



# El Fogón

Boletín Informativo Trimestral de la Red COMAL  
Año 2, Número 4/ Octubre - Diciembre 1999

## *¡La Feria fue un éxito!*



La Red COMAL organizó, del 25 al 28 de noviembre de 1999, la III Feria de Comercio Comunitario Alternativo en la ciudad de El Progreso, Yoro. Esta feria, que tiene también un carácter agroindustrial, es parte de la estrategia de la Red para promocionar los productos campesinos, artesanales, de la canasta básica y medicina natural.

El evento, que fue coordinado por miembros de la Junta Directiva y el Equipo Técnico de la Red COMAL, contó con la participación de expositores de la Red Maya de Comercialización Comunitaria de Guatemala (REMACC), la Red Nacional de Comercialización

Comunitaria de El Salvador (RENACES) y la Coordinadora de Barrios de San José, Costa Rica.

Agradecemos a los miembros de la Corporación Municipal de El Progreso, la Cámara de Comercio e Industrias de El Progreso (CCIP) y al Comisionado de la Policía, por su valioso apoyo para el éxito de nuestra feria.

Encuentros como éste son necesarios para estrechar los lazos de amistad centroamericana y la alianza entre los pequeños productores y los consumidores.



## **La Red COMAL: Una alternativa frente a la globalización**

¡Cómo han ido cambiando las navidades! Antes, en la noche de navidad, teníamos nacatamales, torrijas y mucha comida que compartíamos con los familiares y nuestras amistades. Toda la familia se reunía alrededor del nacimiento para rezar, cantar y contar cuentos. Todo esto está cambiando aceleradamente. Así lo dice la mayoría de la gente adulta en cualquiera de nuestras comunidades. Ahora la juventud está fascinada por seguir los modelos y fantasías que aprenden en las calles, que ven en la televisión y que escuchan en la radio. Por ejemplo, en la actualidad todos los jóvenes quieren vestir a la moda y escuchar música rap. Además, ya no gustan de las comidas típicas tradicionales, pero sí de las galletas y los chocolates importados. En términos económicos, nuestras posibilidades de ingresos han disminuido, especialmente porque lo que producimos ya no vale. Hay mucha competencia ante los productos importados y no hay suficientes fuentes de trabajo. Este proceso de empobrecimiento, marginación y exclusión, mediante la influencia de compañías transnacionales en nuestro mercado, es lo que llamamos «globocolonización».

Realmente, ninguna persona, grupo, estrato social o país puede excluirse del proceso actual de «globocolonización» o colonización, como le llaman muchos. Las ventajas con que participemos y los beneficios que podamos obtener o que no podamos alcanzar, dependerán de nuestra capacidad de competir en el proceso. Sin embargo, una cosa es segura: la mayoría de los pequeños productores y consumidores participaremos en este proceso con desventajas, ya que no tenemos los capitales, la tecnología, la información y, sobre

todo, la unidad que necesitamos para enfrentar la «globocolonización». En este sentido, quedaremos excluidos o marginados, y lo que es peor, seremos un peón más, un colono de las empresas, sociedades y países líderes exitosos.

En cambio, la comercialización comunitaria es un proceso diferente, propio de las comunidades, que valora y estimula la producción local y los valores comunitarios. Es un método de trabajo colectivo que se ha difundido en toda América Latina. En este sentido, es una herramienta que resalta nuestros valores, incentiva la producción local y crea nuestras propias fuentes de trabajo y nuestro propio mercado. En esencia, consiste en que los pequeños productores y consumidores establecen una alianza, los primeros para obtener mejores precios, y los segundos para comprar dichos productos a menores precios que en el mercado especulativo globalizado. Al comercializar unidos se obtienen ventajas comparativas, tales como reducir los costos de acopio, almacenamiento, transporte, procesamiento y ventas. Unidos, también es posible modernizar y bajar los costos de producción, mejorar la calidad y, sobre todo, aprovechar las condiciones de mercado favorables.

Frente a los mecanismos de dominación establecidos mediante el sistema de la «globocolonización», la Red COMAL surge como una opción viable y propone la globalización de la solidaridad sur-sur y sur-norte en la articulación con otros movimientos y actores sociales de cambio en el plano local, regional, nacional e internacional.



