



Guía general de recomendaciones sobre

Redes Sociales para Restaurantes

¡Hola!

Dar a conocer tu restaurante por un canal de comunicación distinto a tu local físico es clave, por lo cual te contamos la importancia de tener presencia en las redes sociales, algunos de los beneficios y guías para que podás manejarlos.

Canales más comunes: Facebook® e Instagram®.

Beneficios

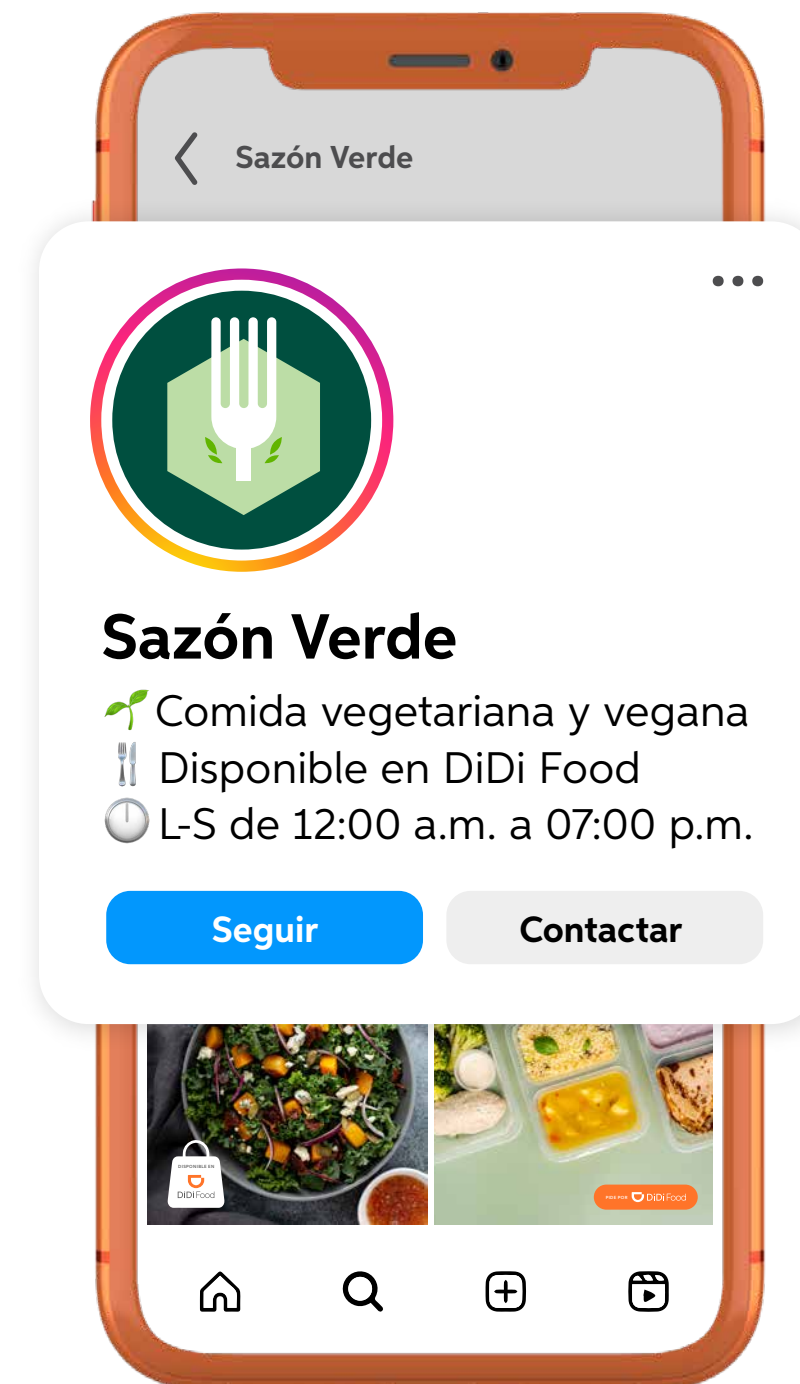
- Te permitirá dar a conocer tu restaurante a clientes actuales y generar potenciales o nuevos.
- Podrás despertar el interés por tu propuesta gastronómica.
- Dar a conocer la historia detrás de tu marca y los productos que ofrecés.
- Comunicar los canales de venta disponibles, sus horarios y promociones vigentes.
- Hacer un llamado a la acción claro: **incentivar tus ventas.**

¿Qué encontrarás en esta guía?

