

**UNIVERSIDAD AUTONOMA “JUAN MISAEL SARACHO”  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS  
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**LAS FERIAS RURALES TURISTICAS, COMO BASE PARA EL  
DESARROLLO DE LAS COMUNIDADES CAMPESINAS DE LA  
PROVINCIA CERCADO**

Por:

**CARLOS GILBERT VILLAVICENCIO PLAZA  
ALBERTO RAUL ZENTENO HUANCA**

Trabajo Dirigido presentado a consideración de la **UNIVERSIDAD AUTONOMA “JUAN MISAEL SARACHO”**, como requisito para optar el Grado Académico de Licenciatura en Administración de Empresas.

**Octubre de 2007  
TARIJA - BOLIVIA**

V°B°

---

Lic. Víctor Hugo Romero Román  
**PROFESOR GUIA**

---

Lic. Bernardo Muñoz Vargas  
**DECANO DE LA FACULTAD  
DE CIENCIAS ECONOMICAS  
Y FINANCIERAS**

---

Lic. Francisco Varas Mendoza  
**VICEDECANO DE LA FACULTAD  
DE CIENCIAS ECONOMICAS  
Y FINANCIERAS**

**APROBADO POR:**

---

Lic. Hernán Flores R.  
TRIBUNAL

---

Lic. Luis Gutiérrez Pérez  
TRIBUNAL

---

Lic. Javier Castellanos Zamora  
TRIBUNAL

El Tribunal Calificador del presente Trabajo, no se solidariza con la firma, términos, modelos y expresiones vertidas en el mismo, siendo ésta responsabilidad de los autores.

**DEDICATORIA:**

A nuestros padres, por su apoyo  
constante e incondicional.

**AGRADECIMIENTOS:**

A la Universidad Autónoma “Juan Misael Saracho”.

A todos los docentes de la carrera, a nuestro Docente Guía, Lic. Víctor Romero, a la F.S.U.C.C.T.

## INDICE GENERAL

DEDICATORIAS  
AGRADECIMIENTOS  
RESUMEN

|   | <b>Página</b> |
|---|---------------|
| <b>INTRODUCCIÓN.....</b>                | <b>1</b>      |
| <b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>  | <b>2</b>      |
| <b>JUSTIFICACIÓN.....</b>               | <b>3</b>      |
| <b>OBJETIVOS.....</b>                   | <b>5</b>      |
| <b>ALCANCE DE LA INVESTIGACION.....</b> | <b>6</b>      |
| <b>METODOLOGÍA.....</b>                 | <b>7</b>      |

### PARTE I DIAGNOSTICO

#### CAPITULO I ANALISIS DEL ENTORNO INFLUENTE DE LAS FERIAS RURALES TURISTICAS DE LA PROVINCIA CERCADO

|  |    |
|--|----|
| 1.-. Análisis del Entorno Externo.....                     | 8  |
| 1.1.- Análisis del Macro Entorno.....                      | 8  |
| 1.1.1.-Ámbito Político Actual.....                         | 8  |
| 1.1.1.1.-perspectiva Sobre la constituyente .....          | 10 |
| 1.1.1.2.-El contexto Internacional.....                    | 11 |
| 1.1.1.2.1.-Convenio Bilateral Entre el Perú - Bolivia..... | 13 |

