

© Copyright 2022. Universidad de Puerto Rico. All rights reserved. No part of this presentation or educational materials may be reproduced, distributed, or transmitted in any form or by any means, including photocopying, recording, or other electronic or mechanical methods, without the prior written permission of the author, except in the case of brief quotations embodied in critical reviews and certain other noncommercial uses permitted by copyright law. For permission requests, write an email to the author of the presentation.

“This material is based upon work supported by USDA/NIFA under Award Number 2021-70027-34722”

Para más información visitar: <https://www.uprm.edu/riesgoagricola/>



Universidad de Puerto Rico
Colegio de Ciencias Agrícolas
Recinto Universitario de Mayagüez



United States Department of Agriculture
National Institute of Food and Agriculture



Taller #2: Plan de Negocio

Dra. Alicia Barriga Burgos
Catedrática Auxiliar, Departamento de Economía
Agrícola y Sociología Rural
alicia.barriga@upr.edu

“This material is based upon work supported by USDA/NIFA under Award Number 2021-70027-34722”

Para más información visitar: <https://www.uprm.edu/riesgoagricola/>



¿Desea tener un negocio?

De la idea → A la acción



¿Desea tener un negocio?

¿Cómo convierte su idea en un negocio?

- La preparación del **Plan de Negocios** le ayuda a dar forma a la idea.



En este taller

1 La gerencia

2 Intro al plan de negocios

3 El plan de negocios



1. La Gerencia

- Proceso de tomar decisiones dirigida a lograr la **visión**, **misión** y **metas** del negocio



1.2 Decisiones Administrativas

- Enfocadas en la asignación eficiente de los factores de producción:
 - Tierra-recursos naturales-capital natural
 - Capital físico y financiero
 - mano de obra – recursos humanos

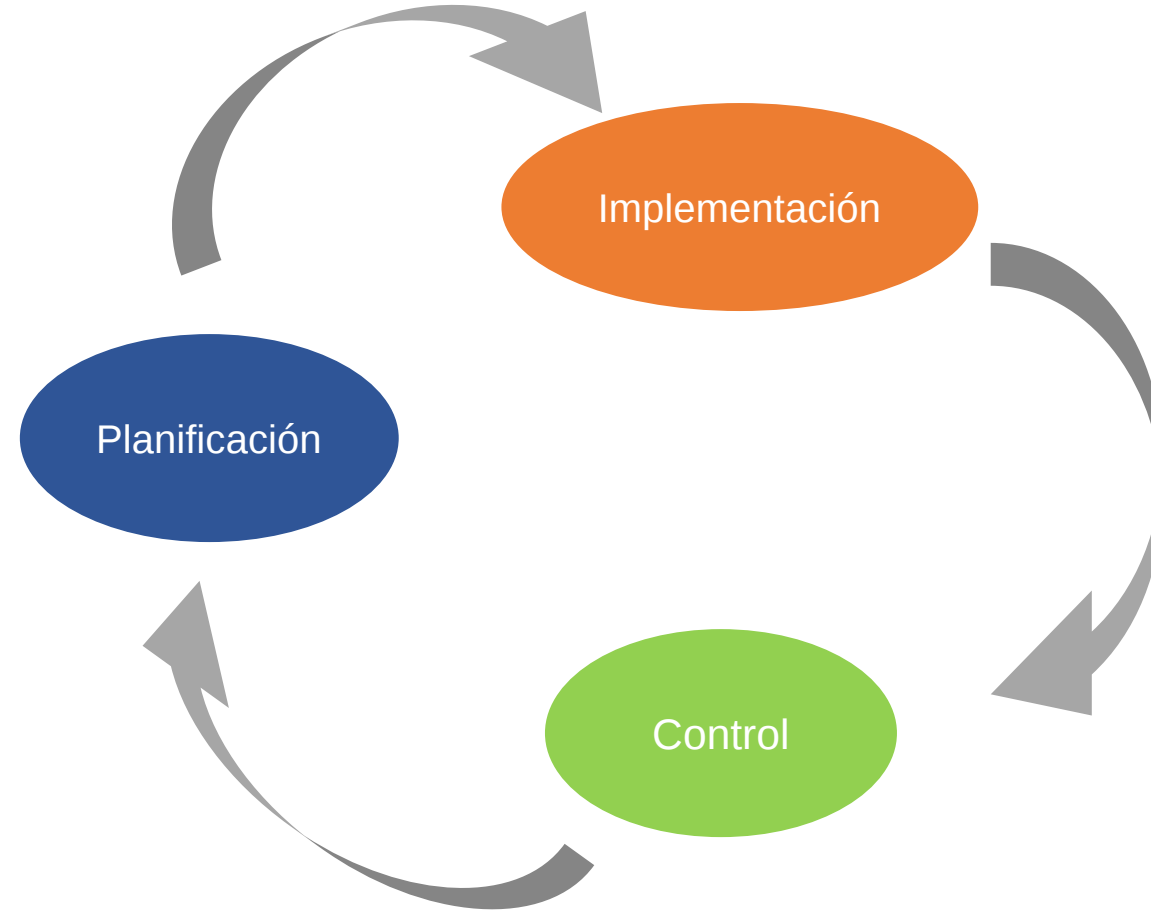


1.3 Funciones de la Gerencia

- Planificación
- Implementación
- Control



1.4 Ciclo de la Gerencia





Planificación

- Definir asuntos y obtener datos
- Planificar las operaciones y las estrategias
- Analizar los datos e identificar opciones
- Seleccionar la mejor alternativa



