



Tendencias culinarias de la generación Y: la cocina digital

Escrito por
Jenny Cooper

Fecha de publicación
Junio de 2015

Estos usuarios entran a la cocina con sus dispositivos móviles y una actitud creativa. La generación Y recurre a los dispositivos móviles en cada fase del proceso culinario (elegir el plato, aprender a prepararlo y llevar a cabo su elaboración) y las marcas inteligentes están a su disposición para ayudarles en cada micromomento.

think with Google™

Hacen muchas preguntas en la cocina, pero la más frecuente suele ser: "¿Dónde dejo mi teléfono para que no se manche?"

En un estudio realizado en colaboración con mcgarrybowen y Kraft Foods, observamos que, mientras que los usuarios de más de 35 años tienen tendencia a imprimir las recetas¹, el 59% de los de entre 25 y 34 años cocinan consultándolas directamente en su smartphone o tablet.²

El smartphone se está convirtiendo en el pinche ideal de los usuarios de la generación Y, quienes abordan la cocina con una actitud creativa. Nuestro estudio demuestra que los usuarios online de 25 a 34 años (a los que aquí nos referimos como "generación Y") disfrutan del proceso culinario tanto como del plato acabado: se interesan por todo, experimentan con nuevas recetas y aprenden nuevas técnicas.³

"En estudios complementarios vemos que la generación Y cocina más", comenta Anna Conroy, directora de Planificación en mcgarrybowen. "No se percibe como una tarea rutinaria, sino como la capacidad de crear una experiencia".

En muchos [micromomentos](#), recurren al dispositivo móvil para obtener toda la información y las instrucciones que necesitan. Hemos resumido este proceso del consumidor en tres fases principales: la inspiración, el aprendizaje y la elaboración. Además, destacaremos algunos aspectos clave que deben tener en cuenta las marcas que quieran llegar a la generación Y en los momentos importantes de todo este proceso.

El 59% de los usuarios de entre 25 y 34 años entran en la cocina llevando consigo su smartphone o tablet.

La fase de la inspiración

El proceso culinario empieza con una inspiración: la cuestión de qué cocinar. Estos momentos en los que se plantean qué pueden cocinar suelen resultar algo complicados para los usuarios de la generación Y, puesto que el 31% de ellos declara que la elección del plato que va preparar es lo menos divertido del proceso culinario.³

Realizan búsquedas para encontrar la ayuda que necesitan, y los cien términos de búsqueda principales relacionados con comida suelen ser bastante genéricos ("ideas para cenas", "recetas saludables" y "recetas para ollas de cocción lenta", por ejemplo).⁴ El incremento interanual del interés de búsqueda de "las mejores recetas" en YouTube es del 48%.⁵

Principales búsquedas de "mejor receta"