|  | <b>Página</b> |
|--|---------------|
| 1.1.2.-Análisis Económico.....   | 13            |
| 1.1.2.1.-Agricultura.....  | 14            |
| 1.1.2.2.-Selvicultura.....   | 15            |
| 1.1.2.3.-Ganadería.....  | 15            |
| 1.1.2.4.-Comercio.....   | 16            |
| 1.1.2.5.-Turismo.....  | 18            |
| 1.1.3.-Análisis del Ambiente social.....                                   | 18            |
| 1.1.3.1.-La Pobreza en Bolivia Según Municipios.....                       | 19            |
| 1.1.3.2.-Educación.....  | 21            |
| 1.1.3.3.- Salud.....   | 22            |
| 1.1.3.4.. Medios de Transporte e Infraestructura.....                      | 23            |
| 1.1.3.5. Corredores Bioceánicos.....                                       | 24            |
| 1.1.4.- Análisis del Ambiente Turístico.....                               | 25            |
| 1.1.4.1. Síntesis del Turismo Nacional.....                                | 25            |
| 1.1.4.2. Ecoturismo.....   | 26            |
| 1.1.5.- Análisis del Ambiente Legal.....                                   | 27            |
| 1.1.5.1.-. Marco legal Internacional.....                                  | 27            |
| 1.1.5.2.- Legislación Nacional.....  | 28            |
| 1.1.5.2.1.-La Ley del Medio Ambiente.....                                  | 28            |
| 1.1.5.2.2.-La Ley de Participación Popular.....                            | 28            |
| 1.1.5.2.3.-La Ley de Reforma Educativa.....                                | 29            |
| 1.1.5.2.4.-La Ley de Descentralización Administrativa.....                 | 30            |
| 1.1.5.2.5.- Marco Institucional del Turismo.....                           | 30            |
| 1.1.5.2.6.-Decretos Reglamentarios.....                                    | 30            |
| 1.1.5.2.7.-Ley de Promoción y Desarrollo de la Actividad<br>Turística..... | 31            |
| Principios.....  | 32            |
| 1.2. Análisis del Micro Ambiente.....                                      | 33            |
| 1.2.1. Análisis del contexto Estratégico de las ferias Rurales.....        | 33            |

|  | <b>Página</b> |
|--|---------------|
| 1.2.1.1.-Los Eventos Sustitutos.....                       | 33            |
| 1.2.1.2.-Competidores.....                                 | 35            |
| 1.2.1.3.-Proveedores.....                                  | 37            |
| 1.2.1.4.-Clientes.....                                     | 37            |
| 1.2.3.-Síntesis Historia de la F.S.U.C.C.T.....            | 38            |
| 1.2.2.1.-Organización objeto de Estudio.....               | 40            |
| 1.2.2.2.-Bases y Principios.....                           | 40            |
| 1.2.2.3.-Características del estatuto Orgánico.....        | 41            |
| 1.2.2.4.-Estructura Orgánica de la F.S.U.C.C.T.....        | 41            |
| 1.2.2.5.-Requisitos para ser Dirigente.....                | 41            |
| 1.2.2.6.-Obligaciones y deberes.....                       | 41            |
| 1.2.2.7.-De sus Funciones y Atribuciones.....              | 42            |
| 1.2.2.8.-Ampliado Departamental.....                       | 43            |
| 1.2.2.9.-Congreso Departamental.....                       | 43            |
| 1.2.2.10.-Tribunal Disciplinario.....                      | 43            |
| 1.2.2.11.-Carácter de Organización Formal F.S.U.C.C.T..... | 43            |
| 1.2.2.12.-Organización Lineal.....                         | 45            |
| 1.2.2.13.-Análisis Financiero.....                         | 47            |
| 1.2.2.14.-Centrales Provinciales.....                      | 47            |
| 1.2.2.15.-Subcentrales.....                                | 48            |
| 1.2.2.16.- Comunidad.....                                  | 48            |
| 1.2.2.17.- Niveles de Coordinación .....                   | 48            |



## CAPITULO II

### DESCRIPCIÓN GENERAL DEL SECTOR TURISTICO

#### Página

|   |    |
|---|----|
| 2.1. Consideraciones Generales.....                   | 50 |
| 2.2. Factores que Generan Turismo.....                | 51 |
| 2.2.1. Factores Económicos.....                       | 51 |
| 2.2.2. Factores Políticos.....                        | 51 |
| 2.2.3. Factores Sociales.....                         | 52 |
| 2.3. Descripción General de la Demanda Turística..... | 52 |
| 2.3.1. Infraestructura Hotelera.....                  | 57 |
| 2.3.2. Servicio Gastronómico.....                     | 58 |
| 2.3.3. Agencias de Viaje.....                         | 59 |
| 2.3.4. Medios De Transporte.....                      | 60 |
| 2.4. Descripción General de la Oferta Turística.....  | 61 |
| 2.4.1. Recursos Turísticos.....                       | 62 |
| 2.5. Los Servicios Turísticos.....                    | 67 |
| 2.6. Aspectos Complementarios de la Oferta .....      | 68 |

