

Coasba vendió 180 toneladas en abril para su distribución bajo el estándar Fairtrade en Europa, mercado con más demanda que el local.

Por **Francisca Pacheco Pérez**
economia@diarioelsur.cl

La miel producida en la región y el país ha mostrado tener una mayor demanda en los mercados extranjeros. Así lo plantean desde Cooperativa Apícola Campesina Santa Bárbara (Coasba), entidad que en abril comercializó 180 toneladas del producto a JPM Exportaciones para su distribución en Europa, principalmente en Alemania, Suiza, Italia y Francia.

Esto, a través de la certificación Fairtrade –comercio justo–, otorgada por Flocert, entidad que verifica el cumplimiento de determinados estándares de calidad, trazabilidad, y rendimiento de los recursos extras percibidos a través de las exportaciones. En el caso de Coasba, los recursos han permitido mejorar infraestructura productiva y mejorar los precios para los productores.

“Ellos certifican todos los años y auditan que todo el valor agregado que perciben las cooperativas por vender bajo este sello se reinvierta en beneficio directo de los productores y el desarrollo de la entidad; en infraestructura, más colmenas, en construir una sala de cosechas o mejorarla, de manera que sea más atractivo ser parte de la cooperativa que trabajar de forma independiente”, explicó Juan Pablo Molina, gerente comercial de JPM Exportaciones, empresa en alianza con Coasba.

CERTIFICACIÓN FAIRTRADE

El presidente de Coasba, Leonardo Guíñez, recordó que se adhirió al sello en 2005 tras pasar un año de evaluación. “Fue muy favorable, porque como éramos pequeños productores, comercializar miel en el mercado europeo permitió inyectar recursos de apoyo. Este valor de la compra de miel va con una prima a-



De las 180 toneladas comercializada, 100 tienen como destino Alemania y el resto se distribuye en Italia, Suiza y Francia.

Cooperativa cuenta con sello internacional de precio justo Apicultores de Santa Bárbara certifican miel para exportación

xa, de 0,20 centavos al valor de la miel, eso se entrega directamente a la organización”.

A través de estos recursos adicionales, la cooperativa ha implementado medidas como la modernización de la planta de acoplamiento y la mejora en el precio de la miel para los productores.

“En cada mejora estructural hay que inyectar dinero y tenemos recursos dedicados a eso. Todos los años nos auditan, envían una persona externa del país a ver que se cumplan todas las exigencias, verifican la trazabilidad de nuestras mieles que llegan a Europa, y que cumplamos todas las

normativas”, detalló.

El gerente comercial de JPM Exportaciones comentó que la alianza con Coasba se sostiene desde hace casi una década, siendo la única con asociaciones de la Región de Biobío. “Nosotros gestionamos la exportación de la miel y también ayudamos a desarrollar alianzas

0,20

centavos de dólar al valor de la miel es la prima que recibe la cooperativa, recursos que se invierten en optimizar el trabajo.

con clientes de distintos países, es un trabajo que ha crecido bastante, este año ya se llegó al hito de exportar 180 toneladas, que hace años era impensado”, contó.

Desde el sector también apuntan a poder diferenciar la miel chilena en mercados extranjeros. “El desafío que tenemos bajo este tipo de certificaciones es poder salir un poco del precio commodity para darle valor agregado al producto y de esa manera diferenciar versus la miel convencional que pueda estar vendiendo la gran mayoría”.

Falta trabajar con respecto a la publicidad para mejorar el consumo per cápita de miel en Chile. Nuestras mieles se van a los mejores mercados de Europa y acá no la reconocen”.

Leonardo Guíñez
Presidente de Coasba

• Certificación Fairtrade

Las organizaciones con este sello de precio justo perciben recursos adicionales para promover el desarrollo productivo, y son auditadas anualmente por Flocert.

Por otro lado, el presidente de Coasba comentó que, aunque los valores que otorga la venta de miel fraccionada resultan más atractivos que la exportación, la demanda suele ser mucho más baja. “Falta trabajar con respecto a la publicidad para mejorar el consumo per cápita en Chile. Nuestras mieles se van a los mejores mercados de Europa y acá no la reconocen”, declaró.

TEMPORADA 2026

El presidente de Coasba destacó que la temporada fue beneficiosa. “Logramos sacar cinco o seis contenedores, el año de la pandemia sacamos uno o dos. No todos los periodos son productivamente buenos, porque el cambio climático se ha marcado bastante. Nuestros colegas de Mataquito, que son socios comerciales certificados, tuvieron un promedio de dos kilos por colmena, y en algunas partes del sur también fue malo”, comentó.

En tanto, el jefe del área comercial de JPM Exportaciones relató que “mucho miel ya va camino a los clientes, otras están aún por salir, pero ya hasta esta fecha más o menos dura esta temporada y luego hay que planificar la que viene, donde los agricultores ya están preparando las colmenas y nosotros tenemos que hacer todo el trabajo comercial”.