1. mejor receta de galletas de chocolate

2. mejor receta de pan de plátano

3. mejor receta de pastel de carne

4. mejor receta de tortitas

5. mejor receta de lasaña

6. mejor receta de macarrones con queso

7. mejor receta de hamburguesa

8. mejor receta de chili con carne

9. mejor receta de pizza margarita

10. mejor receta de chuleta de cerdo asada

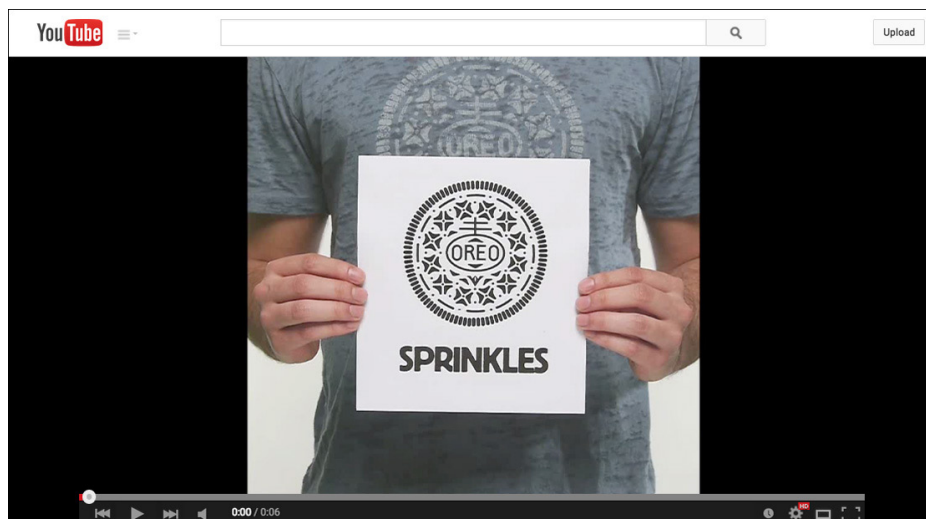
Fuente: datos de la Búsqueda de Google, abril de 2015, Estados Unidos

Aunque un tercio de los usuarios de la generación Y afirman que no disfrutan del momento de decidir el plato que van a preparar, ello no les impide ser creativos. Nuestro estudio demuestra que, para una cuarta parte de los usuarios online de la generación Y, el momento más importante del proceso culinario es dar al plato un toque personal para que se convierta en una receta única. Por ejemplo, utilizando algún secreto culinario, esos trucos que hacen que cocinar sea más fácil y

divertido. El 40% de los usuarios de la generación Y encuestados estaban interesados en este tipo de contenido.⁶ Algunos ejemplos más habituales son los trucos para preparar un buen café o los trucos con galletas Oreo.⁶ El creador de YouTube [CrazyRussianHacker](#) domina a la perfección este tipo de contenido. Su [lista de reproducción "Food Life Hacks"](#), donde enseña a sus fans todo tipo de trucos, desde cómo cocinar huevos en el microondas hasta increíbles formas de partir una sandía, acumula más de 545.000 visualizaciones (en el momento en que se escribe el presente artículo).⁷

Haz clic para ver el vídeo

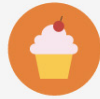
["Oreo Snack
Hacks: Sprinkles"](#)



Y si el producto final no es perfecto, no pasa nada: el 92% de los encuestados se declaran satisfechos a pesar de haber cometido algún fallo.⁸

Para las marcas: responde a la curiosidad de la generación Y —y a sus búsquedas de recetas de concordancia amplia— con ideas culinarias específicas. Por ejemplo, responde a una búsqueda de "recetas saludables" con una receta de salmón que incluya algún truco interesante. Convierte la estresante experiencia de elegir el menú de la cena en una investigación entretenida.

¿Qué llevarán los usuarios de Estados Unidos para todas esas fiestas de barrio, a las que se lleva comida y celebraciones del Día de la Independencia este verano? Estas son las principales tendencias de comidas y bebidas en Google:



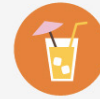
Principales tendencias en platos para el Día de la Independencia

Delicias de arroz inflado
Tacos de jamón ahumado
Ideas de cupcakes
Tarta de frutas
Ensaladas para picnic



Principales tendencias en recetas de verano

Calabacín
Pastel de frutas
Ensalada de quinoa
Coliflor
Pechuga de pollo rellena



Principales tendencias en bebidas de verano

Moscow Mule
Té de hibisco
Batido de plátano
Bahama Mama
Café helado

Fuente: datos de Google, de julio a agosto de 2013 y de julio a agosto de 2014, Estados Unidos

La fase del aprendizaje

Una vez que han decidido el menú de la cena, llega el momento de plantearse cómo prepararlo. Entonces es cuando la generación Y recurre a la Búsqueda de Google o a YouTube. [Esta generación se ha suscrito en masa a los canales de comida de YouTube](#), y el 75% del crecimiento de las visualizaciones procede de los dispositivos móviles.⁹ El contenido sobre cómo preparar recetas en YouTube es tremendamente popular, con 419 millones de visualizaciones en 2014.¹⁰ Una de las diez búsquedas más frecuentes en YouTube es "Cómo cocinar algo" (por detrás de "cómo dibujar", "cómo besar" y "cómo hacer un nudo de corbata").¹¹ También es el nombre en inglés del [canal de comida de YouTube](#) "How to Cook That", donde cada semana Ann Reardon enseña a preparar caprichosos postres a más de un millón seiscientos mil fans (en el momento en que se escribe el presente artículo).

