

Fecha: 10-02-2026
Medio: El Llanquihue
Supl.: El Llanquihue
Tipo: Columnas de Opinión
Título: Columnas de Opinión: La jaiba de Cochamó: un tesoro escondido del Reloncaví

Pág.: 6
Cm2: 220,0
VPE: \$ 241.103

Tiraje: 6.200
Lectoría: 18.600
Favorabilidad: ☐ No Definida

C Columna

La jaiba de Cochamó: un tesoro escondido del Reloncaví



Alfonso Muena R.
Empresario

Hace unos días recibí visitas extranjeras, expertos en turismo, y los llevé a Cochamó. Nada mejor que probar la gastronomía costera fresca del Estuario del Reloncaví: pedimos chupe de jaibas. “Fantástico, sensacional, maravilloso”, exclamaron. Yo mismo quedé sorprendido: era un manjar que sabía a mar austral, fresco y único.

Entonces pensé: qué paradoja que muchas veces necesitamos que un extranjero nos recuerde las maravillas de nuestra propia Patagonia. Ellos descubren lo que nosotros damos por sentado: riquezas escondidas que esperan ser valoradas.

El Estuario del Reloncaví es un laboratorio natural. Allí confluyen las aguas frías y transparentes de los deshielos cordilleranos, cargadas de minerales, con las mareas del Pacífico. El resultado es un ecosis-

“No podemos seguir esperando que sean los visitantes quienes nos digan lo que tenemos: debemos ser nosotros quienes levanten la voz y pongamos en valor lo que nos pertenece”

tema enriquecido, base de la cadena alimenticia marina. No es casual que los salmoneros valoren este entorno para la smoltificación de sus peces, ni que los cultivos de mitilidos prosperen con fuerza, compitiendo ya en importancia con el salmón.

PRODUCTO CON IDENTIDAD

Y aquí aparece la protagonista de esta columna: la jaiba. Bajo los flotadores de los cultivos de choritos, las semillas y juveniles que caen al fondo se convierten en banquete “ad libi-

tum” para este crustáceo, que con sus tenazas rompe conchas y transforma nutrientes en carne firme y exquisita. La jaiba de Cochamó no es sólo un recurso secundario: es un producto con identidad, con sabor y con futuro.

¿No es acaso evidente el potencial? Con un buen diseño de cultivo mixto –mitilidos y jaiba– Cochamó podría ofrecer un producto de calidad extraordinaria, digno de competir en el mercado mundial.

La experiencia de la langosta de Juan Fernández, convertida en símbolo internacional en apenas dos décadas, debería inspirarnos. Si ellos lograron posicionar su crustáceo como un ícono gastronómico, ¿por qué no pensar en la jaiba como nuestra próxima estrella?

Además, hay un detalle que no es menor: estudios señalan que estos moluscos y crustá-

ceos, por las características de estas aguas, son ricos en litio. Una metáfora perfecta: no sólo alimentan, también cargan “baterías humanas”. Imaginen traer a una pareja de Hollywood a degustar este manjar (comprobar sus resultados y experiencias) y convertirlo en publicidad mundial. Sería un golpe maestro de marketing gastronómico, capaz de poner a Cochamó en la vitrina global.

Pero más allá de la anécdota, lo que está en juego es la capacidad de nuestra región para reconocer y potenciar sus propios recursos. La jaiba de Cochamó representa la unión entre naturaleza, cultura y desarrollo productivo. Es identidad, es tradición y es futuro.

No podemos seguir esperando que sean los visitantes extranjeros quienes nos digan lo que tenemos: debemos ser nosotros quienes levantemos la voz y pongamos en valor lo

que nos pertenece.

SÍMBOLO DE DESARROLLO

La Patagonia no sólo es paisaje y turismo de aventura. También es gastronomía, ciencia y oportunidad. La jaiba de Cochamó es un ejemplo concreto de cómo un recurso aparentemente secundario puede transformarse en símbolo de desarrollo sostenible. Si logramos articular investigación, manejo responsable y promoción cultural, estaremos frente a un producto capaz de competir en el escenario internacional y, al mismo tiempo, fortalecer nuestra identidad regional.

La invitación es clara: mirar hacia el mar, reconocer lo que tenemos y atrevernos a proyectarlo. La jaiba de Cochamó está lista para convertirse en embajadora de nuestra Patagonia. Sólo falta que nosotros lo creamos.

CS