Implementación

Implementar el plan incluye:

- Compra de insumos
- Preparar estados financieros
- Capacitar la mano de obra
- Todo lo relacionado en los aspectos técnicos de la producción, financiamiento y mercadeo



Control

- Monitorear las actividades del negocio
- Tener un sistema que incluya registros y contabilidad
- Aumentar los datos en información que base de conocimiento
- Tomar decisiones para mejora o cambiar el negocio



1.5 Gerencia – Proceso Continuo

- Planificación en un proceso continuo
- Se evalúa basado en las condiciones económicas
- Ajustes al plan original se basan a la información obtenida



2. ¿Para que sirve un plan de negocios?

Herramienta de:

1. Comunicación
2. Administración
3. Planificación



2.1 Herramienta de Comunicación

- Para atraer capital financiero
- Obtener préstamos
- Convencer trabajadores para que acepten ser contratados
- Atraer socios estratégicos para el negocio
- Solicitar programas, subvenciones
- Atraer clientes



2.1 Herramienta de Comunicación

- La preparación del plan de negocios demuestra si el negocio tiene el potencial de ser exitoso.
- Su elaboración requiere una mirada realista a todas las fases del negocio lo que permite evaluar alternativas antes de embarcarse en la empresa nueva.



2.2 Herramienta de Administración

- Ayuda a seguir, monitorear y evaluar el progreso del negocio (control).
- Se debe usar para establecer tiempos y etapas, puede evaluar su progreso y comparar sus proyecciones a logros actuales.



2.3 Herramienta de Planificación

- Guía a través de las diferentes etapas del negocio.
- Ayuda a identificar obstáculos para que pueda evitarlos y buscar alternativas.



2.3.1 Planificación





2.3.1 Planificación



Es el plano o mapa



2.3.1 Planificación



Es el plano o mapa
Da dirección



2.3.1 Planificación



Es el plano o mapa
Da dirección
Es dinámico



2.3.1 Planificación



Es el plano o mapa

Da dirección

Es dinámico

Es un documento **ESCRITO**



Planificación: Plan de Negocios

Previamente reflexionar ¿Qué? ¿Para quién? ¿Cómo?



Planificación: Plan de Negocios

Previamente reflexionar ¿Qué? ¿Para quién? ¿Cómo?
¿**Qué** se va a producir?



Planificación: Plan de Negocios

Previamente reflexionar ¿Qué? ¿Para quién? ¿Cómo?

¿Qué se va a producir?

¿**Para quién**(es)? (clientes)



Planificación: Plan de Negocios

Previamente reflexionar ¿Qué? ¿Para quién? ¿Cómo?

¿Qué se va a producir?

¿Para quién(es)? (clientes)

¿**Cómo** se va a producir? ¿**Cómo** se va a financiar?



3. El Plan de Negocios: ¿Para qué?

Antes...

1. Para pensar el negocio de forma **ordenada** y **sistemática**



3. El Plan de Negocios: ¿Para qué?

Antes...

1. Para pensar el negocio de forma **ordenada** y **sistemática**
2. Para pensar en los puntos **débiles** y **fuertes**, los **retos** y **oportunidades**



3. El Plan de Negocios: ¿Para qué?

Antes...

1. Para pensar el negocio de forma **ordenada** y **sistemática**
2. Para pensar en los puntos **débiles** y **fuertes**, los **retos** y **oportunidades**
3. Para que pueda decidir si la idea merece **consideración** y **esfuerzo** (tiempo y dinero)



3. El Plan de Negocios: ¿Para qué?

Durante...

1. **Trazar** el camino a seguir y **evitar** errores y contratiempos durante la implementación del negocio



3. El Plan de Negocios: ¿Para qué?

Durante...

1. Trazar el camino a seguir y evitar errores y contratiempos durante la implementación del negocio
2. Solicitar **financiamiento** (requisito)



3. El Plan de Negocios: ¿Para qué?

Durante...

1. Trazar el camino a seguir y evitar errores y contratiempos durante la implementación del negocio
2. Solicitar financiamiento (requisito)
3. **Monitorear** las actividades (función de control)



3. El Plan de Negocios: ¿Para qué?

Durante...

