

Seis Maneras de Mejorar las Ganancias de Lichi en el Sur de Florida¹

Edward Evans, Robert Degner, and Kimberly Morgan²

Introducción

Es difícil para los agricultores en el sur de Florida cultivar y comercializar el Lichi (*Litchi chinensis* Sonn.) por las siguientes razones:

- La producción varía ampliamente debido a floraciones irregulares y a una retención pobre de frutos.
- El fruto es susceptible a un rango amplio de pestes y enfermedades. Las pérdidas debido a los pájaros y murciélagos fruteros pueden ser grandes en algunas áreas si es que no se usan redes.
- La época de producción es corta.
- La fruta es altamente perecedera, susceptible a volverse marrón y a podrirse y requiere tratamiento especial al cosecharse.
- La cosecha es mano de obra intensiva y costosa.

Aún con tantos problemas de producción y comercialización la producción de lichi puede ser muy satisfactoria, con retornos promedios que fácilmente son iguales o sobrepasan a los de otros cultivos en el área. Además hay una demanda creciente por lichi en los Estados Unidos, debido principalmente a un crecimiento de la población asiática y a consumidores curiosos o conscientes de su salud que compran la en fruta en tiendas especializadas.

Al momento hay preocupación debido a que las ganancias de los productores de lichi han declinado constantemente. Por ejemplo, en los 1990s los retornos promedios fueron de alrededor de \$8,000 por acre. Hoy en día el promedio de los retornos ha bajado a \$2,500, asumiendo producciones modestas a altas. La principal razón por esta disminución drástica en los precios es la competencia de las importaciones que vienen de Taiwán, China y Méjico. Del 2000 al 2003 las importaciones de lichi crecieron de 536 toneladas a 3,346 toneladas (624 por ciento). La mayoría del incremento fue debido a

1. Este documento, FE548, es uno de una serie de publicaciones del Departamento de Food and Resource Economics, Servicio de Extensión Cooperativa de la Florida, Instituto de Alimentos y Ciencias Agrícolas, Universidad de la Florida (UF/IUFAS). Fecha de primera publicación: Abril 7, 2005. Este traducción del FE497, publicado Noviembre 2004. La traducción del inglés al español estuvo a cargo de Carols Jauregui. Visite nuestro sitio web EDIS en <<http://edis.ifas.ufl.edu>>.

2. Edward Evans, Assistant Professor, Department of Food and Resource Economics, Tropical Research and Education Center, Homestead, FL; Robert Degner, Professor and Director of Florida Agricultural Market Research Center, and Kimberly Morgan, Coordinator of Economic Analysis, Department of Food and Resource Economics, Florida Cooperative Extension Service, Institute of Food and Agricultural Sciences, University of Florida, Gainesville, FL.

las importaciones provenientes de Taiwán. En el 2002 Taiwán dobló sus exportaciones de lichi a los Estados Unidos, sobrepasando a Méjico como el principal proveedor del mercado americano. En el 2003 Taiwán incrementó aún más sus exportaciones hasta llegar al nivel más alto de todos los tiempos, 2,373 toneladas, lo que viene a ser 70% de las importaciones totales de lichi de los Estados Unidos. Se espera que China sobrepase a Taiwán con sus remesas de lichi en el 2004. El incremento en las importaciones ha causado que el precio doméstico de lichi en los Estados Unidos se desplome dramáticamente dejando a muchos productores preguntándose si es que la industria va a permanecer lucrativa. Agravando más la situación es la fuerte demanda por parte de los comerciantes de bienes raíces para hacer lotizaciones en el área lo que ha tentado a muchos productores a salirse del negocio.

Aunque la decisión de permanecer en el negocio de lichi, cambiar de negocio o vender las tierras a los lotizadores es una decisión personal, nosotros ofrecemos algunas sugerencias a los productores para que incrementen sus retornos en el negocio de lichi. Específicamente, nosotros discutimos seis maneras de mejorar el negocio de lichi, enfatizando su comercialización.

