



TABLA COMPARATIVA DIGITAL EN SU WEB Y DE SOCIAL MEDIA DE UNA EMPRESA DE EDUCACIÓN COMPARÁNDOLA CON UN RESTAURANTE

Mat 14_Admon_Actividad de Aprendizaje 2.

Matricula: IEDLEA20

**Alumno: Rey Josue
Palomarez Herrera.**

Lic. Administración.

Asesor: Tania Salazar.

La principal diferencia en el ecosistema digital entre una empresa de educación y un restaurante es el enfoque en la creación de valor: la educación se centra en la información y el aprendizaje, mientras que el restaurante se enfoca en la experiencia sensorial y el servicio de alimentos. Esto se traduce en elementos web y de redes sociales distintos, como la web de educación priorizando contenido formativo y el restaurante destacando su menú y ambiente en redes sociales.

ELEMENTO DEL ECOSISTEMA DIGITAL	EMPRESA DE EDUCACIÓN	RESTAURANTE
PÁGINA WEB	- Plataformas de e-learning con cursos. - Contenido de valor: blog con artículos, webinars, recursos académicos. - Información sobre programas, matriculación y profesores. - Diseñada para el registro y acceso a la formación.	- Menú digital interactivo y visual. - Sistema de reservas online. - Fotos y videos de alta calidad de platos y local. - Información de contacto y ubicación.
REDES SOCIALES	- Plataformas como LinkedIn o X para conectar con profesionales y estudiantes. - Contenido informativo y promocional de cursos. - Eventos virtuales y seminarios. - Foco en la construcción de comunidad y diálogo.	- Instagram, TikTok para contenido visual y tendencias culinarias. - Facebook para promociones y eventos. - Interacción directa con clientes, respuestas a comentarios y reseñas.
CONTENIDO DIGITAL	- Ebooks, estudios, tutoriales. - Testimonios de alumnos y casos de éxito. - Contenido educativo para atraer y convertir.	- Videos de preparación de platillos. - Fotos de comida que generan antojo. - Información sobre ingredientes y promociones.
EMAIL MARKETING	- Newsletters con novedades sobre cursos, ofertas y contenido relevante. - Segmentación de usuarios para enviar información personalizada.	- Promociones especiales, menús de temporada y eventos. - Recordatorios de reservas y programas de lealtad.
HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS	- Seguimiento de la participación en cursos, tasas de conversión de usuarios. - Métricas de engagement en contenidos educativos.	- Medición de reservas, alcance de promociones. - Análisis del tráfico del local y ventas online.
EXPERIENCIA DEL USUARIO	- Enfocada en la usabilidad para el aprendizaje, facilidad de acceso a la información. - Interacción con docentes y otros estudiantes.	- Creación de una experiencia visual apetitosa, sencilla y directa para realizar pedidos. - Facilidad para hacer reservas y navegar por el menú.

CONCLUSIÓN

El ecosistema digital de una empresa educativa se centra en la creación de valor a través del conocimiento y la formación, utilizando la web como centro para el aprendizaje y las redes sociales para la comunidad. En cambio, un restaurante utiliza su ecosistema digital para la promoción de su oferta gastronómica, buscando generar visitas y ventas a través de canales que apelan a los sentidos y la inmediatez. Aunque sus objetivos y contenidos son diferentes, ambos requieren una estrategia digital integrada que ofrezca una experiencia coherente al usuario o cliente.