## CAPITULO III

### ANALISIS DEL CONTEXTO DE LAS FERIAS RURALES TURISTICAS DE LA PROVINCIA CERCADO

|   | <b>Página</b> |
|---|---------------|
| 3.-Antecedentes.....  | 70            |
| 3.1. Generalidades.....   | 70            |
| 3.1.1. Datos Generales De La Provincia Cercado.....   | 70            |
| 3.1.2. Relación Nominal de las Comunidades y Familias de la<br>Provincia Cercado por Cantones (Sub. Centrales)..... | 71            |
| 3.1.3. Descripción Geográfica del Área de Estudio.....  | 77            |
| 3.2. Contexto de las Ferias Rurales.....  | 77            |
| 3.2.1. Análisis Productivo.....   | 78            |
| 3.2.2. Proceso de Comercialización.....   | 82            |
| 3.2.2.1. Mercado de Productores.....  | 83            |
| 3.2.2.2. Mercado Mayorista.....   | 84            |
| 3.2.2.3. Mercado Detallista.....  | 85            |
| 3.2.3. Organizaciones Campesinas de Comercialización.....   | 86            |
| 3.2.4. Mercado Campesino.....   | 87            |
| 3.2.5. El Rol de las Ferias Rurales.....  | 88            |
| 3.2.6. Componentes Básicos de las Ferias Rurales.....   | 88            |
| 3.2.7. Relación Nominal de las Ferias Rurales de la Provincia Cercado.....  | 93            |
| 3.4. Aspectos Relevantes de la Feria EXPOSUR.....   | 95            |
| 3.4.1. Recursos Humanos.....  | 96            |
| 3.4.2. Generación de Recursos.....  | 97            |
| 3.4.3. Estructura Organizativa de la EXPOSUR.....   | 97            |

## **CAPITULO IV**

### **ENCUESTAS Y ANALISIS**

|   | <b>Página</b> |
|---|---------------|
| 4.-Introducción.....  | 99            |
| 4.1.Trabajo de Campo.....   | 99            |
| 4.1.1.Determinación del tamaño de la Muestra.....                 | 99            |
| 4.1.2. Distribución de la encuestas.....                          | 100           |
| 4.1.3. Análisis de los resultados obtenidos.....                  | 101           |
| 4.1.4. Conclusiones de la Investigación del trabajo de Campo..... | 118           |
| 4.2.Desarrollo de la Matriz F.O.D.A.....                          | 121           |
| 4.3. Conclusiones.....  | 123           |

## **PARTE II**

### **FUNDAMENTOS TEORICOS**

## **CAPITULO V**

### **CONCEPTUALIZACION TEORICA**

|                                     |     |
|-------------------------------------|-----|
| 5.-Introducción.....                | 125 |
| 5.1.Marketing.....                  | 125 |
| 5.1.1. Definición de Marketing..... | 125 |
| 5.1.2. Mezcla de Mercadotecnia..... | 126 |
| 5.1.2.1. Producto.....              | 127 |
| 5.1.2.2. Precio.....                | 128 |
| 5.1.2.3. Plaza.....                 | 128 |
| 5.1.2.4. Promoción.....             | 128 |

|   | <b>Página</b> |
|---|---------------|
| 5.1.3. Plan Estratégico de Mercadotecnia..... | 129           |
| 5.2. Mercadotecnia de los Servicios.....      | 130           |
| 5.2.1. Naturaleza.....                        | 131           |
| 5.2.2. Características de los servicios.....  | 131           |
| A). Servicio Intangible.....                  | 131           |
| B) Servicio Inseparable.....                  | 131           |
| C) Servicio Variable.....                     | 132           |
| D) Servicio Perecedero.....                   | 132           |
| 5.3. Turismo.....                             | 132           |
| 5.3.1. Definición de Turismo.....             | 132           |
| 5.3.2. Características del Turismo.....       | 133           |
| 5.3.2.1. Receptivo.....                       | 133           |
| 5.3.2.2. Folklórico.....                      | 134           |
| 5.3.2.3. Histórico y Cultural.....            | 134           |
| 5.3.2.4. Costumbrista.....                    | 134           |
| 5.3.2.5. Natural.....                         | 134           |
| 5.3.2.6. Arqueológico y Paleontológico.....   | 135           |

