.
- Internet.

CATÁLOGO DE LONJAS
AGROPECUARIAS DE ESPAÑA

Ficha nº 26

Mercado Nacional de Ganado
de Torrelavega

DENOMINACIÓN

Mercado Nacional de Ganado de Torrelavega

1. Ubicación, contacto y antigüedad

Domicilio	Avda. Fernando Arce, s/n				
Población	Torrelavega	Provincia	Cantabria	C. Postal	39300
Persona de contacto				Email	info@ferialdetorrelavega.com
Teléfono	942 89 09 50	Página Web	www.ferialdetorrelavega.com		
Fecha de creación y/o puesta en marcha	1973				

2. Funciones y ámbito de actuación/ referenciación

- Mercado Ganadero y Recinto Ferial.
- Cotizaciones de productos ganaderos.

3. Figura jurídica, titulares o propietarios, organización y vertebración

- Mercado Ganadero dependiente del Ayuntamiento.

4. Servicios de la lonja

- Nave de transacciones.
- Nave de ordeño.
- Muelles de carga y descarga.
- Punto de inseminación artificial equina.
- Aparcamiento.
- Centro de higiene pecuaria y desinfección.

5. Normativa

- Reglamento del Mercado de Ganado.

6. Magnitudes básicas indicativas de la actividad de la Lonja

Número de socios de la Lonja

Valor aproximado de todas las transacciones comerciales realizadas por operadores de todos los sectores, realizadas bajo la referenciación de los precios de la Lonja

Número de empleados de la Lonja	
Facturación anual de la propia Lonja (Euros)	
Peso específico de la Lonja en las transacciones sectoriales (%)	

7. Sectores y productos cotizados

Sector	Producto cotizado	Número de productos cotizados
Ganadero	Vacuno de carne	4
Ganadero	Vacuno de leche	1
Ganadero	Equino	2

8. Mesas o Juntas de precios; y frecuencia de las mismas

Sector	Producto	Frecuencia reunión
Ganadero	Vacuno de carne	Semanalmente
Ganadero	Vacuno de leche	Semanalmente
Ganadero	Equino	Semanalmente

9. Procedimientos de establecimiento de precios de referencia

- Información de cotizaciones de operaciones realizadas.

10. Procedimientos de difusión de la información aportada por la Lonja

- Tablillas e informes de volumen y precios de operaciones efectuadas.

CATÁLOGO DE LONJAS
AGROPECUARIAS DE ESPAÑA

Ficha nº 27

Mercat Carni Ramader i
Avícola de Barcelona

DENOMINACIÓN

Mercat Carni-Ramader i Avícola de Barcelona

1. Ubicación, contacto y antigüedad

Domicilio	Passeig Isabel II, 1				
Población	Barcelona	Provincia	Barcelona	C. Postal	08003
Persona de contacto	Josep Barbany March		Email	mcarni@cambrabcn.org	
Teléfono	932680176	Página Web	www.mercatcarnibcn.com		
Fecha de creación y/o puesta en marcha	1978				

2. Funciones y ámbito de actuación/ referenciación

- Referenciar precios de productos agropecuarios.
- Elaborar y suministrar información y documentación sobre precios, producciones y/o mercados.
- Facilitar la concurrencia entre compradores y vendedores y las transacciones comerciales entre ellos, y prestarles servicios como Lonja de contratación.
- Prestar servicios de arbitraje y/o peritaje.

3. Figura jurídica, titulares o propietarios, organización y vertebración

- Ente dependiente de Cámaras de Comercio.

4. Servicios de la lonja

- Oficinas propias.
- Centro de reuniones y negocios para socios.
- Administración, gestión u otros servicios subcontratados.
- Ordenador.
- Boletines informativos, informes, dossiers, etc.

5. Normativa

- Se rige por estatutos propios y por reglamentos de las mesas de precios.