Red de Comercialización  
Comunitaria Alternativa

Agradecemos la colaboración de los directivos de la Red COMAL:

Auristela Argueta, Domingo Tejada, Alejandro Flores, Lidia Cruz López, Juan Carlos Cáliz, Miguel Álvarez, Edgardo López, Salvador Fajardo, Ana María Larios, Ovidio Ramírez, Donaldo Zúñiga, Petrona García.

Servicios legales: Abog. Blanca Valladares.

Equipo de redacción: Trinidad Sánchez, Lincoln Villanueva, Gustavo Rodríguez.

Diseño y diagramación: Comunica (Ana María Villamil).

Este boletín es financiado por Fastenopfer (Acción Cuaresmal), con sede en Suiza.



## **CORAZON organizará 40 tiendas comunitarias en el Aguán**

Debido a la necesidad de ser una organización legalmente constituida, hemos optado por formarnos en la Cooperativa Regional de Abastecimiento y Comercialización de la Zona del Aguán Limitada (CORAZON), antes COPROCOHER.

Nuestra Cooperativa Regional, a través de los animadores, impulsa el desarrollo de las tiendas comunitarias. En la actualidad cuenta con 19 tiendas, y para los próximos tres años se tiene planeado organizar 40 tiendas adicionales.

Otra meta, en el área de comercialización, es atender a por lo menos 300.000 consumidores en los próximos tres años y promover la afiliación de unos 30.000 nuevos socios.

### **Planificación**

En el mes de octubre, la Red COMAL realizó una importante reunión de planificación, en la cual se actualizó el mapa estratégico con objetivos, misión y visión al año 2010, que servirá como guía de trabajo para alcanzar los objetivos de la Red en los próximos años.

### **Nuevos miembros del equipo técnico**

En este trimestre se han incorporado nuevos miembros al equipo técnico ejecutivo de la Red, entre ellos, Lincoln Villanueva como gerente de Operaciones, Gustavo Rodríguez como gerente del Sistema de Información de Mercados y Feliciano Martínez como coordinador del Programa de Producto Campesino.



### **Reconstrucción**

Después del paso del huracán Mitch, la Red COMAL, la Comisión Cristiana de Desarrollo (CCD) y Christian AID ejecutaron un proyecto de rehabilitación de la producción en el departamento de Santa Bárbara, con el propósito de garantizar la seguridad alimentaria a corto plazo y sentar las bases para alcanzar esta meta a mediano y largo plazo.

Los resultados del proyecto son los siguientes:

- Se atendieron 3.246 familias damnificadas en 102 comunidades de 13 municipios del departamento de Santa Bárbara.
- Producción de más de 60 mil quintales de maíz, y 20 mil de frijoles.
- Se organizaron bancos comunales de semillas y se entregaron dos silos metálicos a cada comunidad.
- Se crearon Fondos Semilla de Crédito en cada comunidad.
- Se habilitaron 30 proyectos comunales, puentes hamacas, planchas y 250 kilómetros de carreteras.
- Se organizaron y se capacitaron a administradores de 43 tiendas comunitarias.
- Se capacitaron líderes en comercialización, contabilidad básica y mercadeo.





### **La juventud protege el medio ambiente**

La Asociación de la Juventud Conviviendo con la Naturaleza (AJUCON) es una organización de jóvenes constituida en la aldea El Ñato, jurisdicción del municipio de Iriona, Colón, con el objetivo de fortalecer y concientizar a la juventud para mantener una buena relación con la naturaleza.

La Asociación, además, pretende orientar a la juventud para que adopte actitudes que promuevan la buena salud mental y ambiental, y busca relacionarse con otros organismos comprometidos en la protección del medio ambiente.

### **Integración de equipos de trabajo**

Entre el cinco y el ocho de diciembre se realizó el primer encuentro entre los equipos de monitoreo de información, animadores comunitarios y los presidentes de las organizaciones afiliadas a COMAL, con el objetivo de lograr la integración fraterna de los distintos equipos de trabajo y programas al interior de la Red.

### **Tiendas comunitarias**

Como resultado del esfuerzo de los animadores y las animadoras en su trabajo de campo, el número de tiendas comunitarias se incrementó en el último trimestre de 250 a 360, lo que representa un 40 por ciento de crecimiento a nivel nacional.

### **Mejoras al sistema de computación**

Con la finalidad de mejorar el sistema de comunicación, la Red ha adquirido un moderno equipo de computadoras para la oficina central y ha dotado de telefax a los comités regionales sin este servicio.

