



BIOKETEN



Patricio Olavarría, CEO; Hani-
 le Bachmann,
 COO, y Gaspar
 Peña, CSO. A
 través de un QR,
 es posible cono-
 cer el origen de
 la miel, respal-
 dado por
 Bioketen.

¿SABEMOS REALMENTE LO QUE COMPRAMOS?

Trazabilidad y ciencia: la receta valdiviana para agregar valor a la miel

Bioketen desarrolló un sistema que permite trazar científicamente el origen de la miel, y hoy buscan detectar adulteraciones. **F. GUAJARDO S.**

Un frasco de miel por US\$ 100. Esa es la realidad de la Manuka, la variedad neozelandesa que logró posicionarse en el mundo con respaldo científico, denominación de origen y estrategia país. En Chile, en cambio, gran parte de la miel se exporta a granel, pierde su trazabilidad y se paga un bajo precio. La *startup* Bioketen quiere revertir ese escenario con Honning-Plus, un kit que permite certificar el origen floral de la miel con análisis de PCR y abrir la puerta a la exportación con valor agregado.

“Hoy compras miel y no tienes certeza de lo que te están vendiendo”, dice Patricio Olavarría, CEO de Bioketen. El sistema, ya disponible para apicultores, entrega resultados en cinco días y cuesta 50% menos que los métodos tradicionales y ahora incorpora un código QR para los envases: al escanearlo, el comprador puede ver la composición

floral, el origen de las colmenas y otros datos relevantes.

La tecnología ha despertado interés en países como Argentina, Panamá y España. En paralelo, están desarrollando una solución para detectar adulteraciones, como la adición de jarabes o agua, un problema crítico considerando que 46% de la miel que entra a Europa está alterada, según la Comisión Europea.

La empresa trabaja con gremios de medianos exportadores y las primeras mieles con QR llegarán al mercado en las próximas semanas. “Estamos en un proceso de evangelización, pero los que han probado el kit han vuelto a usarlo”, dice Olavarría.

El objetivo final es posicionar la miel chilena con trazabilidad, denominación de origen y valor nutricional certificado. “Tenemos biodiversidad para competir con mieles premium como la Manuka”, concluye.

La CEO de la
 compañía,
 Nadac Rea-
 les, espera
 comenzar la
 marcha
 blanca en
 noviembre.

MANUELA FERNÁNDEZ