### **PARTE III**

### **PROPUESTA**

## CAPITULO VI

### LAS FERIAS RURALES TURISTICAS, COMO BASE PARA DESARROLLO DE LAS COMUNIDADES CAMPESINAS DE LA PROVINCIA CERCADO

|   | <b>Página</b> |
|---|---------------|
| <b>6.-Introducción.....</b>   | <b>136</b>    |
| 6.1. Consideraciones Generales.....                                     | 136           |
| 6.2. Marco Jurídico de la Propuesta.....                                | 137           |
| 6.3. Marco Estratégico de la Propuesta de Ferias Rurales.....           | 138           |
| 6.3.1. Visión.....  | 138           |
| 6.3.2. Misión.....  | 139           |
| 6.4. Objetivos.....   | 139           |
| 6.4.1. Objetivo General.....  | 139           |
| 6.4.2. Objetivos Específicos.....                                       | 139           |
| 6.5. Esquema De Planificación de la Propuesta .....                     | 140           |
| 6.6. Presentación y Descripción de los Componentes de la Propuesta..... | 140           |
| 6.7. Eje Temático de los Componentes de la Propuesta.....               | 141           |
| 6.7.1. Componente Productivo.....                                       | 142           |
| 6.7.2. Componente Organizacional.....                                   | 142           |
| 6.7.3. Componente de Infraestructura.....                               | 142           |
| 6.7.4. Componente de Servicios Básicos.....                             | 142           |
| 6.7.5. Componente de Mercadotecnia.....                                 | 143           |
| 6.8. Sistematización de la Propuesta .....                              | 144           |
| 6.9. Soporte Estratégico de los Componentes de la Propuesta.....        | 146           |
| 6.10 Implantación de la Estrategia.....                                 | 152           |
|   | <b>Página</b> |
| 6.11. Estructura Organizacional.....                                    | 153           |
| 6.11.1. El Comité Organizador de las ferias.....                        | 155           |

|   |     |
|---|-----|
| 6.12. Componente Productivo.....                                    | 155 |
| 6.12.1. El Componente Agrícola.....                                 | 155 |
| 6.12.2. Manejo del Agua.....  | 156 |
| 6.12.3. Manejo de Abonos.....                                       | 157 |
| 6.12.4. Manejo de Semillas.....                                     | 157 |
| 6.12.5. Mecanización de la Agricultura.....                         | 158 |
| 6.12.6. Programa de Manejo de Fenómenos Naturales.....              | 158 |
| 6.13. Componente de Infraestructura Caminera.....                   | 159 |
| 6.14 Componente de Servicios Básicos.....                           | 160 |
| 6.14.1. Electricidad, Agua Potable y Postas.....                    | 160 |
| 6.14.2. Salubridad.....   | 160 |
| 6.14.3. Sanitarios.....   | 160 |
| 6.14.4. Servicios de Alimentación.....                              | 160 |
| 6.14.5. Higiene en los Stand.....                                   | 161 |
| 6.15. Componente de Mercadotecnia.....                              | 161 |
| 6.15.1. Proceso de Mercadotecnia, Formulación como Estrategias “4p” | 161 |
| 6.15.1.1. Estrategias del Producto.....                             | 162 |
| 6.15.1.3. Estrategia de Precio.....                                 | 162 |
| 6.15.1.4. Estrategia de Plaza.....                                  | 163 |
| 6.15.1.5. Estrategia de Promoción.....                              | 164 |
| 6.15.2. Estrategia de Servicio al Cliente.....                      | 166 |
| 6.16. Elementos de Sostenibilidad de las Ferias Rurales.....        | 167 |
| 6.16.1. Staff de Apoyo Técnico.....                                 | 167 |
| 6.16.2. Rueda de Negocios.....                                      | 167 |
| 6.16.3. Componente Turístico.....                                   | 168 |
| 6.16.4. Coordinación Interinstitucional.....                        | 169 |
| 6.16.5. Estilo y Autenticidad.....                                  | 170 |