### **Confianza en la Red**

Las organizaciones miembros de la Red COMAL, integradas por pequeños productores, artesanos y consumidores, aportaron a la cuenta del Fondo Colectivo para la Comercialización Comunitaria, hasta el 31 de diciembre de 1999, la cantidad de 647,510 lempiras, lo que indica el nivel de confianza que los miembros de COMAL tienen en su organización.



### **Proyecto de comercialización comunitaria en Taulabé**

Debido a la necesidad de contar con una alternativa de compra-venta para los consumidores y productores de la región de Taulabé, la parroquia y otras organizaciones de carácter social apoyaron la idea de crear un proyecto alternativo de comercialización comunitaria.

Como producto de todo este esfuerzo colectivo surge el Comité Regional de Taulabé, el cual inicia operaciones con la afiliación de 11 tiendas comunitarias en diferentes comunidades de la región. En febrero de 1998 se instala e inicia operaciones la Unidad Sectorial de Mayoreo (USM).

Con el trabajo realizado por el equipo regional como responsable de la dirección política y operativa del proyecto, mismo que está integrado por animadores, monitores, administrador y miembros de la junta directiva del Comité Regional, se ha fortalecido el proceso de comercialización comunitaria, por lo que en estos momentos se cuenta con 21 tiendas, cuatro Empresas Asociativas Campesinas (EAC) y la USM operando con un promedio de ventas de 166 mil lempiras mensuales.

Con la finalidad de mantener y mejorar las actividades, el equipo regional ha definido su propio plan operativo anual y sostiene reuniones periódicas de evaluación y planificación de actividades mensuales.

El Comité Regional de Taulabé mantiene su política y decisión de contribuir al fortalecimiento de la Red COMAL en todas sus actividades planificadas, bajo el lema «Sólo juntos saldremos adelante».

### **La APC ha organizado nueve tiendas comunitarias en Lempira**

Esta organización se fundó como producto de un proceso de consolidación de la promoción y apoyo prestado por la organización Save the Children. En 1994 se tuvo el primer encuentro de las comunidades organizadas en bancos comunales, y de ahí surgió la que ahora se denomina Asociación de Productores del Campo (APC).

La Red COMAL apoya a la APC con capacitaciones en administración, mercadeo, comercialización y otros temas de interés comunitario. A raíz de los precios caros de algunos pulperos, se han organizado, con el apoyo de la Red, nueve tiendas comunitarias y se está trabajando, además, con bancos comunales y centros de acopio.

### **El CRECOSUR cuenta con 69 tiendas comunitarias en el sur**

El Comité Regional de Cooperativas de Consumo del Sur (CRECOSUR) inició en 1998 con la Red COMAL. CRECOSUR ha sido acompañado por la Pastoral Social Cáritas de Choluteca durante los últimos diez años.

En febrero de 1999 se organizó el Comité Regional con un representante de cada parroquia donde la pastoral tiene grupos organizados. El Comité cuenta actualmente con tres unidades sectoriales de mayoreo en los municipios de Pespire, El Triunfo y Namasigüe, con 69 tiendas comunitarias y con cooperativas que tienen una tienda incorporada.



## El enfoque de género en los proyectos de desarrollo

Un reto para COMAL, como organización mixta, es profundizar el enfoque de género en todos sus programas. Este enfoque no considera a las mujeres por separado, como se hacía anteriormente, sino que visualiza la relación entre hombres y mujeres de una manera integral. Con ello se busca un desarrollo equilibrado, justo, equitativo, balanceado y armónico para todos y todas.

Incorporar el enfoque de género en los proyectos de desarrollo consiste fundamentalmente en considerar las relaciones de equidad como una dimensión del desarrollo. La diferenciación entre hombres y mujeres debe tener como propósito fortalecer sus capacidades y potencialidades.

Además, se debe plantear el trabajo en equipo y la toma de decisiones de hombres y mujeres de la comunidad participante, y de los promotores y las promotoras del proyecto.



Es necesario analizar, debatir y concertar la realidad (problemas, necesidades, expectativas, intereses, aptitudes, deseos, temores, opiniones, puntos de vista) entre los hombres y las mujeres que participarán en el proyecto.

Las mujeres y los hombres deben ser igualmente protagonistas como participantes, beneficiarios, ejecutores, evaluadores y auditores. La equidad de género debe ser amplia y total durante todo el ciclo de los proyectos: idea, preparación, negociación, contratación, ejecución y evaluación.