Recomendaciones	04
Recomendaciones generales	04
Recomendaciones para fotos de producto en Redes Sociales	05
Formatos de contenido para Redes Sociales	06
Insignia con “Llamado a la acción”	10
Usos permitidos y usos no permitidos	13

Recomendaciones generales

- Perfil con descripción detallada.
Tené en cuenta que aparte de agregar el nombre de tu restaurante, podés agregar información relacionada a:
Tipo de comida, canales de venta disponibles y horarios.
- Publicá contenido de interés y con frecuencia — *al menos dos (2) contenidos a la semana* — y recordá que tenés distintas alternativas de publicaciones en tu perfil o historias. Más adelante podrás aprender la diferencia entre dichas opciones.



- Se sugiere que publicués en horas cercanas al horario de consumo de tus productos: desayuno, almuerzo o cena; con esto impulsarás que al momento de que tu publicación sea vista, logren ordenar tus productos.
- Asegurate de usar imágenes de buena calidad en tus contenidos y que hagan brillar tu restaurante y menú.
- Las descripciones o mensajes que acompañan tu contenido en post también son importantes, no olvidés agregarlas al momento de publicar tu contenido.
- Inspirate, buscá cuentas de referencia de restaurantes de tu misma o diferente categoría que puedan ayudarte a tener un ejemplo claro de lo que podés llegar a generar para tu restaurante.

Recomendaciones para fotos de producto en redes sociales

En tu contenido, tu producto es la estrella.

- Es importante que la foto de tu producto cumpla con los estándares de calidad y la comida se encuentre en buenas condiciones, exposición del producto y buena presentación.
- Procura que las fotos contengan comida en buenas condiciones, exposición del producto completo y buena presentación e iluminación.

- Las **imágenes aisladas o sin fondo** se sugiere no utilizarlas para este tipo de comunicación.
- Las **imágenes con fondo** son mejores para abrir el apetito, por lo cual son el recurso sugerido para contenido digital.