## **RECOMENDACIONES**

## **BIBLIOGRAFÍA**

## **ANEXOS**

## INDICE DE CUADROS

|  | <b>Página</b> |
|--|---------------|
| <b>Cuadro N° 1.</b> Nuevas Competencias de Gobierno nacional y Departamental                                       | 09            |
| <b>Cuadro N° 2</b> Producto Interno Bruto según Actividad Económica  | 14            |
| <b>Cuadro N° 3.</b> Principales Productos de Masiva producción/exportación   | 15            |
| <b>Cuadro N° 4.</b> Producción de Cabeza de Ganado   | 16            |
| <b>Cuadro N° 5.</b> Importaciones por año según clasificación de uso o destino<br>Económico                        | 17            |
| <b>Cuadro N° 6.</b> Exportaciones según algunos productos tradicionales<br>y no tradicionales                      | 17            |
| <b>Cuadro N° 7.</b> Indicadores de pobreza según área geográfica   | 20            |
| <b>Cuadro N° 8.</b> Tasa de alfabetismo según los Departamentos de Bolivia   | 22            |
| <b>Cuadro N° 9.</b> Establecimiento de salud por año según<br>Departamento   | 23            |
| <b>Cuadro N° 10.</b> Llegada de viajeros al País   | 26            |
| <b>Cuadro N° 11.</b> Calendario de las Fiestas tradicionales y religiosas de la<br>Provincia Cercado               | 34            |
| <b>Cuadro N° 12.</b> Calendario de las ferias rurales provincia Méndez, Aviles<br>y Arce                           | 36            |
| <b>Cuadro N° 13.</b> Estructura formal comité Ejecutivo Departamental, Central,<br>Subcentral y Sindicato          | 44            |
| <b>Cuadro N° 14.</b> Serie Histórica de llegada de visitantes a establecimientos de<br>Hospedaje                   | 53            |
| <b>Cuadro N° 15.</b> Principales mercados emisores de turistas según los registros<br>Hoteleros periodo 1999- 2002 | 54            |
|  | <b>Página</b> |
| <b>Cuadro N° 16.</b> Tarija población, vivienda y hogares según Municipios   |               |

|  |               |
|--|---------------|
| Datos estimados año 2005   | 55            |
| <b>Cuadro N° 17.</b> Tipos de establecimientos   | 57            |
| <b>Cuadro N° 18.</b> Restaurantes en la ciudad de Tarija   | 58            |
| <b>Cuadro N° 19</b> Agencias de Viajes   | 59            |
| <b>Cuadro N° 20.</b> Medios de comunicación vial   | 61            |
| <b>Cuadro N° 21.</b> Recursos Turísticos, Ecoturismo y paisajístico  | 63            |
| <b>Cuadro N° 22.</b> Recursos Turísticos Históricos, Paleontológico y arqueológico   | 64            |
| <b>Cuadro N° 23</b> Recursos Turísticos Etnocultura, productivo y gastronómico   | 66            |
| <b>Cuadro N° 24.</b> Dirigente de la Central Provincial Cercado Sr.Martín Guzmán   | 71            |
| <b>Cuadro N° 25.</b> Producción Agrícola y Artesanal Provincia Cercado   | 78            |
| <b>Cuadro N° 26.</b> Zonas de producción masiva de productos   | 81            |
| <b>Cuadro N° 27.</b> Producción bajo riego, provincia cercado zona sud   | 82            |
| <b>Cuadro N° 28.</b> Cobertura de servicios básicos en la comunidad de la<br>Provincia Cercado, luz y agua por Subcentrales                            | 91            |
| <b>Cuadro N° 29.</b> Calendario de ferias rurales: Provincia Cercado   | 91            |
| <b>Cuadro N° 30.</b> Resumen de ingresos y gastos de la exposur  | 97            |
| <b>Cuadro N° 31.</b> De los cuatro aspectos citados, cual valora más en la<br>Realización de las ferias rurales  | 103           |
| <b>Cuadro N° 32.</b> Aspectos Organizativos  | 104           |
| <b>Cuadro N° 33.</b> Aspectos Culturales   | 106           |
| <b>Cuadro N° 34.</b> Aspectos económicos   | 107           |
| <b>Cuadro N° 35.</b> Aspectos productivos  | 108           |
| <b>Cuadro N° 36.</b> Cuanto gasta en promedio, cuando asiste a las ferias rurales  | 113           |
| <b>Cuadro N° 37.</b> Cual es el canal de su preferencia y el horario que sintoniza   | 116           |
| <b>Cuadro N° 38.</b> estaría de acuerdo en que se realice una feria grande por<br>Cada Subcentral donde se exponga el producto principal<br>De la zona | 117           |
| <b>Cuadro N° 39</b> Representación de organización del departamento de Tarija<br>Afiliados a la F.S.U.C.C.T.   | 120           |
|  | <b>Página</b> |
| <b>Cuadro N° 40</b> Cronograma de ampliados mensuales por Subcentrales,  |               |