En la Red COMAL consideramos que sólo cuando el hombre y la mujer se involucren y participen activamente en la toma de decisiones, tanto a nivel familiar como comunitario, podremos hablar de un desarrollo integral y no excluyente.

## Por un milenio igualitario, próspero y sin deudas

Al iniciarse el 2000, año de la iniciativa «Jubileo 2000» - es decir, un milenio sin deudas -, la Red COMAL se solidariza con el compromiso por el jubileo de la vida, que incluye que la deuda externa sea condonada y se convierta en desarrollo, que la deuda social y ecológica no continúe afectando los

derechos humanos y el ejercicio democrático de amplios estratos sociales, y que esta visión integradora tenga una perspectiva de equidad entre todas las personas que nos permita nuevas relaciones sociales, económicas y políticas y una verdadera prosperidad integral del ser humano.



## La reconstrucción debe beneficiar a los desposeídos

La Red COMAL está participando en los esfuerzos de las organizaciones de la sociedad civil hondureña, como es el espacio Interforos, para lograr una mayor incidencia en la vida política, económica y social del país.

Es opinión de la Red COMAL que en la reconstrucción y transformación del país debe haber una amplia participación de la

sociedad civil, asegurando que los proyectos beneficien a los sectores más desposeídos y se haga un manejo transparente de los recursos.

Para que Honduras logre una verdadera transformación, es necesario hacer cambios estructurales en la democracia, la educación y la distribución equitativa de los recursos.



### *Estimado lector:*

El Fogón invita a los amigos y afiliados a la Red COMAL a participar con sus opiniones en la elaboración de este boletín. Los artículos deben estar relacionados a los temas de interés de sus comunidades y de la Red COMAL, y pueden ser enviados a la oficina central de la institución en el barrio El Carmen, Siguatepeque. Apdo. Postal 171, Honduras.

Teléfonos: 773-0096, 773-3296 / Fax 773-3298

Correo electrónico: [comal@bigfoot.com](mailto:comal@bigfoot.com)



# El futuro de la Red COMAL

La Red COMAL está formada por 36 organizaciones de base, una central de mayoreo, 30 unidades sectoriales de mayoreo en 14 departamentos del país y 360 tiendas comunitarias, que benefician directamente a unas 14 mil familias.

En nuestro plan estratégico al año 2010, contemplamos una evolución hacia la constitución de empresas solidarias de transformación agroindustrial ecológica sostenible, y una incidencia efectiva en las políticas económicas, sociales y de gobierno.

En los próximos años, COMAL estará desarrollando más las redes de abastecimiento y acopio del producto campesino.

Estamos desarrollando Unidades Ecológicas Agroindustriales que generarán empleo y darán valor agregado a los productos campesinos.

Continuaremos mejorando nuestro sistema de transporte y distribución de los productos de la canasta básica a toda la red de tiendas comunitarias por medio de las Unidades Sectoriales de Mayoreo.

COMAL se propone establecer un sistema de financiamiento alternativo para la producción y comercialización del producto campesino.

En este tiempo también iniciaremos la campaña para la construcción de la sede propia de la Red COMAL y la infraestructura mínima para la Unidad Central de Mayoreo.

## Objetivos estratégicos hasta el 2010

### Visión

COMAL es una red de comercialización comunitaria alternativa de ámbito nacional e internacional, que asegura permanentemente el abastecimiento de productos básicos, consolida procesos de integración y transformación agroindustrial de la pequeña producción y coloca competitivamente en el mercado sus productos, sobre una base de autogestión y sostenibilidad, incidiendo con capacidad propositiva y liderazgo en las políticas económicas y sociales del Estado hondureño, incrementando la calidad de vida de sus afiliados.

### Misión

Con esfuerzos solidarios fortalecemos la unidad de nuestras organizaciones. Desarrollamos relaciones justas de comercialización comunitaria, procurando un mejor nivel de vida para nuestros asociados y asociadas. Nuestro accionar se sustenta en principios de autosostenibilidad, respeto a la naturaleza y al ser humano.

**2002**

Un sistema de comercialización conjunta y consolidada de productos agroindustriales.

**2004**

Consolidar la autogestión financiera para continuar el proceso de transformación del producto campesino (azúcar orgánica, harina de maíz, frutas procesadas, papas y perecederos). Consolidar la capacidad instalada para la diversificación del acopio y comercialización del producto campesino.