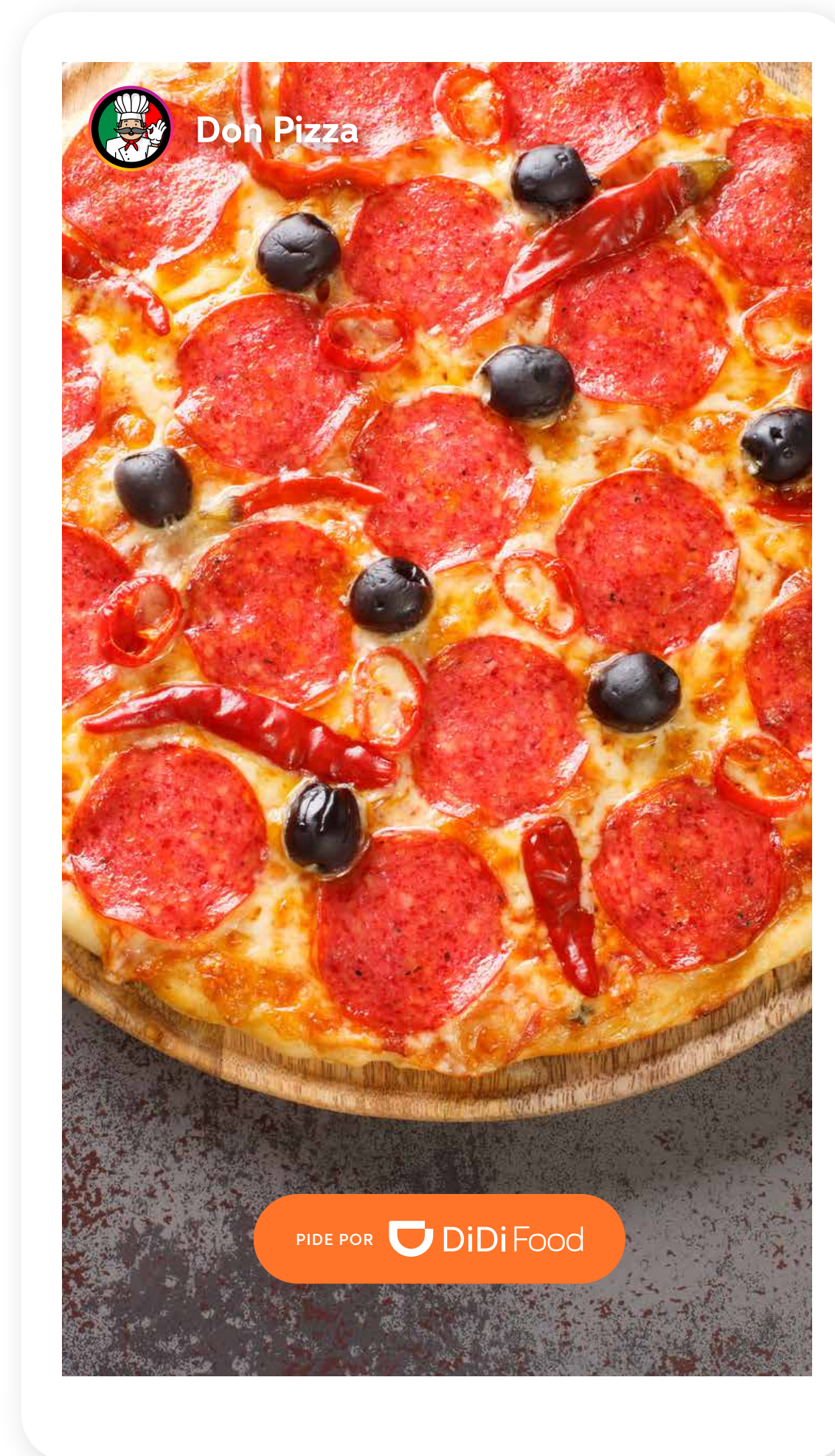
Imagen aislada o sin fondo



Imagen con fondo

Formatos de contenido

Las redes sociales cuentan con diferentes formatos de contenido que puedes usar. Acá te explicamos las categorías y sus usos.