6. Magnitudes básicas indicativas de la actividad de la Lonja

Número de socios de la Lonja	216
Valor aproximado de todas las transacciones comerciales realizadas por operadores de todos los sectores, realizadas bajo la referenciación de los precios de la Lonja	
Número de empleados de la Lonja	1
Facturación anual de la propia Lonja (Euros)	13.244,34€
Peso específico de la Lonja en las transacciones sectoriales (%)	

7. Sectores y productos cotizados

Sector	Producto cotizado	Número de productos cotizados
Ganadero	Vacuno de carne	35
Ganadero	Porcino de capa blanca	13
Ganadero	Avicultura de puesta	4

8. Mesas o Juntas de precios; y frecuencia de las mismas

Sector	Producto	Frecuencia reunión
Ganadero	Vacuno de carne	Semanalmente
Ganadero	Porcino de capa blanca	Semanalmente
Ganadero	Avicultura de puesta	Semanalmente

9. Procedimientos de establecimiento de precios de referencia

Mediante acuerdo establecido en una mesa/junta de precios después de deliberación entre sus componentes en base a:

- Publicaciones de otras Lonjas.
- Experiencia de profesionales participantes en las mesas.

10. Procedimientos de difusión de la información aportada por la Lonja

- Publicación en la propia Lonja.
- Mediante correo electrónico.
- Publicación en la web de la Lonja.
- Contestador telefónico.
- INFORLON.
- Telelonjas, asociaciones y federaciones de ámbito nacional.
- Borsa di Modena.

CATÁLOGO DE LONJAS
AGROPECUARIAS DE ESPAÑA

Ficha nº 28

Mercado Nacional
de Talavera de la Reina

DENOMINACIÓN

Mercado Nacional de Talavera de la Reina

1. Ubicación, contacto y antigüedad

Domicilio	Paseo Fernando de los Ríos S/N (Talavera Ferial)				
Población	Talavera de la Reina	Provincia	Toledo	C. Postal	45600
Persona de contacto				Email	mercadoganado@aytotalaveradelareina.es
Teléfono	925 826 663	Página Web	www.mercadoganado.talavera.org		
Fecha de creación y/o puesta en marcha	1993				

2. Funciones y ámbito de actuación/ referenciación

- Mercado Ganadero reconvertido a Lonja Agropecuaria.

3. Figura jurídica, titulares o propietarios, organización y vertebración

- Ente público municipal.

4. Servicios de la lonja

- Difusión de información sobre mercados y precios.
- Organización de ferias, concursos, eventos.
- Punto de encuentro y debate entre operadores (locales de reunión)

5. Normativa

- Estatutos propios.

6. Magnitudes básicas indicativas de la actividad de la Lonja

Número de socios de la Lonja	24 (vocales mesas)
Valor aproximado de todas las transacciones comerciales realizadas por operadores de todos los sectores, realizadas bajo la referenciación de los precios de la Lonja	

Número de empleados de la Lonja	4
Facturación anual de la propia Lonja (Euros)	17.000
Peso específico de la Lonja en las transacciones sectoriales (%)	

7. Sectores y productos cotizados

Sector	Producto cotizado	Número de productos cotizados
Ganadero	Vacuno de carne	18
Ganadero	Vacuno de leche	2
Ganadero	Ovino de carne	10
Ganadero	Caprino de carne	2
Ganadero	Productos ecológicos de origen animal	4
Agrícola	Cereales	15
Agrícola	Semillas oleoproteaginosas	1
Agrícola	Legumbres	1
Agrícola	Productos ecológicos de origen vegetal	13

8. Mesas o Juntas de precios; y frecuencia de las mismas

Sector	Producto	Frecuencia reunión
5	88	Semanal, quincenal (cereales)

9. Procedimientos de establecimiento de precios de referencia

- Mediante acuerdos establecidos en una mesa de precios.

10. Procedimientos de difusión de la información aportada por la Lonja

- Publicaciones en la Lonja
- Fax/correo/web
- Medios de comunicación

CATÁLOGO DE LONJAS
AGROPECUARIAS DE ESPAÑA

Ficha nº 29

Mercofraga

DENOMINACIÓN

Mercofraga

1. Ubicación, contacto y antigüedad

Domicilio	Paseo Barron, 11				
Población	Fraga	Provincia	Huesca	C. Postal	22520
Persona de contacto				Email	info@mercofraga.com
Teléfono	974 473 166	Página Web	www.mercofraga.com		
Fecha de creación y/o puesta en marcha					

2. Funciones y ámbito de actuación/ referenciación

- Promover la libre concurrencia de compradores y vendedores de productos agrarios.
- Facilitar, gestionar y promover operaciones de compra-venta de productos agrarios en régimen de transparencia de mercado.
- Operar como centro receptor y expedidor de información de transacciones y precios de productos agrarios.
- Fomentar la tipificación, exigiendo el cumplimiento de las normas de calidad de los productos agrarios que sean objeto de transacción.
- Promover, gestionar y servir de vínculo entre productores y compradores y administración para facilitar la organización interprofesional en sus distintos campos.