**2006**

COMAL está insertado en el sector social de la economía, incidiendo en políticas económicas y sociales del Estado, comercializando productos.

**2008**

COMAL es reconocido por su apoyo a los procesos de agroindustria campesina, y cuenta con la red más grande de distribución de tiendas comunitarias y supermercados en el país, incidiendo con capacidad de negociación en las políticas económicas del Estado.



- Valoramos el trabajo y la participación más que el capital.
- Comercializamos con precio y peso justos.
- Nos comprometemos a mantener la transparencia económica.
- Unidos y unidas fortalecemos nuestra fe transformadora.
- Practicamos la justicia.
- Respetamos a toda persona, reconociendo la igualdad de derecho, sin distingo de género, raza, religión e ideología.
- Practicamos la honradez y la honestidad.
- Defendemos la vida y la naturaleza.
- Practicamos la solidaridad.

## **Valores de COMAL**

## **Líneas de acción**

- Consolidar la organización.
- Capacitación organizativa, administrativa y gerencial.
- Autogestión financiera.
- Servicios de Información de Mercado (SIM/ COMAL).
- Promover la producción y la comercialización del producto campesino.
- Profundizar y consolidar el servicio de la canasta básica.
- Desarrollar la infraestructura de la red COMAL.
- Desarrollar la agroindustria COMAL.

- Mejoramos la calidad de productos y servicios.
- Promovemos el ahorro interno como base del sustento.
- Luchamos por la autosostenibilidad.
- Fortalecemos la unidad de las organizaciones populares.
- Promovemos con nuestro ejemplo un cambio de actitud entre hombres y mujeres hacia una plena igualdad y equidad.
- Mantengamos siempre la comunicación.
- Mantengamos la participación en la red.
- Mantengamos nuestra identidad.
- Mantengamos nuestros valores.

## **Condiciones ideales**



### Programa de Información

#### ¿Qué es el SIM-COMAL?

Es un servicio de información de mercados que nuestra Red ofrece a todos los pequeños productores afiliados que comercializan sus productos en los diferentes mercados, ignorando muchas veces el precio real de los mismos en los puntos de compra y venta.

El SIM-COMAL es un servicio de monitoreo de precios hecho con responsabilidad y confiabilidad, en el que están reflejadas 12 plazas de nuestro país, que se convierten en puntos estratégicos para comercializar los productos a precios justos.

#### Breves de Información

- Los programas de Información y Capacitación realizaron con éxito su primer encuentro de monitores y animadores, logrando la integración de ambos a través de un enriquecido intercambio de experiencias.
- Para lograr mayor cobertura del SIM-COMAL, se está intercambiando información de precios con El Salvador, a través de la Fundación CORDES.
- En nuestro afán de mejorar a partir del año 2000, estamos monitoreando el mercado de San Pedro Sula, debido a su importancia a nivel comercial.

### Programa de Comercialización

El programa de Comercialización, conocido también como el programa de canasta básica, es uno de los más dinámicos y desafiantes en la Red COMAL. Para su ejecución, COMAL recurre a su alto nivel de organización, comunicación y coordinación entre las organizaciones afiliadas. Al final de 1999, los productores y consumidores afiliados a COMAL habían aportado al Fondo Colectivo de Comercialización Comunitaria 647,510 lempiras. Este fondo, junto a otras contribuciones de organismos internacionales, ha servido como capital semilla para las compras en colectivo. Durante 1999, tuvimos un total de ventas en nuestras Unidades Sectoriales de 12,970,395 lempiras.

Una actividad importante desarrollada por este programa fue la clínica de ventas, en la cual se propició un encuentro con los proveedores, con el fin de que los administradores populares de la Red conocieran las condiciones de negociación y las variedades y opciones en productos de consumo básico.

El programa también organizó y coordinó, en noviembre de 1999, la III Feria de Comercio Comunitario Alternativo en El Progreso, Yoro. En esta feria, los campesinos expusieron y vendieron sus productos en un ambiente competitivo similar al de la industria en general, aunque manteniendo una relación estrecha y solidaria con los consumidores.

### Programa de Capacitación



En 1999 se intensificó la capacitación en las organizaciones afiliadas a la Red COMAL. Consideramos que logramos el 100 por ciento de los objetivos planteados en el POA/99.