Historias

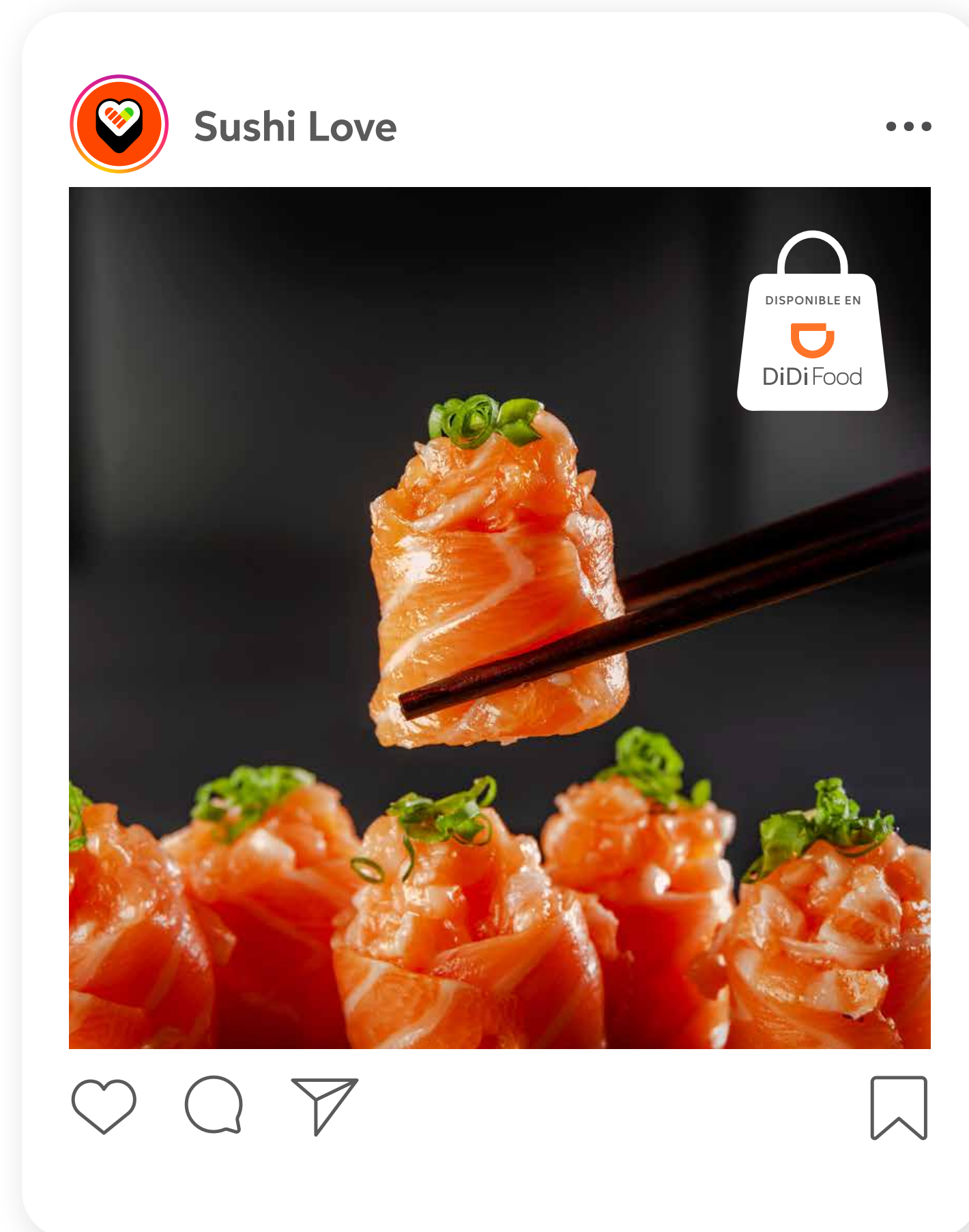
Publicación temporal de 25 horas de duración. Una vez pasado ese tiempo, la publicación desaparece automáticamente del perfil.

Tipo de formato: Imagen vertical.

Sugerencia de uso:

Disponibles para comunicar a tus seguidores noticias de nuevos productos o promociones de corta duración.

- Útil para generar interacción con la base de usuarios.
- Compartir contenido en tiempo real, promociones.
- Anuncios especiales de manera más inmediata.