Y recuerda que los usuarios que realizan estas búsquedas no tienen por qué tener demasiada experiencia culinaria, ya que suelen buscar consejos prácticos. Un ejemplo para esta época del año: a medida que se acerca el verano, observarás un pico de búsquedas de "cómo partir una sandía", como hemos detectado que sucede últimamente cada verano.¹² (Y no te pierdas los trucos culinarios de CrazyRussianHacker que hemos mencionado anteriormente).



Principales tendencias en búsquedas de "cómo preparar el mejor X" en Google



1. patatas asadas

- | | |
|-----------------------------|----------------------------------|
| 2. quesadilla | 6. carne asada |
| 3 huevos escalfados | 7. michelada |
| 4. cobertura de mantequilla | 8. café de filtro |
| 5. hamburguesas | 9. macarrones con salsa de queso |
| | 10. café de cafetera francesa |

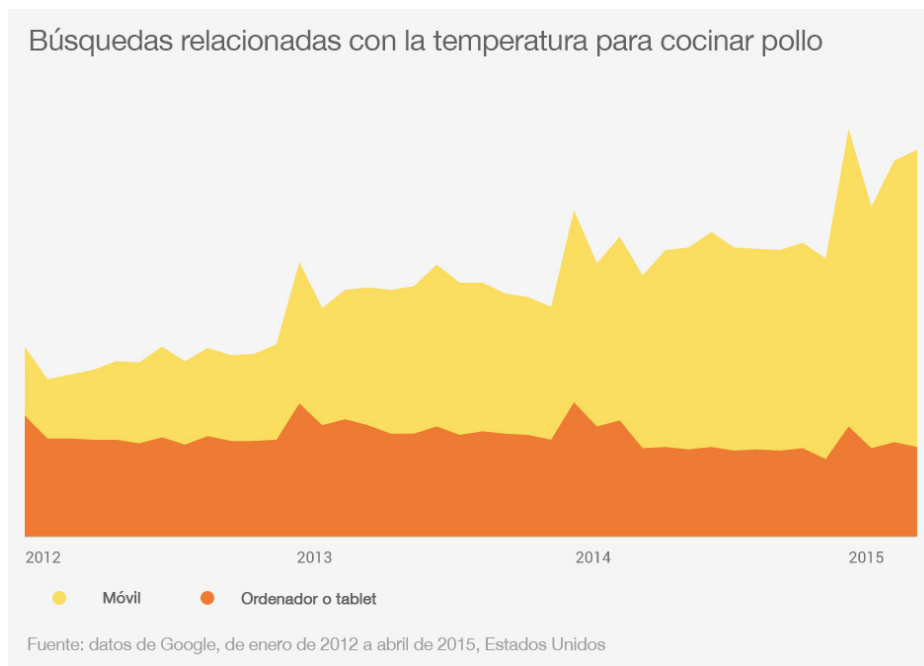
Fuente: datos de Google, de enero a mayo de 2014 y de enero a mayo de 2015, Estados Unidos Las búsquedas más populares son las que registran un mayor crecimiento interanual.

Cuando se aventuran a realizar búsquedas más complejas, suele ser para encontrar un ingrediente especial o un sabor nuevo. Esta curiosidad se hace extensiva a la elección de marca: el 40% de los usuarios de la generación Y afirman que eligen una marca que han visto en una receta porque le confiere un sabor único.¹³

Para las marcas: ten presencia en las fases de descubrimiento y de consideración. No se trata solo de tu producto, sino de lo que la generación Y puede hacer con ese ingrediente o con ese utensilio. Ayúdales a desarrollar las técnicas necesarias para elaborar platos interesantes con tu producto.

