



Restaurantes Instagrammeables: guía para triunfar



Las redes sociales han cambiado la forma en que las personas eligen y recomiendan restaurantes. Hoy en día, antes de decidir dónde comer, muchos buscan opiniones, exploran nuevas opciones o simplemente encuentran inspiración en las publicaciones de otros usuarios. Entre todas las plataformas, ***Instagram se ha convertido en la vitrina digital por excelencia para los restaurantes: platos deliciosos y atractivos que no solo despierten el antojo, sino que también pueden convertir a un simple espectador en un cliente.***

Pero no basta con publicar fotos. Un buen perfil y una estrategia de contenido efectiva pueden convertir seguidores en clientes reales, aumentar la visibilidad del negocio y diferenciarse en un mercado cada vez más competitivo.

En este artículo ***contaremos no solo cómo hacer que los negocios luzcan atractivos en Instagram, sino que también genere más reservas y pedidos.*** Además, en esta guía enseñaremos cómo optimizar el perfil, crear contenido atractivo y aplicar estrategias efectivas para destacar en el mundo digital y atraer más clientes.

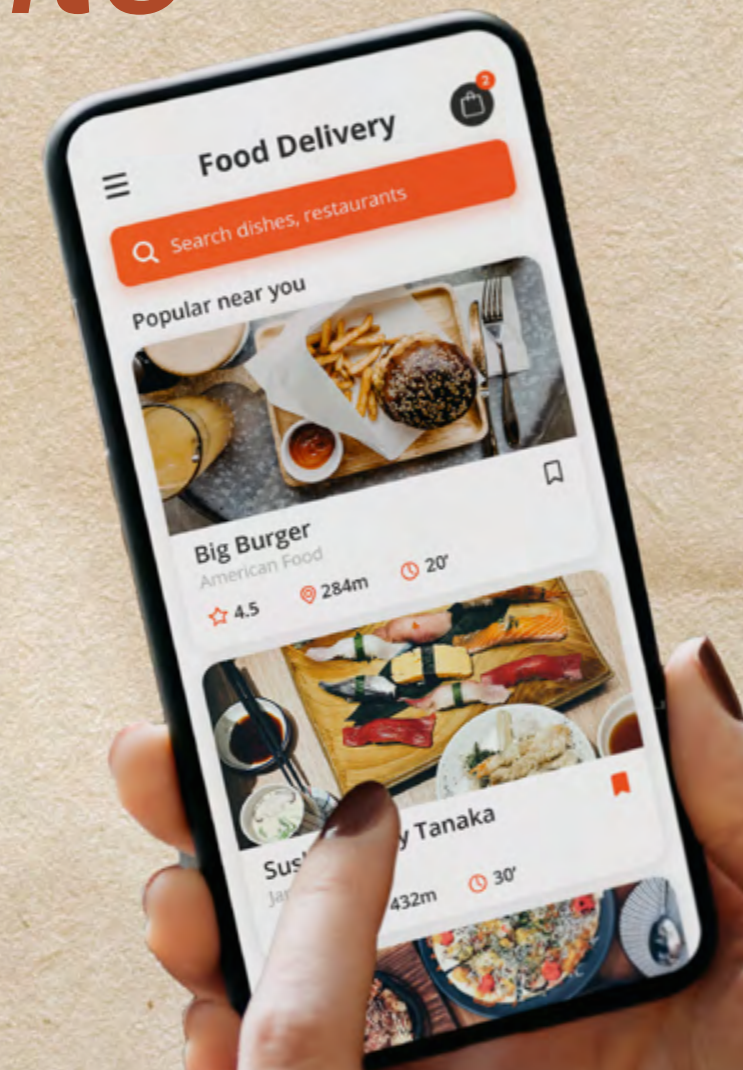
Instagram

para el éxito de  un restaurante

Hoy, más que nunca, las personas buscan más que buena comida al visitar un restaurante: **buscan experiencias que puedan compartir en redes sociales.** Un ambiente atractivo, un plato bien presentado o un rincón fotogénico pueden ser tan decisivos como el sabor a la hora de atraer clientes.

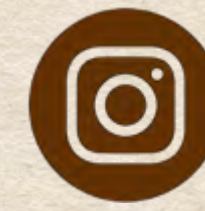
Esto se refleja especialmente en los millennials y la gen Z, dos generaciones que han impulsado el auge de los restaurantes instagramables. Un estudio realizado por Harris Group revela que **tres de cada cuatro prefieren gastar en experiencias antes que en productos físicos**, y cuando encuentran un lugar especial, lo comparten en redes sociales, convirtiéndose en promotores naturales del negocio.

Lejos de ser solo una moda, Instagram es una herramienta clave para atraer clientes. **Casi el 50% de los comensales visitan un restaurante por primera vez tras verlo en redes sociales.** Además, los adultos pasan en promedio 30 minutos diarios en la plataforma, y el 38% la revisa varias veces al día.



¿Cómo destacar tu restaurante en instagram?