3. Figura jurídica, titulares o propietarios, organización y vertebración

- Ente dependiente de ayuntamiento.

4. Servicios de la lonja

- Punto de encuentro y debate (Plaza de Mercado)
- Servicio de información de mercados.
- Cotizaciones de Mercas en destino.

5. Normativa

- Estatutos propios.

6. Magnitudes básicas indicativas de la actividad de la Lonja

Número de socios de la Lonja	
Valor aproximado de todas las transacciones comerciales realizadas por operadores de todos los sectores, realizadas bajo la referenciación de los precios de la Lonja	
Número de empleados de la Lonja	
Facturación anual de la propia Lonja (Euros)	
Peso específico de la Lonja en las transacciones sectoriales (%)	

7. Sectores y productos cotizados

Sector	Producto cotizado	Número de productos cotizados
Agrícola	Frutas frescas	5
Agrícola	Viveros frutales	15

8. Mesas o Juntas de precios; y frecuencia de las mismas

Sector	Producto	Frecuencia reunión
Agrícola	Frutas frescas	Semanalmente
Agrícola	Viveros frutales	Mensualmente

9. Procedimientos de establecimiento de precios de referencia

Mediante acuerdo establecido en una mesa/junta de precios después de deliberación entre sus componentes en base a:

- Experiencia de profesionales participantes en las mesas.

10. Procedimientos de difusión de la información aportada por la Lonja

- Publicación en la propia Lonja.
- Consultas directas de los socios con personal de la Lonja.
- Mediante correo electrónico.
- Publicación en la web de la Lonja.
- Mediante jornadas, foros, reuniones, etc.

CATÁLOGO DE LONJAS
AGROPECUARIAS DE ESPAÑA

Ficha nº 30

Asociación Regional de Andalucía de
Productores de Ganado Porcino
(ARAPORC)

DENOMINACIÓN

Asociación Regional de Andalucía de Productores de Ganado Porcino (ARAPORC)

1. Ubicación, contacto y antigüedad

Domicilio	Avda. San Fco. Javier, 9 Edificio Sevilla, 2-Planta 3ª-Mód 1				
Población	Sevilla	Provincia	Sevilla	C. Postal	41018
Persona de contacto				Email	araporc@telefonica.net
Teléfono	954645192	Página Web	www.araporc.es		
Fecha de creación y/o puesta en marcha	1988				

2. Funciones y ámbito de actuación/ referenciación

- El estudio y propuesta de soluciones de los problemas de la producción porcina.
- Previsiones periódicas de producción para informe y orientación de los miembros de la asociación.
- Colaborar con la Administración en el campo de la sanidad de la producción porcina y defensa de las condiciones sanitarias.
- Negociar con la Administración la regulación de los precios de campaña del ganado porcino.
- Participar e informar en la regulación de precios de las materias primas de la alimentación porcina así como en la fijación de las condiciones del comercio exterior de estos productos.
- Establecer con entidades oficiales o privadas conciertos de suministro de canales.
- Representación de sus Asociados.

3. Figura jurídica, titulares o propietarios, organización y vertebración

- Asociación (vinculada a ANPROGAPORC)

4. Servicios de la lonja

- Defensa de los intereses generales del sector.
- Interacción con la administración para alcanzar vías de solución a posibles problemas puntuales que puedan suscitarse.
 - Asesoramiento técnico tanto a nivel de ingeniería como jurídico.
 - Representación o acompañamiento al ganadero ante las distintas instituciones ante las que pueda tener que acudir.