1. Trazar el camino a seguir y evitar errores y contratiempos durante la implementación del negocio
2. Solicitar financiamiento (requisito)
3. Monitorear las actividades (función de control)
4. Enfrentar situaciones **imprevistas**



3. El Plan de Negocios: ¿Para qué?

Durante...

1. Trazar el camino a seguir y evitar errores y contratiempos durante la implementación del negocio
2. Solicitar financiamiento (requisito)
3. Monitorear las actividades (función de control)
4. Enfrentar situaciones imprevistas
5. **Tomar decisiones:** Corto y largo plazo. Metas y objetivos



3.1 El Plan de Negocios: Elementos fundamentales

1. Resumen Ejecutivo

El plan de negocios



3.1 El Plan de Negocios: Elementos fundamentales

El plan de negocios

1. Resumen Ejecutivo

2. Propósito/Descripción del negocio, producto o servicio



3.1 El Plan de Negocios: Elementos fundamentales

El plan de negocios

1. Resumen Ejecutivo
2. Propósito/Descripción del negocio, producto o servicio
3. Descripción de la empresa



3.1 El Plan de Negocios: Elementos fundamentales

El plan de negocios

1. Resumen Ejecutivo
2. Propósito/Descripción del negocio, producto o servicio
3. Descripción de la empresa
4. Administración



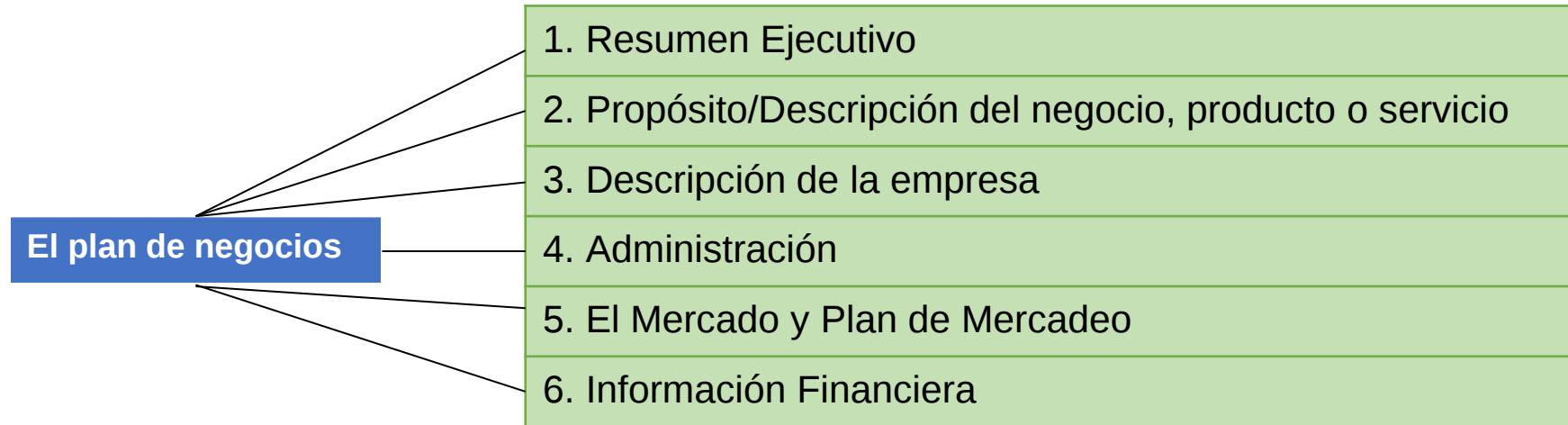
3.1 El Plan de Negocios: Elementos fundamentales

El plan de negocios

1. Resumen Ejecutivo
2. Propósito/Descripción del negocio, producto o servicio
3. Descripción de la empresa
4. Administración
5. El Mercado y Plan de Mercadeo