La escasez de personal y la alta rotación en la industria de food service han llevado a muchos restaurantes a adoptar la IA para optimizar sus operaciones. Sin embargo, surge la pregunta: *¿hasta qué punto la automatización puede sustituir el talento humano sin limitar la creatividad en la cocina?*



1. Optimizar el perfil de instagram

Tu perfil de Instagram es la primera impresión que los usuarios tendrán de tu negocio y la clave para convertir seguidores en clientes reales. Para sacarle el máximo provecho, presta atención a estos tres elementos esenciales:

- **Biografía:** describe en una línea qué tipo de comida ofreces y qué hace especial a tu negocio.
- **Enlaces:** incluye enlaces útiles, si ofreces pedidos en línea o reservas, agrégalos con un enlace directo. Si usas múltiples plataformas, herramientas como Linktree pueden ayudarte a centralizar todo en un solo lugar. El objetivo es facilitar la navegación y evitar que los usuarios abandonen la red social innecesariamente, haciéndolo todo más intuitivo y accesible.
- **Información clara y actualizada:** verifica que los datos sean precisos y estén al día, incluyendo la dirección, horarios de atención, política pet-friendly, números de contacto y cualquier detalle relevante.



2. Contenido que genere deseo

Instagram es una plataforma visual, por lo que el contenido debe **despertar emociones y generar antojo**. Para lograrlo ten en cuenta:

- **Publicar fotos y videos de alta calidad de los platos.** Acompáñalos con un caption que incluya el nombre del plato, ya que muchos clientes eligen basándose en las imágenes de Instagram más que en el menú.
- **Usa reels y stories** para mostrar la experiencia gastronómica.
- **Comparte imágenes** de clientes.



3. Colaboración con influencers y clientes fieles

Hoy en día, hay influencers para todo, y **los foodies** son uno de los más populares en el mundo gastronómico. Aprovechar su alcance puede ser una estrategia clave para atraer clientes y aumentar la visibilidad del restaurante.

- **Invita a foodies o influencers** locales a probar el menú y compartir su experiencia.
- **Realiza sorteos o colaboraciones** con influencers para llegar a más audiencia de manera efectiva.



4. Atención al cliente y Engagement en Instagram

Tener un restaurante Instagrameable no solo se trata de imágenes atractivas, sino de **ofrecer una experiencia completa**, tanto en el local como en redes sociales.

- **Responde** rápido mensajes y comentarios para resolver dudas y fomentar visitas.
- **Maneja** quejas y comentarios negativos con profesionalismo, transformando una mala experiencia en una nueva oportunidad. Recuerda que en redes estamos expuestos a todo tipo de opiniones, y una respuesta adecuada puede marcar la diferencia.
- **Interactúa** con los clientes, responde historias y comenta sus publicaciones para fortalecer la conexión.



5. Un espacio físicamente instagrameable

No todo se trata del mundo digital. *El espacio físico también juega un papel clave en la rentabilidad del negocio.* Cada punto de contacto con el cliente debe ser llamativo y digno de compartir en redes.

- **Diseña un rincón o área atractiva** donde los clientes quieran tomarse fotos y compartirlas. Puede ser un mural, una mesa decorativa o una vista especial.
- **Asegúrate de que los platos sean fotogénicos:** colores vibrantes, presentaciones llamativas y elementos visualmente atractivos.
- **Crea una experiencia única**, como postres flameados, tragos humeantes o presentaciones inesperadas, que motive a los clientes a grabar y compartir en redes.
- **No descuides los empaques para llevar o de domicilios:** diseños originales y atractivos que hagan que la experiencia continúe en casa y motiven a los *clientes a compartirla en redes.*



¿Cuál es el mejor momento para publicar en instagram?

Convertir tu restaurante en un imán para Instagram va más allá de lo visual: **se trata de diseñar una experiencia atractiva y estratégica que invite a los clientes a entrar, compartir y volver.** Saber cuándo publicar es tan importante como el contenido que compartes, ya que elegir el momento adecuado puede marcar la diferencia.

Según estudios, los mejores horarios para publicar **son los lunes a las 2 p.m. y entre las 4 y 6 p.m., además de un alto nivel de interacción entre las 10 a.m. y la 1 p.m.** Los días con mayor engagement suelen ser de lunes a miércoles, cuando los usuarios buscan inspiración gastronómica y planifican sus salidas.

La frecuencia también es clave, se recomienda entre **3 a 7 veces por semana.** La constancia no solo es importante para mantener el feed actualizado, sino también para demostrar a la audiencia que el restaurante está en pleno funcionamiento.



La mejor forma
de **sorprender a tus
clientes** es ofreciéndoles
productos de una
calidad inigualable.

NESTLÉ PROFESSIONAL®
te ayuda a cumplir esa meta.

La información proporcionada se basa en una visión general de la industria y no es específica de su negocio.

Cada negocio es único y las decisiones relacionadas con él deben tomarse tras consultar con los expertos adecuados, de considerarlo necesario.

Fuentes

- [20 Best Restaurant Instagram Marketing Strategies & ideas](#)
- [The Power of Instagrammable moments](#)
- [Do it for the Gram: 4 ways to make your restaurant Instagrammable](#)
- [The best time to post on Instagram in 2025: We analyzed 2 million + Post to find out](#)



*¡Somos el socio que
te inspira a crecer!*