
[En España, se realizan cada año
más de 100 millones de búsquedas de recetas por Internet](#)

La factoría digital de recetas de Nestlé a pleno rendimiento

- Chefs, nutricionistas y un amplio equipo de profesionales digitales –incluidos varios *Community Managers* y una *bloguera* experta en repostería– se dedican diariamente a crear platos sabrosos y saludables, que se comparten con los consumidores a través de las diferentes plataformas: web, app y perfiles sociales de las marcas.
- La factoría cuenta actualmente con casi 3.000 recetas. Está previsto que este año se generen hasta 500 nuevas y que ésta sea una tendencia creciente en los próximos años.
- La app de recetas de Nestlé cuenta ya con más de 1,5 millones de descargas.
- En los últimos 3 meses, sólo el 13% de los internautas ha recurrido al libro tradicional de cocina para encontrar recetas.

«Jóvenes y mayores dedican cada vez más tiempo a consultar sobre recetas, preparar menús o compartir a través de sus perfiles digitales sus mejores platos. En definitiva: la cocina está de moda. Hemos detectado un aumento de las búsquedas de recetas por Internet –un crecimiento cercano al 7% en el último año– y por ello, desde Nestlé, hemos doblado nuestros esfuerzos para ofrecer un mayor número de recetas, todas ellas acompañadas de relevante información nutricional. Sin duda, las recetas nos permiten acercar la nutrición al consumidor de una manera atractiva», afirma Neus Martínez, Directora de Comunicación de Nestlé España.

Estudios realizados por Nestlé para conocer los hábitos alimentarios de los españoles y su relación con el entorno digital, aportan interesantes conclusiones:



Las recetas de cocina se instalan en el mundo digital

- En España, se realizan cada mes 10 millones de búsquedas de recetas por internet.
 - El 50% de los internautas siguen perfiles relacionados con: recetas, salud o nutrición.
1 de cada 3 utilizan aplicaciones específicas para ello.
 - El aspecto más valorado a la hora de buscar o compartir una receta es la rapidez o facilidad en su preparación. Sólo a 2 de cada 10 usuarios de
-

Internet les resulta relevante su componente nutricional.

- Sólo el 13% de los internautas ha recurrido al libro tradicional de cocina para encontrar recetas en los últimos 3 meses.
- El 40% de los internautas ha compartido en las RRSS algún plato que él mismo ha cocinado o comido. Facebook es la principal plataforma que se utiliza para ello.

Valoración nutricional en todas las recetas

Ante esta realidad de un aumento notable de búsquedas de recetas de cocina por Internet, tanto la web Nestlé Cocina (www.nestlecocina.es) como la nueva app de recetas de la compañía –que ya cuenta con más de 1,5 millones de descargas– acaban de relanzarse. Aunque las plataformas nacieron en 2006 y 2011 respectivamente, siendo pioneras en su momento, ahora ambas se han modernizado con una nueva imagen, contenidos más actuales y, sobre todo, con nuevas recetas y vídeo-recetas. Ya son casi 3.000 los platos deliciosos que se pueden encontrar y todos ellos han sido supervisados por chefs y nutricionistas.

Sin duda, el valor añadido de las recetas, de Nestlé, reside en la información nutricional que se ofrece al consumidor. Un amplio equipo de nutricionistas supervisa todos y cada uno de los platos. En este sentido, las recetas incluyen datos sobre su aporte calórico, macronutrientes (hidratos, grasas y proteínas) y cantidades de otros componentes como azúcar, sal, fibra...

«Cena Planner» es otra de las herramientas *online* que la empresa acaba de poner al servicio de los consumidores y que propone cenas alternativas saludables en función de lo que el usuario indica que ha comido ese día (www.nestlenuplanner.es). Esta nueva opción se suma al ya existente «Menú Planner», que ofrece semanalmente propuestas de platos equilibrados, diseñados para cubrir las necesidades nutricionales sin renunciar al placer de comer bien.

A través de la web, app y perfiles sociales

«Somos una factoría de recetas. Tenemos previsto acabar el año con cerca de 500 nuevas. Sin duda, estas cifras son el resultado de un gran trabajo en equipo. Anualmente hacemos una planificación: escuchamos a los consumidores en las redes sociales, sabemos qué quieren y creamos y adaptamos las recetas en función de lo que demandan. Primero creamos la receta en nuestra Cocina Experimental y, tras un proceso de validación por parte de chefs y nutricionistas, ya está lista para compartirla», comenta Elena Ripollés, una experta bloguera en repostería que trabaja en la sede de Nestlé España.

Una vez las recetas se han compartido a través de la web, la app de cocina y los perfiles sociales de las marcas, los *Community Managers* de las mismas interactúan nuevamente con los usuarios para conocer su opinión, gustos y preferencias y, de este modo, se siguen generando contenidos culinarios *ad hoc* a los intereses de los consumidores.