Publicaciones o Post

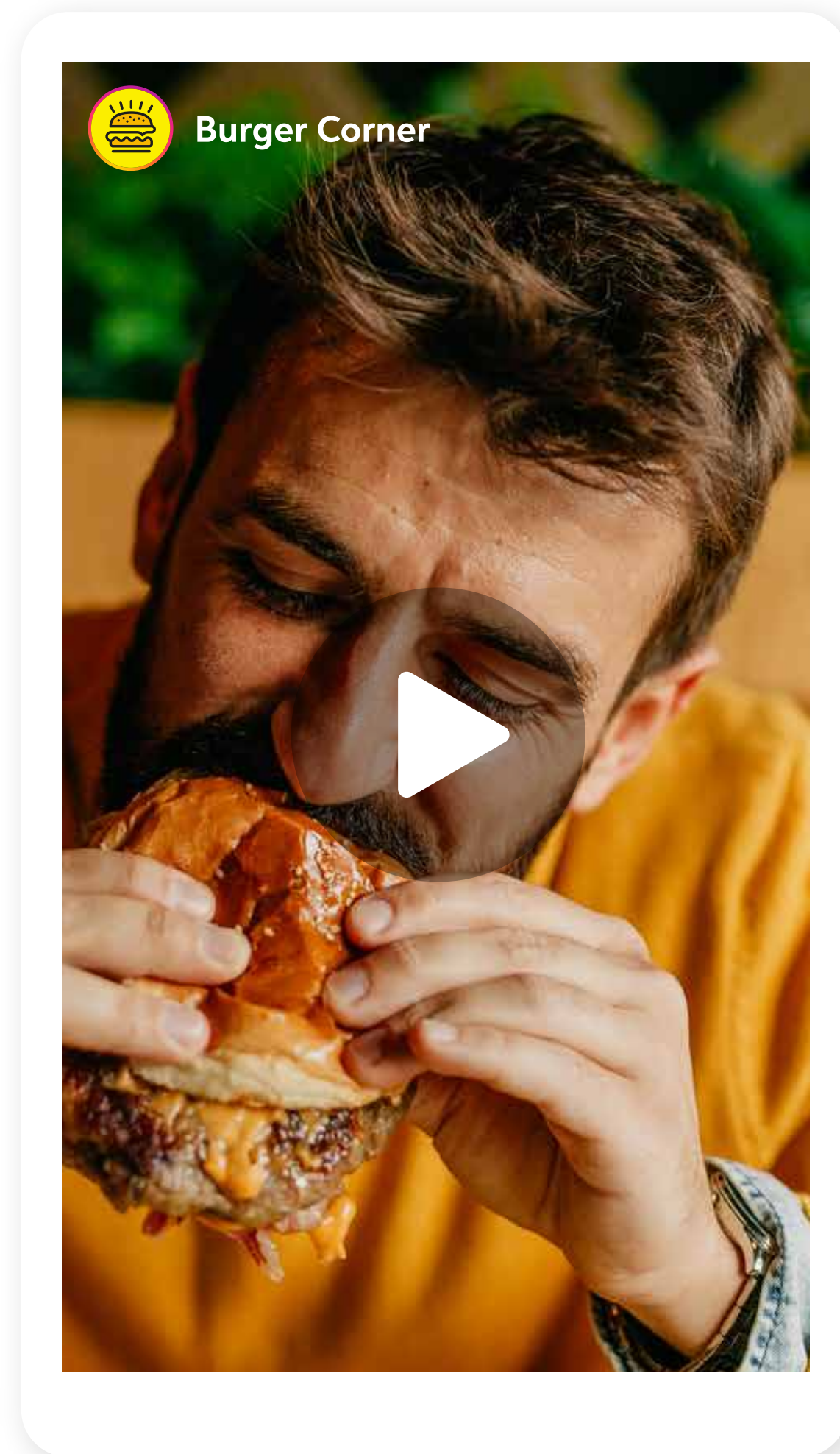
Publicaciones fijas en tu perfil.

Tipo de formato:

- Imagen/es cuadradas.
- Puede ser una o un conjunto de imágenes.
- Puede incluir fotos de tus productos o imágenes de tus promociones.

Sugerencia de uso:

Disponibles para comunicar a tus seguidores acerca de los productos estrella de tu menú, historia de la marca o llegada de nuevos productos.



Reels o videos cortos

Estos vídeos suelen ser muy visuales y tienen una duración máxima de 60 segundos.

Tipo de formato: Video corto.

Sugerencia de uso:

Disponibles para hablar de la historia de tu marca o productos estrella.

Insignia con “Llamado a la acción”

Utilízalos libremente en tus contenidos con el fin de mostrar tu presencia en DiDi Food, alentando al público a pedir comida de tu restaurante.



Insignias "Pedí por DiDi Food"

Existen en color naranja y también en blanco. Utilizá el que se visualice mejor y contraste con los colores de tu gráfica. Sugerimos utilizarlos en las esquinas de las gráficas.