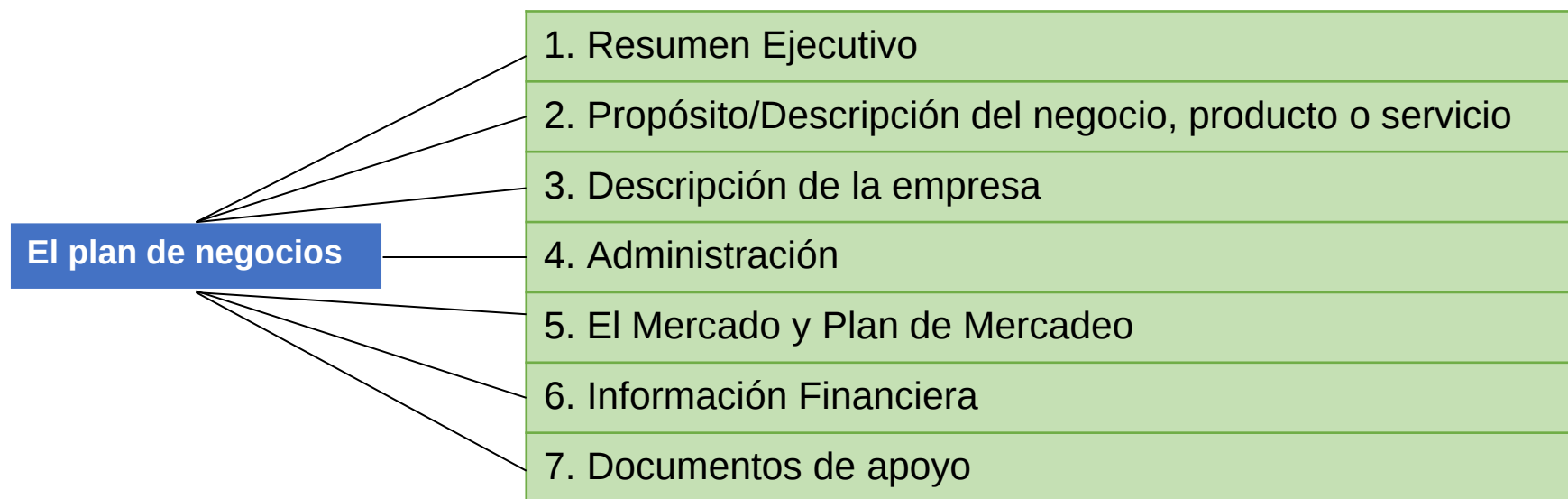


3.1 El Plan de Negocios: Elementos fundamentales





3.1 El Plan de Negocios: Elementos fundamentales



Notas: Incluir portada e índice (tabla de contenido)



El plan de negocios

2. Propósito/Descripción del negocio, producto o servicio

- Describa el **producto**, lo que hace, por qué beneficiará al cliente y lo que lo hace especial o único

Los beneficios desde la perspectiva del cliente, tomando en cuenta sus deseos y expectativas

- Incluya una descripción completa de lo que **distingue** a su negocio de otros

Clave para el éxito: Entender al cliente, ganarse la satisfacción del cliente



El plan de negocios

2. Propósito/Descripción del negocio, producto o servicio

- Describir el sector: Tradicional, en desarrollo, emergente
- Anticipar e identificar cambios potenciales en el ambiente que le rodea y cómo se adaptaría (Análisis FODA)



Consiste de una descripción **detallada** del negocio

Planificación estratégica: Los “por qué”, qué tipo de negocio

Organización legal: Cómo está compuesto el negocio

Capital humano: Quiénes trabajan

Planta: Cómo es la estructura física



Es necesario **planificar estratégicamente** e identificar:

- **La misión**
- **La visión**
- **Las metas:** A dónde se quiere llevar el negocio
- **Objetivos:** Puntos que debe ir alcanzando para llegar a la meta

Explicar **por qué** usted tiene o va a tener este negocio



El plan de negocios

3. Descripción de la empresa

La misión: **Lenguaje simple** y **claro**, universal que comunique directamente el propósito de la empresa

“Para refrescar el mundo...Para inspirar momentos de optimismo y felicidad, para crear valor y hacer la diferencia.”

“Ser la marca a escoger para la cocina auténtica latina mientras se mantiene una estrategia familiarmente orientada a los consumidores y a las raíces tradicionales culinarias de las comunidades hispanas en el mundo.”

“Inspirar a la humanidad, en el aire y en el suelo”



El plan de negocios

3. Descripción de la empresa

La misión: **Lenguaje simple** y **claro**, universal que comunique directamente el propósito de la empresa

“Para refrescar el mundo...Para inspirar momentos de optimismo y felicidad, para crear valor y hacer la diferencia.”



“Ser la marca a escoger para la cocina auténtica latina mientras se mantiene una estrategia familiarmente orientada a los consumidores y a las raíces tradicionales culinarias de las comunidades hispanas en el mundo.”



“Inspirar a la humanidad, en el aire y en el suelo”





Definir el tipo de **organización legal**:

- Individual
 - Sociedad
 - Corporación
 - Otra (ejemplo: cooperativa)
-
- Mencionar los miembros/dueños de la empresa o negocio



Describir el **capital humano** (uno de los recursos más importante de un negocio)

El/la agroempresarios (La gerencia) - su perfil

- Describa sus capacidades - educación, otras capacitaciones
- Experiencias gerenciales en este u otro negocio
- Fortalezas



El plan de negocios

3. Descripción de la empresa

- ¿Es bona fide?
- ¿Tiene licencias? (manejar camiones, plaguicidas, agrónomo(a), entre otras)
- Describa también la educación no formal: adiestramientos, educación continua (Por ejemplo, cursos que se han impartido a través del Servicio de Extensión Agrícola)



- Describir el perfil de los empleados
 - Deberes y responsabilidades
 - Educación y educación no formal
 - Licencias (manejar camiones, plaguicidas, agrónomo(a), entre otras)
 - Cualificaciones e incluir resumé de los empleados en los apéndices
- Describir las áreas en que es necesaria la contratación de otro/as



Descripción de la **planta/finca**

- Tamaño, ubicación
- Características de suelos, recursos de agua, topografía y cualquier característica particular (por ejemplo- humedales)
- Estructuras o bienes inmuebles
- Bienes muebles
- Uso actual y uso propuesto incluyendo mejoras

Puede incluir fotos, mapas, planos, videos de la propuesta, entre otros.



