

La sostenibilidad se ha convertido en un camino ineludible para la industria acuícola y para el mundo productivo en general. En ese ámbito, la salmonicultura local ha estado trabajando decididamente por implementar mejores prácticas que ayuden al sector a tener una operación más sustentable, proponiéndose metas claras en diversos ámbitos.

Por ejemplo, la industria suscribió un acuerdo con el Monterey Bay Aquarium de Estados Unidos –al que adhieren tanto las empresas de SalmonChile como del Consejo del Salmón– bajo el cual se pretende reducir en un 50% el uso de antibióticos con plazo al 2025. Este trabajo va muy bien encaminado y se cree que se podrá cumplir satisfactoriamente con esta meta. De igual forma, la industria ha reducido el uso de antiparasitarios, ha avanzado en la obtención de certificaciones internacionales como ASC y BAP, ha trabajado en economía circular y ha implementado campañas para mantener limpias las costas donde se sitúan sus operaciones, entre otras acciones.

Pero no sólo eso. Diversos estudios –como los artículos publicados recientemente en el marco del Blue Food Assessment– concluyen que los alimentos azules, entre ellos el salmón, tendrán un papel crucial para avanzar hacia sistemas alimentarios más saludables, equitativos y sostenibles. De hecho, la evaluación muestra que el salmón de cultivo es preferible frente a otras proteínas dado su menor impacto ambiental, el alto perfil de nutrientes y al hecho de que la acuicultura está menos expuesta a riesgos climáticos.

Trabajar en el mensaje

En suma –tal como se explicó este año en un evento organizado por Ventisqueros–, el salmón de cultivo es considerado como una de las formas de proteínas más ecoeficientes y sustentables, con un factor de conversión de entre 1,2-1,5, bastante menor a lo registrado en aves, cerdos y vacunos; un bajo consumo de agua, con 2.000 litros por kg de carne comestible; y una baja huella de carbono de tan solo de 0,6 gramos de CO2 equivalente por porción normal de 40 gr de proteína comestible.

Pero, ¿cómo llegar con este mensaje a todos los públicos de interés? Al parecer, ahí está el mayor desafío de la salmonicultura local. Saber llegar con este mensaje primero a las comunidades con las cuáles se relaciona. Luego a las autoridades regionales y nacionales, con el fin de que éstas puedan ayudar al sector a progresar y a activar los cambios regulatorios que pueden ofrecer un mejor panorama futuro; y luego a los consumidores tanto a nivel nacional como internacional. Y es que el salmón debe ser querido primero en su propia tierra para ser apreciado también, sin limitaciones, en los mercados internacionales.

El producto ya cuenta con una alta aceptación a nivel global. Eso lo comprueba la alta demanda que se está apreciando ahora post pandemia y los altos precios que se han venido registrando, pero para que la industria puede seguir avanzando de manera sostenible se requiere que los diversos públicos de interés, partiendo por los locales, valoren realmente el desempeño y la presencia de esta actividad. De esa forma, habrá que seguir estrechando lazos con las comunidades, con los distintos actores políticos y sociales y vendría bien acercarse a los jóvenes, que son quizá el público más exigente en la actualidad en cuanto a preferir alimentos sostenibles. Claro está que habrá que seguir trabajando, de manera constante, en esta materia, donde una buena comunicación es y será fundamental.