Los temas que hemos desarrollado con mayor frecuencia, bajo el lema «nadie aprende solo, juntos aprendemos mejor», son la administración contable de las tiendas comunitarias, la comercialización, la mercadotecnia y la economía comunitaria con enfoque de género.

#### Breves de Capacitación

- En Comayagua se logró la unidad de las comunidades que atiende FUNDER y CNTC en un solo comité regional integrado, y como resultado se está administrando una Unidad Sectorial de Mayoreo (USM).
- Se desarrollaron talleres de comercialización en la CNTC de Comayagua, OCDIH de Copán Ruinas, EACTSG de Guaymas y para algunos líderes de comunidades que atiende CARE.
- En el último semestre de 1999 se impartieron talleres de administración de tiendas comunitarias en EACTSG de Guaymas, la parroquia de Lepaera, el comité regional de Marcala y las comunidades que atiende FUNDER.
- Entre el seis y el 11 de diciembre participamos en el taller sobre «Desarrollo Rural» realizado en Esquipulas, Guatemala.



# Informe Nacional de Precios del Servicio de Información de Mercados – Red COMAL (del 17 al 23 de enero del 2000)

Barrio El Carmen, Siguatepeque, Apdo. Postal 171, Honduras Tejs. (504) 773-0096, 773-3296 Fax (504) 773-3298

Producto	Unidad	Precios al consumidor												Promedio nacional
		Tocoa	La Ceiba	El Progreso	La Entrada	Sta. Bárbara	La Esperanza	Marcala	Tegucigalpa	Siguatepeque	Taulabé	Choluteca		
Maíz fino para tortilla	qq	90.00	87.00	103.00	91.00	118.50	116.00	104.00	96.70	106.30	117.33	nsm	102.98	
Frijoles rojos	qq	425.00	433.00	394.00	381.25	429.00	397.00	425.00	426.00	350.38	348.33	nsm	400.90	
Arroz 1a. Clase	qq	390.00	356.00	444.00	373.33	380.00	406.00	380.00	385.00	369.00	366.67	nsm	385.00	
Arroz 2a. Clase	qq	359.00	301.00	326.00	350.00	363.75	299.00	361.67	302.00	321.00	nsm	nsm	331.49	
Cebolla roja	Matate	nsm	nsm	108.00	110.00	nsm	156.00	212.00	562.00	398.33	nsm	nsm	257.75	
Tomate manzana	Caja	nsm	49.00	47.00	30.00	95.00	62.00	38.00	62.00	nsm	72.50	nsm	56.94	
Papa 1a. Clase	qq	280.00	292.00	194.00	184.00	200.00	142.00	210.00	245.00	257.50	296.95	nsm	230.08	
Papa 2a. Clase	qq	250.00	235.00	138.00	93.33	130.00	54.00	148.00	126.00	133.25	186.67	nsm	149.43	
Maíz fino para tortilla	Libra	1.32	1.11	1.28	1.25	1.30	1.42	1.00	1.67	1.20	1.22	1.09	1.26	
Frijoles rojos	Libra	5.70	6.24	5.50	5.00	5.00	4.80	5.70	5.63	4.70	4.95	5.10	5.30	
Arroz 1a. Clase	Libra	4.20	4.06	4.34	4.84	4.20	4.30	4.10	4.50	4.39	4.13	4.86	4.36	
Arroz 2a. Clase	Libra	3.92	3.83	3.86	4.54	4.00	3.18	4.00	4.00	3.96	bvm	4.20	3.95	
Cebolla roja	Mazo gr.	7.40	bvm	4.80	9.60	7.40	6.60	13.00	9.40	7.40	6.20	7.50	7.93	
Tomate manzana	Libra	bvm	3.30	3.40	3.00	3.00	3.80	2.80	3.36	bvm	4.20	2.20	3.23	
Papa 1a. Clase	Libra	3.76	5.10	3.20	3.00	3.00	2.00	3.00	3.80	nsm	3.75	2.68	3.33	
Papa 2a. Clase	Libra	2.60	3.38	2.70	2.20	bvm	1.00	2.00	2.45	1.78	2.28	bvm	2.26	
Azúcar blanca	Libra	3.28	3.15	3.38	3.44	3.40	3.48	3.36	3.64	3.42	3.25	3.54	3.39	
Harina de trigo La Rosa	Libra	3.12	2.82	3.28	3.16	3.00	3.00	3.00	4.54	3.13	3.13	3.12	3.21	
Harina de maíz Maseca	2 Libras	9.60	8.60	9.20	10.40	9.80	9.60	9.30	11.40	9.40	9.75	10.40	9.77	
Manteca vegetal Clavel	Libra	7.20	6.73	7.38	7.50	pdm	7.50	7.50	7.50	7.60	8.00	pdm	7.43	
Manteca veg. Clover Brand	Libra	7.44	8.13	7.62	7.90	8.00	8.00	8.00	7.50	7.89	8.50	7.50	7.86	
Pasta de tomate Naturas	4 onzas	5.12	5.20	5.20	5.44	5.80	5.00	9.60	5.64	5.10	5.25	5.00	5.21	
Sopa Maggi, Bolsita	30 gr.	2.30	2.21	2.10	2.44	2.30	2.50	2.70	2.50	2.13	3.25	1.96	2.40	
Huevos grandes	Unidad	1.30	1.19	1.08	1.20	1.20	1.22	1.20	1.30	1.17	1.25	1.46	1.23	
Sal común (no refinada)	1/2 Libra	0.50	0.54	0.50	0.70	0.50	pdm	1.00	0.64	0.56	0.93	0.50	0.64	
Fósforos Gato Negro	Cajita	0.50	0.40	0.54	0.52	0.50	0.56	0.55	0.65	0.48	0.55	0.55	0.53	
Jabón Extra Grande	Unidad	7.18	7.11	7.38	7.80	7.50	7.00	7.50	9.60	7.11	7.13	7.24	7.50	
Baterías Ray-O-Vac grande	Par	8.80	9.30	9.74	9.70	9.83	9.00	9.30	10.10	9.48	9.06	9.20	9.41	
Machetes Colima Gavilán	Unidad	33.80	39.00	35.60	35.40	35.40	34.67	36.00	39.00	37.67	36.50	41.20	36.75	
Limas JK	Unidad	13.30	15.00	14.80	13.40	15.00	15.25	17.00	18.00	17.75	16.50	17.20	15.75	