Describir la administración:

- Si se trata de una agroempresa presentar y explicar en detalle el proceso de producción:

Por ejemplo desde el proceso de selección de semillas o animales hasta llevarlos hasta la etapa de venta del producto

Puede incluir fotos, flujogramas, entre otros



- Incluir los planes en casos que ocurran contratiempos o emergencias
Por ejemplo debe escribir en detalle los procedimientos que se realizan cuando hay sequías, huracanes, plagas o enfermedades, entre otros
- Esta sección es importante dado a que la persona que lea el plan de Negocio conocerá los planes de acción y establecerá el conocimiento del agroempresario(a) a lidiar con los factores de riesgo en la producción



- Explicar la forma en que se maneja la empresa y el equipo necesario para su proceso de producción
- Incluir permisos necesarios y copia de los mismos (Patentes Municipales, Bomberos, Comerciante y Salud)
- Describir políticas de contratación y de personal
- Describir los seguros, acuerdos de alquiler o renta, requisitos legales que debe cumplir, y otros requisitos operativos para hacer funcionar la empresa



El mercado: Conocer y evaluar dónde se va a competir (o se compite)

¿Dónde se va producir y vender?

¿Cuál es el tamaño del mercado? (Importaciones vs producto local)

¿Quién domina el mercado? (Nivel de concentración)

¿Cuáles son los productos sustitutos más cercanos? ¿Cuáles son los precios?

Para establecer una estrategia de venta: ¿Quién va a distribuir? ¿Se contrata alguien? ¿Dónde se va a distribuir? (Detallista vs mayorista)



El ID del consumidor/clientes (Segmentación del Mercado)

¿Quién es el consumidor? Edad, género, ocupación (información demográfica)

¿Dónde vive?

¿Cuáles son sus gustos? ¿Qué quieren? ¿Cómo lo quieren?

¿Qué productos sustitutos compran?



El ID del consumidor/clientes (Segmentación del Mercado)

Ben & Jerry's

¿Quiénes son los consumidores?

Gen Z: 6%, Millenials: 32% y Gen x: 37%

Ingreso: >80k: 49%, >60k: 27% y <40k: 25%

Etnia: Blancos: 70%, afroamericanos: 11% e hispanos: 12%

Género: Mujeres: 70%

Penetración de mercado: 31% de los hogares en Estados Unidos.

<https://www.numerator.com/snapshots/brands/ben-and-jerrys>





El consumidor/cliente

- No espere al mismo día que vaya a cosechar para buscar a sus clientes
Buscar clientes desde el comienzo de cada ciclo de producción
- Venta a comercios/restaurantes: Obtenga una carta de intención de compra de los productos e incluya todas las cartas en el plan de negocio. La carta de intención no es un contrato es sólo una carta donde le indica que el comerciante o empresario que firma está dispuesto a comprar su(s) producto(s)
- Ventas en mercado agrícola o pedidos. Si va a vender al detalle debe mantener una lista de los consumidores, para cuando tenga exceso los pueda contactar y vender



Carta de intención

- Partes de la carta de intención:
- Fecha
- Nombre de la Organización/Agronegocio
- Lista de productos y cantidades que desearía comprar
- Frecuencia de compra
- Nombre del Establecimiento que esta dispuesto a comprar
- Nombre y Firma de la Persona Autorizada del Negocio a comprar



- A. **Producto:** Definición y descripción del producto
- i. Características físicas (*se puede colocar fotos*)
 - ii. Estacionalidad de ventas
 - iii. Beneficios que genera a los consumidores
 - iv. Atributos salientes
 - v. “Grading,” calidad
 - vi. Marca a usar, el nombre, logo (presente diseño del logo)



El plan de negocios

5. El Mercado y Plan de Mercadeo

- v. ¿Qué tipo de empaque se utiliza? ¿es diferente al de la competencia o el empaque de mi producto es mejor? ¿cuál es “shelf life” o largo de vida (mayor o menor que la competencia? ¿cuál es el tamaño(s) para la venta? Por ejemplo si va a vender pollo fresco cuál(es) tamaño(s) va(n) a ser el(los) empaque(s) de 4 lbs., 5 lbs., 10lbs, entre otros



B. Precio

- i. ¿Cuál es el precio de la competencia? ¿cuánto más/menos le cuesta al consumidor mi producto?
¿**cómo determino** el precio de venta? (costo mínimo, margen de ganancia, utilizo el precio de la competencia, otro)
- i. “Markup,” ¿cuánto es el margen de ganancia del producto?
- ii. Nivel de ganancias, ¿cuál es el nivel de ganancias de mi agroempresa?
- iii. Estrategia de precios usadas para competir en el mercado,