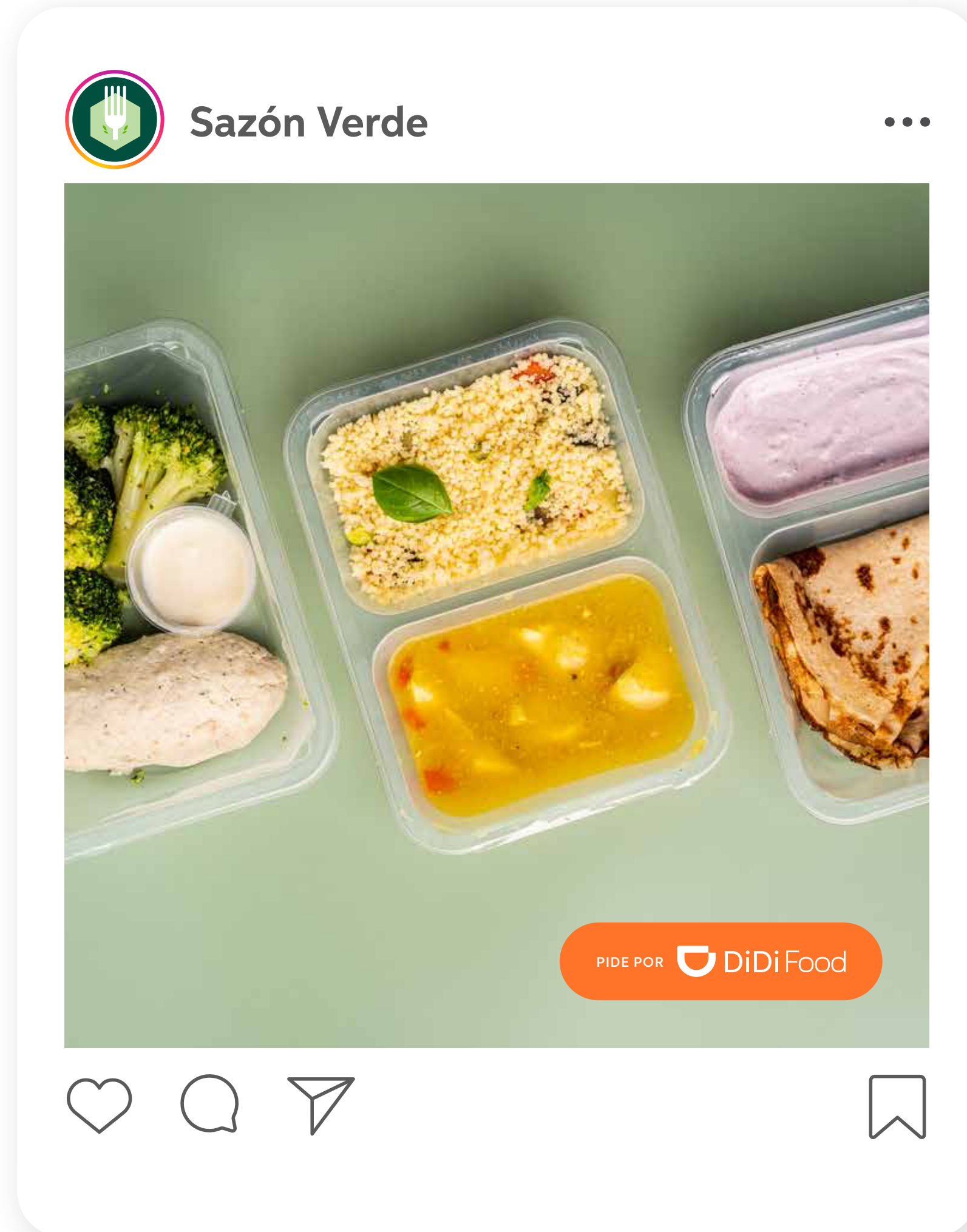
[Descargar insignias](#)