La fase de la elaboración

A la hora de cocinar, llegan los momentos en los que uno se plantea si lo está haciendo bien. Entonces, la generación busca consejos para orientarse. Las consultas del tipo "Temperatura del horno para preparar pollo asado" cada vez son más frecuentes en los dispositivos móviles (ver gráfico), y el 68% de las [madres de la generación Y](#) declaran que también ven vídeos mientras cocinan.⁹ Y si las manos están ocupadas, la búsqueda por voz resulta indispensable: el 23% de los adultos [la utilizan mientras cocinan](#).



Por ejemplo, mientras esperan a que se caliente el horno, se percatan de que casi no les queda sal. Este es uno de los [posibles momentos de deseo de compra](#) que las marcas pueden aprovechar. De hecho, el 39% de los consumidores afirman haber hecho una compra de algún tipo desde la cocina.¹⁴

A todo esto, ¿dónde están los invitados a la cena? Lo más probable es que también estén en la cocina. Los usuarios de la generación Y no cocinan solos; el 27% dicen que seguramente compartirían la experiencia con su pareja, con un amigo o con un hijo.¹ Por consiguiente, estos usuarios perciben el hecho de cocinar como una oportunidad de pasar un buen rato con la familia y los amigos, no como una tarea rutinaria; algo que no ha pasado desapercibido en Kraft. "En el caso de Kraft, estamos convencidos de que no se trata únicamente de preguntarse qué pueden hacer para crear un plato mejor, sino qué pueden hacer para ayudar a los consumidores a disfrutar de una experiencia más interesante en general", señala Conroy, de mcgarrybowen.

Para las marcas: el proceso culinario no termina una vez que se han comprado los ingredientes y se ha elaborado el plato. Más allá de la receta y de los procedimientos, piensa en cómo puedes crear una experiencia culinaria social y divertida para los usuarios de la generación Y, tanto si tienen a la familia y los amigos consigo como si estos se hallan en otra ciudad.



Jenny Cooper

Directora de Desarrollo de ventas: Comidas y bebidas, Google

Fuentes

¹ Google Consumer Survey, mayo de 2015. Basado en la población online de los EE. UU., n=502. El 33% de los encuestados afirmó "haber imprimido alguna receta"; el 22%, utilizar el "teléfono móvil", y el 20%, el "tablet".

² Google Consumer Survey, enero de 2015. Basado en la población online de los EE. UU., n=550

³ Google Consumer Survey, enero de 2015. Basado en la población online de los EE. UU., n=1657

- 4 Datos de la Búsqueda de Google, de enero a diciembre de 2014, Estados Unidos
- 5 Tendencias de búsqueda de Google, de enero a mayo de 2014 y de enero a mayo de 2015, Estados Unidos
- 6 Google Consumer Survey, enero de 2015. Basado en la población online de los EE. UU., n=663
- 7 Datos de la Búsqueda de Google, abril de 2015, Estados Unidos
- 8 Google Consumer Survey, enero de 2015. Basado en la población online de los EE. UU., n=460
- 9 Millward Brown Digital/Firefly/Google, YouTube Food (Comida en YouTube), mayo de 2014. Basado en usuarios de la generación Y de 18 a 34 años
- 10 Datos de YouTube, 2014, Estados Unidos. La clasificación como vídeo de aprendizaje se basa en datos públicos como títulos, etiquetas, etc. Además, es posible que no tenga en cuenta todos los vídeos de aprendizaje con instrucciones disponibles en YouTube.
- 11 Datos de YouTube, 2015, Estados Unidos
- 12 Tendencias de búsqueda de Google, de enero de 2013 a mayo de 2015, Estados Unidos
- 13 Google Consumer Survey, enero de 2015. Basado en la población online de los EE. UU., n=483
- 14 Google Consumer Survey, abril de 2015. Basado en la población online de los EE. UU., n=1509