- iv. Términos de venta, descuentos, “Premium Price” si el producto tiene la mejor calidad en el mercado puedo cobrar precios por encima de la competencia, tengo que dirigir la venta del producto a personas que puedan comprar y pagar el mismo, de cobrar un “Premium Price” debe probar y justificar el establecimiento del mismo



C. **Promoción**

- i. Definir el presupuesto que cuenta para hacer promoción, el éxito de toda nueva empresa depende (en parte) de la promoción inicial del producto y estrategias de penetración en el mercado
- ii. Identificar el tema de enganche (lema) o imagen del producto
- iii. Analizar la estrategia de diferenciación, ¿Qué hace diferente a mi producto de la competencia?



El plan de negocios

5. El Mercado y Plan de Mercadeo

- iv. Dar a conocer atributos, ¿cuáles medios de comunicación voy a utilizar para hacerlo?



D. **Plaza**

- i. Definir los canales de mercadeo
- ii. ¿voy encargarme de la distribución o contrato a distribuidores independientes? ¿cuál es el criterio para la selección de distribuidores?
- iv. ¿la venta de mi producto será exclusiva para unos distribuidores?
- v. Definir localizaciones, ubicaciones de los centros de distribución
Medios de comunicación ideales para llegar a ellos, radio, TV, redes sociales, internet



- iv. ¿Dónde estará localizado el producto en la tienda?
- v. Definir transportación
- vi. Se necesita alguna condición para el almacenaje del producto



Las estrategias de mercadeo deben ir de la mano de las estrategias financieras:

¿Cuánto se necesita vender?

¿Qué porción del mercado se necesita?

¿ Cómo voy a vender más? Ofrecer un producto de calidad?

“Copycat,” ¿es mi producto igual/idéntico
que los demás productos de la competencia?



Fuentes de información:

1. Censo Agrícola:

http://www.agcensus.usda.gov/Publications/2007/Full_Report/Puerto_Rico/

2. Informe Económico al Gobernador: Apéndice Estadístico

3. External Trade Statistics

4. Ingreso Bruto Agrícola: <http://www.agricultura.gobierno.pr/>

Presupuestos Modelo: <http://agricultura.uprm.edu/economia/presupuesto.html>

Conjuntos Tecnológicos: <http://openpublic.eea.uprm.edu/document-terms/production-guides>



Planificación financiera: Presupuesto

- Identificar potenciales oportunidades de ganancias y poder desarrollar un plan para la finca que le permitan al dueño o administrador tomar las mejores decisiones
- Es una herramienta importante en la planificación, administración y evaluación del agronegocio
- Presentan una “*situación típica*” la cual puede acercarse a la realidad para una empresa/operación en particular

Proveen un estimado de los ingresos, gastos y ganancias potenciales para una empresa



Presupuesto modelo:

- Estiman la viabilidad económica y financiera de distintas productos y prácticas administrativas
- Ayuda a desarrollar los Planes de Mercadeo y de Producción
- Encuentran o descubren costos que no se habían previsto
- Selecciona la mejor combinación de producción para la finca/agronegocio
- Ayuda a desarrollar y organizar la información a proveer a las entidades financieras
- Ayuda en la toma de decisiones de inversión



Presupuestos Modelo Actualizados

- Cebolla
- Pimientos
- Repollo
- Yuca
- Batata
- Yautía Amarilla
- Yautía Estela
- Ñame Diamante
- Ñame Habanero
- Papaya
- Calabaza
- Cercas
- Ají dulce
- Cilantrillo
- Siembra de Palmas
- Siembra de árboles
- Árboles en umbráculos
- Arbustos en umbráculos

http://www.uprm.edu/p/economia_agricola/presupuestos_modelo



Análisis de punto de equilibrio: Estimar **cantidad y precio mínimos**

- La **producción mínima** es la cantidad mínima que debe producir la empresa a los precios del mercado vigente en el momento para recuperar todos los costos de producción.

$$\text{Producción Mínima} = \text{Costo Total} / \text{Precio de Venta}$$



Análisis de punto de equilibrio: Estimar **cantidad y precio mínimos**

- El **precio mínimo** de venta es el precio mínimo que se debe vender el bien o servicio para recuperar todos los costos de producción

Precio Mínimo de Venta=Costo Total/Cantidad Producida



Preparación de documentos financieros

- Inventario
- Estado de Situación Financiera
- Flujo de Efectivo
- Hoja de Ingresos y Gastos
- Nómina



Inventario

- Es la lista de todo lo que posee la empresa y todas las deudas
- Contabiliza los bienes que la empresa adquiere y debe y mantiene el control de la situación económica
- Incluye los bienes tangibles que intervienen en el proceso de producción de bienes o servicios
- Brinda información de los equipos, maquinaria, materiales e insumos