Mejorando las Oportunidades de Comercialización

Virtualmente todo el lichi producido en Florida es vendido fresco porque la producción es muy pequeña para justificar una planta procesadora comercial. Debido a que la época de producción de lichi es muy corta (cinco a seis semanas), es difícil y costoso establecer y mantener programas de comercialización de lichi con las mayores cadenas de tiendas que venden al por menor. Sin embargo, mayores retornos pueden ser obtenidos de las siguientes seis maneras:

1. Cooperativas.
2. Coséchelo Usted Mismo.
3. Venta Directa a Consumidores (Mercados de productores y Mercados al Borde de la Carretera).

4. Producción Orgánica.
5. Productos con Valor Adicional.
6. Otras Alternativas de Comercialización.

Cooperativas


Cooperativas

Mejor precio con volúmenes más grandes de lichi

Provee a los miembros productores con poder para negociar con los compradores

Tienes más control sobre tu producto

Encuentre publicaciones sobre comercialización en <http://www.rurdev.usda.gov>



Usted puede encontrar publicaciones sobre cooperativas agrícolas en "Florida Environments Online" (<http://palmm.fcla.edu/feol>). Use la página "Florida Agriculture and Rural Life" para buscar por publicaciones de Doyle Edgar Timmons tituladas "Co-operative agriculture in Florida: a survey of the of cooperative ventures in Florida and the United States." Aunque esta es una publicación todavía es una fuente excelente de información sobre cooperativas agrícolas. Puede bajar a su computadora la publicación completa para imprimirla.

Coséchelo Usted Mismo

Coséchelo Usted Mismo




Anuncie con signos al borde de la carretera, en periódicos locales y en la página de la internet del Departamento de Agricultura y de Servicios para el Consumidor de Florida (<http://www.doacs.state.fl.us>)

Provea espacio para estacionar, baños y equip de ayuda para cosechar

Una operación de "coséchelo usted mismo" le proveerá con más ganancias pero le tomará considerablemente más tiempo porque usted necesitará:

- anunciar con signos al borde de la carretera, en periódicos locales y en la página de la internet del Departamento de Agricultura (Department of Agriculture): <http://www.doacs.state.fl.us>.

- proveer estacionamiento, equipo de ayuda para cosechar, recipientes, baños y agua para beber.
- supervisar muy de cerca a los clientes para evitar daños a los árboles y asegurar que los clientes no se lesionen (atención especial debe darse para cubrir pozos de irrigación y controlar insectos como hormigas y avispas).
- investigar la necesidad de ampliar su seguro de riesgo (operaciones de "coséchelo usted mismo" no están cubiertas por el seguro regular de la finca).
- proveer un buen servicio (toma tiempo construir un negocio con clientes que regresan).

Venta Directa a Consumidores (Mercados de productores y Mercados al Borde de la Carretera)

Venta Directa a Consumidores—Mercados de Productores
 Considerable inversión en tiempo y gastos de transporte
 Requiere que la cosecha de lichis sea oportuna



Venta Directa A Consumidores—Mercados al Borde de la Carretera
 Ubicación, ubicación, ubicación!



Los Servicios de Comercialización Agrícola del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos tienen, en su página de la internet <http://www.ams.usda.gov/farmersmarkets/States/Florida.htm>, enlaces para conseguir información (nombres, lugares y horas de operación) sobre mercados de productores en el estado de Florida. Además, la Oficina de Mercados de Productores del Departamento de Agricultura y Servicios al Consumidor de Florida tiene, en su página de la internet <http://www.florida-agriculture.com/markets.htm>, enlaces para encontrar información sobre mercados de productores, ferias, exposiciones y también artículos de cómo se hacen cosas y artículos de investigación.