- Confección de todo tipo de proyectos de actuación y formulación de alegaciones a expedientes sancionadores.
- Representación al ganadero en procedimientos contencioso-administrativos.
- Cursos de formación a sus socios.
- Creación de Asociación de Defensa Sanitaria Ganadera.

5. Normativa

- Estatutos de la Asociación.

6. Magnitudes básicas indicativas de la actividad de la Lonja

Número de socios de la Lonja

Valor aproximado de todas las transacciones comerciales realizadas por operadores de todos los sectores, realizadas bajo la referenciación de los precios de la Lonja

Número de empleados de la Lonja

Facturación anual de la propia Lonja (Euros)

Peso específico de la Lonja en las transacciones sectoriales (%)

7. Sectores y productos cotizados

Sector	Producto cotizado	Número de productos cotizados
Porcino razas precoces	5	5
Porcino tronco ibérico	3	3

8. Mesas o Juntas de precios; y frecuencia de las mismas

Sector	Producto	Frecuencia reunión
Porcino razas precoces	5	5
Porcino tronco ibérico	3	3

9. Procedimientos de establecimiento de precios de referencia

Mediante acuerdo establecido en una mesa/junta de precios después de deliberación entre sus componentes en base a:

- Experiencia de profesionales participantes en las mesas.

10. Procedimientos de difusión de la información aportada por la Lonja

- Publicación en la propia Lonja.
- Consultas directas de los socios con personal de la Lonja.
- Mediante correo electrónico.
- Publicación en la web de la Lonja.
- Mediante jornadas, foros, reuniones, etc.

CATÁLOGO DE LONJAS
AGROPECUARIAS DE ESPAÑA

Ficha nº 31

Fundación para la Promoción y el Desarrollo
del Olivar y del Aceite de Oliva
(Pool-Red)

DENOMINACIÓN
**Fundación para la Promoción y el Desarrollo del
 Olivar y del Aceite de Oliva (Pool-Red)**
1. Ubicación, contacto y antigüedad

Domicilio	Parque científico y tecnológico Geolit, calle Sierra Morena, edificio Terra Oleum				
Población	Mengibar	Provincia	Jaén	C. Postal	23620
Persona de contacto			Email	fundación@oliva.net	
Teléfono	953274976	Página Web	www.oliva.net		
Fecha de creación y/o puesta en marcha	1990				

2. Funciones y ámbito de actuación/ referenciación

- Información de contrataciones y precios.
- Ámbito nacional.

3. Figura jurídica, titulares o propietarios, organización y vertebración

- Asociación sin ánimo de lucro.

4. Servicios de la lonja

- Celebración de Expoliva, feria internacional del aceite de oliva e industrias afines.
- Sistema de información de precios en origen del aceite de oliva pool.
- Edición de libros sobre el olivar y el aceite de oliva.
- Campañas de promoción del aceite de oliva virgen.
- Proyectos de investigación sobre el cultivo del olivar, industria y economía oleícola.
- Organización del simposium internacional del aceite de oliva.
- Desarrollo de plataformas de comercio electrónico para el sector productor.
- Catas de aceites vírgenes y conferencias.
- Jornadas de divulgación dirigidas a docentes y escolares.
- Base de datos del sector oleícola.

5. Normativa

- Estatutos propios/ Sistema Pool-Red.

6. Magnitudes básicas indicativas de la actividad de la Lonja

Número de socios de la Lonja

Valor aproximado de todas las transacciones comerciales realizadas por operadores de todos los sectores, realizadas bajo la referenciación de los precios de la Lonja

Número de empleados de la Lonja

Facturación anual de la propia Lonja (Euros)

Peso específico de la Lonja en las transacciones sectoriales (%)

7. Sectores y productos cotizados

Sector	Producto cotizado	Número de productos cotizados
Agrícola	Aceite y aceituna	3

8. Mesas o Juntas de precios; y frecuencia de las mismas

Sector	Producto	Frecuencia reunión
No hay / Sistema Pool-Red		

9. Procedimientos de establecimiento de precios de referencia

- Cálculo automatizado de volúmenes y precios a partir de información de transacciones (Pool-Red)

10. Procedimientos de difusión de la información aportada por la Lonja

- Difusión en web de la Asociación/ Pool-Red.