Inventario: Usos

- Conocer lo que tenemos en la finca
- Rendir informes de contribuciones
- Sirve de evidencia para ayuda en casos de desastres
- Demuestra la verdadera situación económica junto con los pasivos
- Permite precisar cuándo, qué, cuántos de los artículos son necesarios reabastecer
- Permite manejar materiales perecederos más eficientemente

Es el Primer Documento que exigen las entidades financieras para solicitar un préstamo



Estado de Situación Financiera

Es un resumen del inventario

Se utiliza para estimar el capital, haber neto, liquidez, entre otros proporciones las cuales indican la situación económica del negocio



Flujo de efectivo

Es el resumen de las transacciones en efectivo de la empresa, explica los cambios de efectivo y donde ocurren.

Resume las actividades de la operación, inversiones y actividades financieras durante un periodo de tiempo



Hoja de Ingresos y Gastos

Presenta todas las transacciones de ingresos y gastos, ya sean monetarios o no monetarios que genere la empresa.

Los ingresos se define como lo que se recibe en retorno por el bien o servicio que se ofrece e incluye todos los ingresos ya sean o no en efectivo. Además se incluyen los subsidios del gobierno y recursos no monetarios que generen cierto ingreso



Nómina

Se presenta el pago de salarios a los empleados de la empresa

Incluye el total de horas trabajadas por empleado, el salario por hora, labores realizadas, deducciones, aportaciones patronales, entre otra información relevante



El plan de negocios

6. Información Financiera

Visite su oficina local del SEA

Programas estatales y federales existentes



El plan de negocios

1. Resumen Ejecutivo

- Es lo último que escribe (1- 2 páginas)
- Se cubra lo fundamental:
 - Descripción de su producto o servicio
 - Sus clientes
 - Perspectivas de su empresa
 - Organización legal
 - Propietarios/Socios



El plan de negocios

1. Resumen Ejecutivo

- Si solicita financiamiento debe especificar:

¿Cuánto? ¿Para qué?

¿Cómo la inversión mejorará la viabilidad/rentabilidad?



- Resumen del/a agroempresario/a y otras personas claves en la gerencia de la agroempresa
- **Certificación de Agricultor Bonafide**
- Declaración de impuestos de los propietarios de los tres años anteriores
- Estados financieros personales



- Para franquicias, una copia del contrato de franquicia y todos los documentos de apoyo proporcionados por la compañía que otorga la licencia de franquicia
- Licencias, permisos, endosos, patentes y otros documentos legales
- Cartas de intención de todos los suplidores
- Cartas de intención de clientes
- Cartas de recomendación y referencias de crédito



El plan de negocios

7. Documentos de apoyo

- Cotizaciones de equipos
- Cartas de recomendación o endoso al proyecto/negocio
- Mapas, planos, fotos de la propiedad e instalaciones
- Documentos legales como titularidad, gravámenes



El plan de negocios

7. Documentos de apoyo

- Estructura organizacional del negocio
- Copia de la propuesta/contrato de arrendamiento o acuerdo de compra o documentos legales de inmueble
- Certificados de adiestramientos y licencias
- Otros que estime pertinentes



Actualizar

- Trimestralmente, semestralmente, anualmente
- Cuando ocurran cambios
- Cuando decida expandir, cambiar estructura



El plan de negocios

Bonus: Si el tiempo permite...

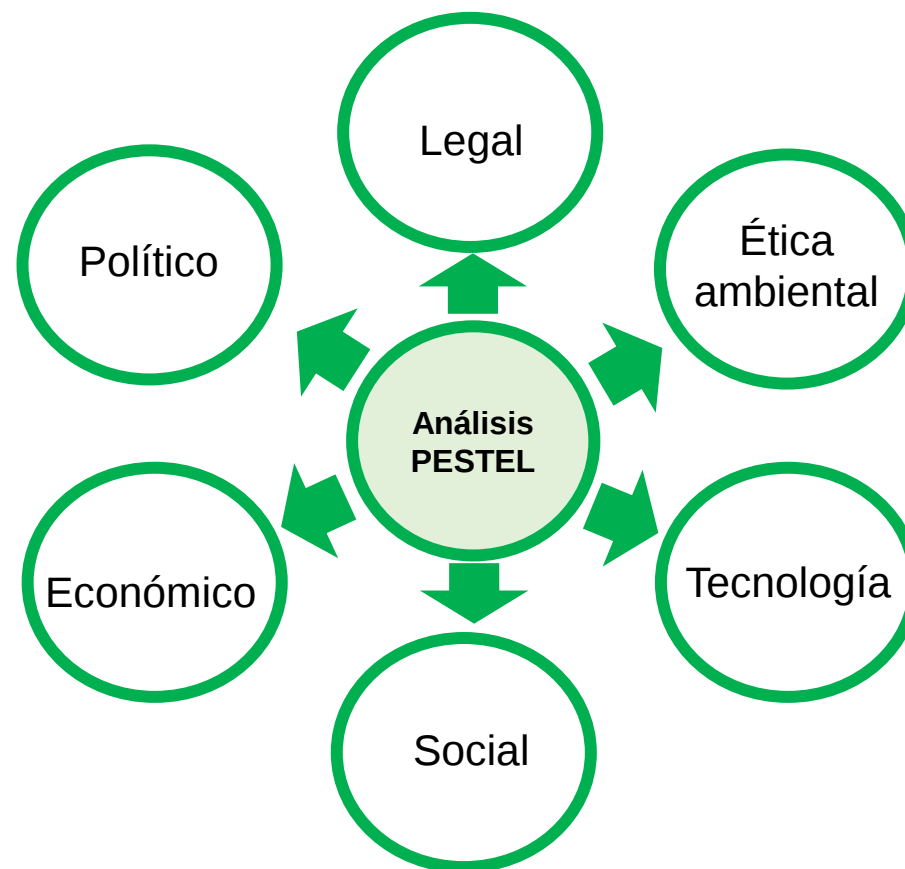
Para anticipar cambios potenciales en el ambiente empresarial y negocio, se puede usar:

- El análisis PESTEL: Marco de herramientas para analizar y monitorear los factores macro ambientales que impactan un negocio
 - Políticos
 - Económicos
 - Sociales
 - Tecnologías
 - Éticas ambientales
 - Legales



El plan de negocios

Bonus: Si el tiempo permite...





El plan de negocios

Bonus: Si el tiempo permite...

Para el plan de mercadeo se puede utilizar el análisis SWOT/FODA:

FODA = fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas

- Compara su empresa vs. la competencia
- Brinda la información sobre los puntos que debe mejorar

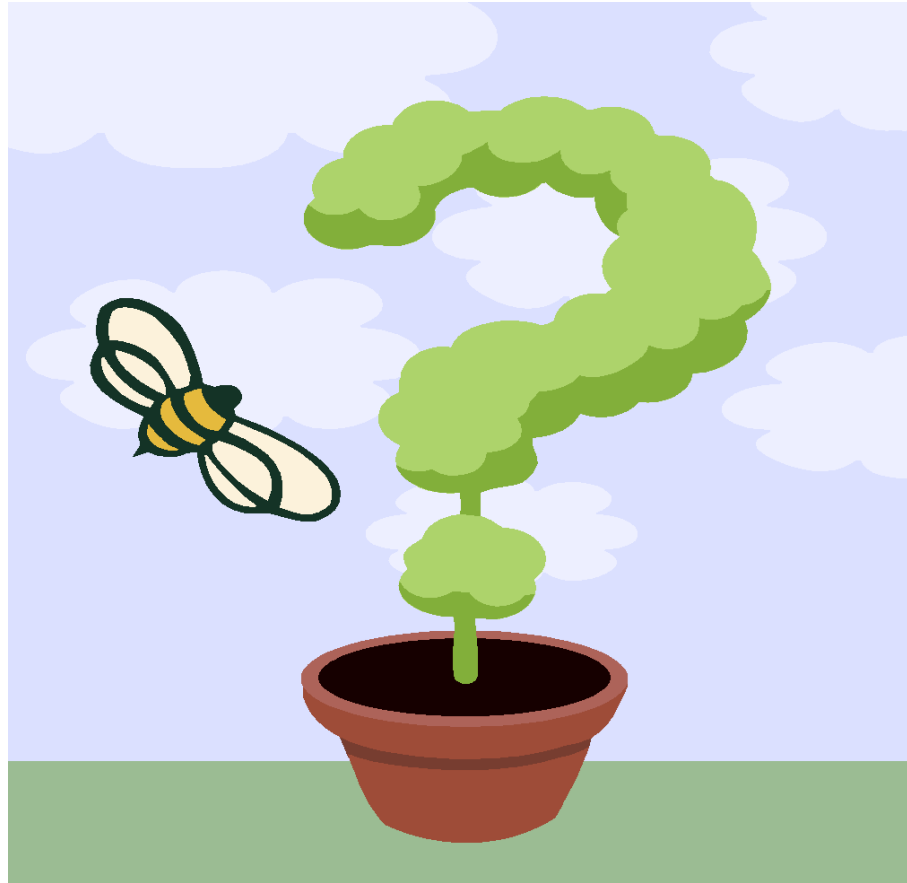


El plan de negocios

Bonus: Si el tiempo permite...

FODA

	MI EMPRESA	LA COMPETENCIA
Debilidades de tu producto/empresa		
Oportunidades en el mercado		
Fortalezas de tu empresa		
Amenazas en ese mercado		



“This material is based upon work supported by USDA/NIFA under Award Number 2021-70027-34722”

Para más información visitar: <https://www.uprm.edu/riesgoagricola/>