Aprenda más sobre venta directa en la página de la internet <http://www.redlandriot.com> (entre a "Burrs Berry Farm", "Knaus Berry Farm", y "Robert Is Here"). Es esencial ubicarse en carreteras bien transitadas y debe tenerse en consideración que el lugar tenga espacio adecuado para estacionamientos.

Producción Orgánica

Producción Orgánica



Crecimiento muy importante en la demanda por más de 20 años

Dificultad en seguir prácticas orgánicas estrictas en el sur de Florida debido a la baja fertilidad del suelo y a la presencia de plagas y enfermedades que prosperan durante todo el año en el clima subtropical

Debido a la demanda creciente de productos cultivados orgánicamente nuestra recomendación es que los productores de lichi consulten con las universidades y los agentes de Extensión para llevar a cabo experimentos que les permitan desarrollar métodos viables para el cultivo orgánico de lichi y para su comercialización. Al presente, la tecnología de cultivos se enfrenta a muchos problemas debido en gran al clima caliente y húmedo que caracteriza el sur de Florida, el que fomenta insectos y enfermedades lo que hace muy difícil una producción orgánica continua de lichi.

Productos con Valor Adicional

El valor del lichi puede ser aumentado presentando el producto en enlatados de lichi entero o sin semilla, congeladas, enlatados como compotas o mermeladas, secos o en combinación con otros productos como copas con fruta o productos de pastelería. Todos estos procedimientos sirven para extender la vida comestible del lichi y para presentar diversidad en la comercialización, dado a que el periodo de oferta es muy limitado. El lichi en forma de productos con valor adicional puede ser vendido durante todo el año a los diferentes supermercados y tiendas en Florida.

Productos con Valor Adicional

Lichis secos y acaramelados
 Lichis frescos congelados
 Lichis enlatados
 Miel de lichi
 Mermelada de lichi



Otras Alternativas de Comercialización

Otras Alternativas de Comercialización

<p>Comercialización a través de asociaciones de frutas para regalo y floristas</p> 	<p>Venta en pequeñas cantidades del producto a través de otras compañías de lichi</p> 	<p>Desarrollar páginas en la internet para vender lichi</p> 
---	--	--

La Asociación de Frutas para Regalo de Florida (<http://www.fgfsa.com>) se especializa en embarcar productos cítricos de Florida para el consumo nacional e internacional y algunos de sus miembros podrían aumentar lichi o productos de lichi a sus canastas de regalo. El Departamento de Agricultura y de Servicios para el Consumidor de Florida ofrece asistencia promocional, incluyendo el desarrollo de páginas y de material de promoción en la internet, información demográfica sobre los consumidores, artículos recientes de investigación, etc. Hay mucho material de la Campaña Promocional Agrícola de Florida concerniente a "Fresco de Florida" en la página de la internet <http://www.florida-agriculture.com/marketing/index.htm>. Además, pequeños productores de lichi pueden vender cierta cantidad de su producto a través de la internet creando sus propias páginas o a través de firmas exitosas como LycheesOnline.com.

Observaciones Finales

Aunque la época de oro de los altos retornos del lichi ha pasado, la producción lucrativa de lichi todavía es posible. El éxito o fracaso de esta empresa, en lo que se refiere a lucro, será determinado por las de decisiones comercialización que se hagan. Como con cualquier otro cultivo, la producción lucrativa empieza con la identificación de las oportunidades en el mercado.

Información de Contacto

Robert Degner
 Profesor y Director de Programa
 Food and Resource Economics Department
 Post Office Box 110240
 University of Florida
 Gainesville, FL 32611
 Telefono: 352-392-1881, extensión 454
 Correo electrónico: RLDegner@ifas.ufl.edu

Edward Evans
 Profesor Asistente
 Tropical Research and Education Center
 18905 SW 280th Street
 Homestead, FL 33031
 Telefono: 305-246-7000, extensión 272
 Correo electrónico: EAEvans@ifas.ufl.edu