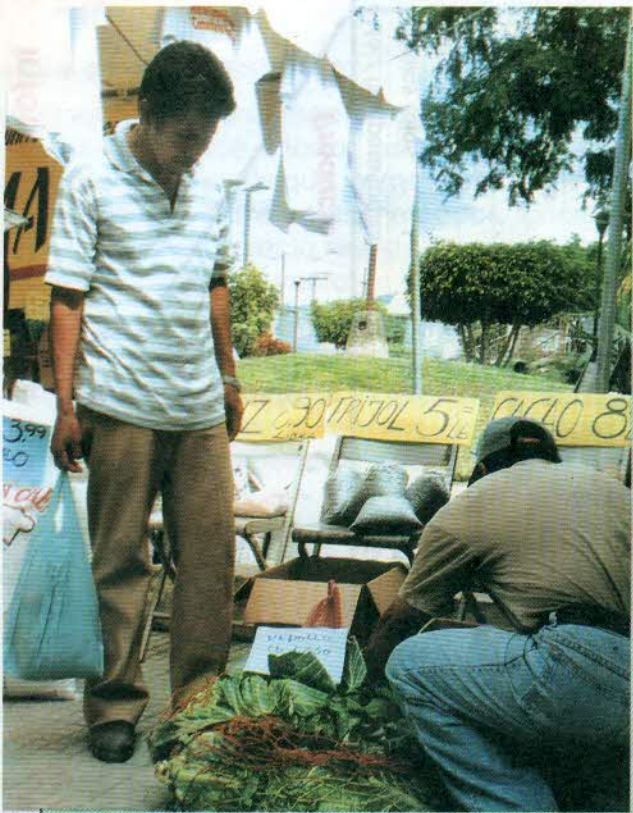
bvm= bajo volumen en el mercado

pdm= poca demanda en el mercado

nsm= no se monitora



# La Feria en imágenes



La Red COMAL facilita la compra y venta de productos campesinos de pequeños productores organizados y afiliados a la Red.



La transformación de materias primas permite darle un valor agregado y competitividad al producto campesino y mejorar los ingresos familiares.



El producto no campesino, como abarrotes de la canasta básica rural, llega al pequeño productor y consumidor a menores precios a través de las sectoriales de mayoreo y las tiendas comunitarias de las organizaciones de pequeños productores pertenecientes a la Red.