|  |     |
|--|-----|
| Cantonal provincia cercado   | 145 |
| <b>Cuadro N° 41</b> Primer componente productivo                                     | 146 |
| <b>Cuadro N° 42</b> Segundo componente organizacional                                | 148 |
| <b>Cuadro N° 43</b> Tercer componente infraestructura                                | 149 |
| <b>Cuadro N° 44</b> Cuarto componente servicios básicos                              | 150 |
| <b>Cuadro N° 45</b> Quinto componente mercadotecnia                                  | 151 |
| <b>Cuadro N° 46</b> Instituciones de apoyo para la realización de las ferias rurales | 169 |

## INDICE DE GRAFICOS

|  | <b>Página</b> |
|--|---------------|
| <b>Grafico N° 1.</b> Personas que4 asisten a una feria Departamental         | 101           |
| <b>Graficó N° 2.</b> Personas que conocen las ferias de la Provincia Cercado | 102           |
| <b>Graficó N° 3.</b> Aspectos importantes de las ferias                      | 104           |
| <b>Grafico N° 4.</b> Aspectos organizativos                                  | 105           |
| <b>Grafico N° 5.</b> Aspectos culturales                                     | 106           |
| <b>Grafico N° 6.</b> Aspectos económicos                                     | 107           |
| <b>Grafico N° 7.</b> Aspectos productivos                                    | 108           |
| <b>Grafico N° 8.</b> Personas que están conformes                            | 109           |
| <b>Grafico N° 9.</b> Medios efectivos de la feria                            | 110           |
| <b>Grafico N° 10.</b> Principales inconvenientes                             | 111           |
| <b>Grafico N° 11.</b> Costumbres de visitar en las ferias                    | 112           |
| <b>Grafico N° 12.</b> Destina parte de su ingreso en las ferias              | 112           |
| <b>Grafico N° 13.</b> Gastos promedio en las ferias                          | 113           |
| <b>Grafico N° 14.</b> Referencia de los medios de comunicaron                | 115           |
| <b>Grafico N° 15.</b> Aceptación de las ferias por cantones                  | 118           |

## INDICE DE FIGURAS

|  | <b>Página</b> |
|--|---------------|
| <b>FIGURA N° 1</b> Flujo de autoridad  | 46            |
| <b>FIGURA N° 2</b> Niveles de coordinación institucional                             | 48            |
| <b>FIGURA N° 3</b> Mercado de productores, canal de distribución                     | 83            |
| <b>FIGURA N° 4</b> Mercado mayorista, primer canal de distribución                   | 84            |
| <b>FIGURA N° 5</b> Mercado mayorista, segundo canal de distribución                  | 85            |
| <b>FIGURA N° 6</b> Componentes básicos de las ferias rurales                         | 89            |
| <b>FIGURA N° 7</b> Comité organizador EXPOSUR 2001                                   | 98            |
| <b>FIGURA N° 8</b> Las 4Ps de la mezcla de mercadotecnia                             | 127           |
| <b>FIGURA N° 9</b> Presentación del esquema de planificación                         | 140           |
| <b>FIGURA N° 10</b> Descripción grafica de los componentes de la propuesta           | 141           |
| <b>FIGURA N° 11</b> Descripción grafica de la sistematización de la propuesta        | 144           |
| <b>FIGURA N° 12</b> Descripción grafica del esquema, implantación de la<br>Propuesta | 153           |
| <b>FIGURA N° 13</b> Propuesta de organigrama   | 154           |

## INDICE DE MAPAS

|   | <b>Página</b> |
|---|---------------|
| <b>Mapa N° 1</b> Incidencia de pobreza en Bolivia | <b>20</b>     |
| <b>Mapa N° 1</b> Corredores de integración        | <b>25</b>     |
| <b>Mapa N° 3</b> Provincia Cercado                | <b>77</b>     |

## **INDICE DE ANEXOS**

**ANEXO 1** Formulario de encuestas

**ANEXO 2** Estructura orgánica de la F.S.U.C.C.T.

**ANEXO 3** Calendario de las ferias rurales de la Provincia Cercado.

**ANEXO 4** Fotos de las ferias rurales.

**ANEXO 5** Tabulación de las encuestas.