Informe de Gestión de Redes Sociales: Febrero 2026

Institución: IED ALEXANDER VON HUMBOLDT

Objetivo Principal: Consolidar los canales digitales como medios oficiales de comunicación directa y difusión de actividades académicas.

1. Resumen de Actividades Realizadas

Durante el mes de febrero, la estrategia de contenido se centró en la **transparencia institucional y el valor pedagógico.** Las acciones clave incluyeron:

- **Publicación de Contenido Académico:** Difusión de proyectos en el aula, metodologías de aprendizaje y logros estudiantiles para mostrar la excelencia educativa.
- **Canal de Comunicación Directa:** Implementación de publicaciones informativas (circulares digitales, fechas de eventos y avisos importantes) para mantener a la comunidad educativa al día.
- **Aumento de Frecuencia:** Se incrementó la actividad con la publicación de **1 Reel y 2 publicaciones adicionales** en comparación con el mes anterior, optimizando la presencia en el feed y en la sección de descubrimiento.

2. Análisis de Rendimiento (Estadísticas Clave)

Los datos del mes reflejan una recepción positiva de la comunidad hacia el nuevo enfoque informativo:

Métrica	Resultado Febrero	Crecimiento (vs. Enero)
Visualizaciones Totales	**134,000**	**+40%**
Visualizaciones (No seguidores)	**28% del total**	**+21%**
Nuevos Seguidores	**+160**	(Tendencia al alza)
Audiencia Total	**12,000**	Comunidad consolidada

3. Interpretación de Resultados

- **Alcance Exponencial:** El salto a las 134 mil visualizaciones demuestra que el contenido académico e informativo tiene un alto valor compartido. Los algoritmos están favoreciendo la cuenta debido a la relevancia de los temas tratados.

Scanned with CamScanner

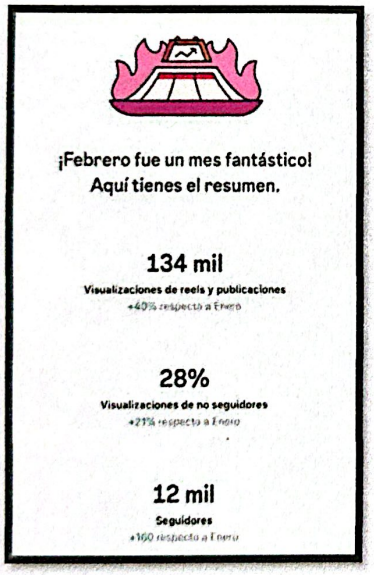
- **Captación de Nueva Audiencia:** El hecho de que casi el 30% de las vistas provengan de personas que no siguen la cuenta es una oportunidad de **marketing educativo** orgánico, atrayendo a posibles familias interesadas en el modelo pedagógico.
- **Fidelización:** El crecimiento sostenido en el número de seguidores (llegando a 12k) confirma que la comunidad educativa reconoce y acepta la red social como un **canal oficial.**

4. Conclusión y Estrategia para Marzo

La estrategia de profesionalizar el contenido y darle un matiz estrictamente académico ha dado resultados superiores a la media. Para el próximo mes, se recomienda continuar con la narrativa de "el día a día en el colegio" para humanizar la institución y mantener los niveles de interacción.

Resumen de evidencias fotográficas.

(+7 Publicaciones que fortalecen la comunicación institucional por redes sociales con la comunidad Humbolista)







Scanned with CamScanner