

El “catering” aéreo se reinventa y lleva a casa la “comida de los aviones”

Efeagro

El varapalo que la pandemia de la [covid-19](#) ha supuesto para la aviación también ha dado un duro golpe al negocio del “catering” aéreo, que empleaba a centenares de personas tan solo en Perú y se ha visto obligado a reinventar su negocio y buscar una nueva clientela: pacientes de la enfermedad y servicio a domicilio.

De atentas y precisas azafatas que discurrían por los pasillos de los aviones, la “comida de avión” ha pasado a ser repartida por trabajadores en herméticos monos blancos, máscaras, guantes y gafas de seguridad que hacen reparto a clientes particulares y a grandes hospitales establecidos por el Gobierno peruano para atender a miles de personas enfermas o en confinamiento obligatorio debido al virus.

Esta ha sido la solución que [Gate Gourmet Perú](#), filial peruana de una multinacional suiza, ha encontrado para mantenerse a flote durante una pandemia “que nos ha afectado considerablemente” y les ha obligado a “considerar nuevas oportunidades de negocio”, según relató a Efeagro su gerente de operaciones, Fernando Teixeira.



El “catering” aéreo se reinventa

Con casi 900 empleados que mantener, la idea fue hacer de la necesidad virtud y aprovechar “los recursos humanos y la infraestructura” ya instalada para producir miles de comidas diarias con los más exigentes controles de calidad y seguridad

posibles para nuevos nichos de negocio que la enfermedad hizo aparecer.

“Ya nos habíamos lanzado a nuevos mercados antes pero, dada la crisis mundial, tomamos la decisión de hacer todos los esfuerzos necesarios para potenciar y desarrollar nuevas oportunidades (...) No es precisamente comida de avión la que hemos lanzado al mercado local, sino que hemos desarrollado nuevas opciones y alternativas para satisfacer a nuevos consumidores”, resumió Teixeira.

Nuevos conceptos

Raúl Manrique, “sous chef” de desarrollo de la empresa y responsable de velar por su cocina, relató a Efeagro que la clave está siendo la adaptación a los nuevos clientes y nuevos gustos que están sustituyendo el estándar “de avión”.

“Cuando cocinamos para hospitales, nos hemos alineado a conceptos nuevos. Y estamos contentos, porque la gente allí (pacientes y personal sanitario) nos responde bien. (...). El amor y la pasión por la comida está, y también la adaptación. Trabajamos con dietas distintas al “catering” aéreo, con nutricionistas, y hacemos cosas como comidas licuadas, que son muy distintas”, afirmó el cocinero.



De atentas y precisas azafatas que discurrían por los pasillos de los aviones, la “comida de avión” ha pasado a ser repartida por trabajadores en herméticos monos blancos

Otro nuevo concepto y desafío es cocinar para el “mercado abierto”, es decir, las personas que desde sus hogares solicitan las comidas preparadas y ultra congeladas, y las reciben a domicilio listas para consumir.

“Así estamos entendiendo a un público nuevo y vemos que hay que tener más cuidado en todo, porque el cliente aéreo no se quejaba mucho, pero el consumo directo lleva nuestra marca, el cliente valora el producto y da respuestas”, apuntó.

Sabor y seguridad

En este aspecto entró a tallar un tema muy importante en Perú, que la empresa tuvo que adaptar en sus recetas para el público general: el sabor.

“Es clave este cambio, porque para las aerolíneas, deliberadamente, se busca un sabor neutral, porque los pasajeros son necesariamente muy variados. Pero ahora es un público peruano, que sabe mucho de aderezos y de cocina, y por eso le damos un agregado que es lo que necesita la comida para venta general. El cliente quiere algo listo para comer y que justifique haberlo pedido”, dijo.



Los restaurantes peruanos están autorizados a servir comidas a domicilio desde hace aproximadamente un mes, siempre que cumplan estrictas medidas de seguridad

A la sazón, se añade un asunto que hace también que los clientes estén reaccionando *“positivamente”* a esta iniciativa y pida cada vez más comidas, como es la seguridad.

Los restaurantes peruanos están autorizados a servir comidas a domicilio desde hace aproximadamente un mes, siempre que cumplan estrictas medidas de seguridad, y eso es algo que desde el sector del *“catering”* aéreo tenían incorporado desde el inicio.

De hecho, las exigencias internas de las cocinas industriales están muy por encima de las establecidas para atender el servicio a domicilio durante la pandemia, una consideración que pone a la empresa *“en una posición privilegiada”* en el mercado local para afrontar la situación.



Producir miles de comidas diarias con los más exigentes controles de calidad y seguridad

De hecho, la rutina de reparto es casi de ciencia ficción, con camiones refrigerados y repartidores que mantienen una

escrupulosa rutina, casi teatral, para entregar los pedidos a sus clientes.

Llegar para quedarse

Si bien aún el negocio de los hospitales ni el del reparto a domicilio han llegado a compensar la desaparición del mercado de la aviación comercial, la marcha de estos nuevos productos fruto de la necesidad está dando buenas señales.

“Definitivamente, el objetivo de Gate Gourmet Perú no es ingresar a nuevos mercados solo mientras dure la crisis pandémica. Por el contrario, la idea es mantener estas líneas de negocio en el tiempo y paralelas a nuestro negocio principal una vez que se reactive y así de esta manera consolidarlo”, concluyó Teixeira.