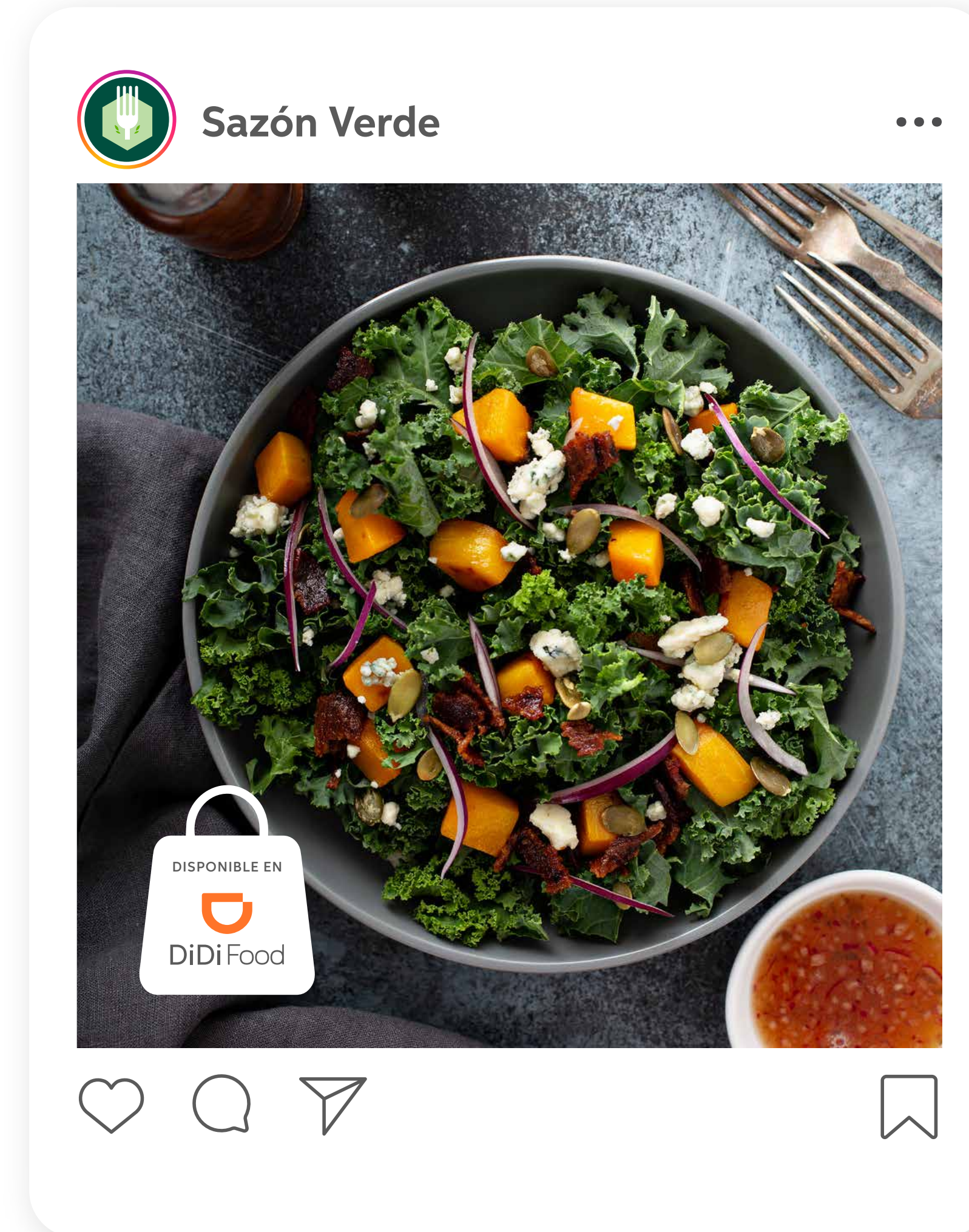
Insignias "Disponible a través de DiDi Food"

Existen en color naranja y también en blanco. Utilizá el que se visualice mejor y contraste con los colores de tu gráfica. Sugerimos utilizarlos en las esquinas de las gráficas.

[Descargar insignias](#)



Ejemplo de insignia clásica en color naranja.



Ejemplo de insignia con forma de "bolsa de delivery" en color blanco.

✓ SÍ
Utilizá el archivo original sin modificación alguna.



✗ NO
No alterés la orientación de la insignia.



✗ NO
No cambiés los colores originales de la insignia.



✗ NO
No alterés las palabras de la insignia.



✗ NO
No cambiés la tipografía de las palabras.



✗ NO
No alterés ni condensés o ensanchés la forma.



✗ NO
No alterés la forma de las esquinas de la caja.



✗ NO
No lo utilicés con un logo de tercero.



✗ NO
No utilicés sin las palabras acompañantes.



Muchas
gracias



Guía general sobre **Redes Sociales**
para **Restaurantes (Costa Rica)**

Última actualización — *versión básica, junio 2023*