CENTRO DE BIENESTAR AL ANCIANO
SAGRADOS CORAZONES DE JESÚS Y MARÍA
Nit. 901244830-2

LA FUNDACIÓN CENTRO DE BIENESTAR AL ANCIANO SAGRADOS CORAZONES DE JESÚS Y MARÍA

CERTIFICA:

Que la señora, **MADEL CUZA TODARO** con cédula de ciudadanía No. [redacted] laboró en esta Institución desde el **19 de febrero 2025**, hasta el **18 de septiembre 2026**, en el cargo de **COMMUNITY MANAGER**, desarrollando las siguientes actividades:

1. Definición de estrategias de comunicación
La función principal de un gestor de comunicación es desarrollar y definir estrategias de comunicación efectivas. Esto implica alinear la comunicación con los objetivos empresariales, identificar audiencias clave y establecer mensajes claros y coherentes que reflejen la identidad de la empresa.

2. Gestión de la imagen y la reputación
Proteger y fortalecer la imagen y reputación de la empresa son responsabilidades cruciales. El gestor de comunicación trabaja para garantizar que la percepción pública sea positiva y que la empresa se posicione de manera favorable en el mercado. Esto incluye la gestión proactiva de la información y la rápida respuesta ante situaciones de crisis.

3. Coordinación de la comunicación interna
El gestor de comunicación no sólo se ocupa de la comunicación externa, sino que también juega un papel vital en la coordinación de la comunicación interna. Asegurar que los mensajes clave lleguen a los empleados, fomentar la transparencia y mantener una cultura organizacional informada son aspectos esenciales de esta función.

4. Relaciones con medios y prensa
Establecer y mantener relaciones sólidas con los medios de comunicación es una tarea clave. El gestor de comunicación actúa como el enlace principal entre la empresa y los periodistas, asegurando la cobertura positiva y la gestión efectiva de las relaciones con la prensa.

5. Desarrollo de contenidos estratégicos
La creación de contenidos estratégicos es esencial para mantener una presencia destacada en diversos canales de comunicación. El gestor de comunicación supervisa la producción de contenido, garantizando que sea coherente con la identidad de la marca y relevante para el público objetivo.

6. Utilización de plataformas digitales
Otra de las principales funciones de un gestor de comunicación consiste en aprovechar las plataformas digitales para difundir mensajes de manera efectiva. La gestión de redes sociales, la presencia en sitios web y la implementación de estrategias de marketing digital son funciones clave

para mantener una presencia online sólida.

7. Evaluación de resultados y métricas
La medición del impacto de las estrategias de comunicación es esencial. El gestor de comunicación utiliza métricas y análisis para evaluar la efectividad de las campañas, identificar áreas de mejora y demostrar el retorno de inversión en términos de reputación y visibilidad.

8. Gestión de crisis
Cuando surgen situaciones críticas, el gestor de comunicación asume un papel fundamental en la gestión de crisis. Desde la preparación de planes de crisis hasta la gestión de la comunicación durante eventos inesperados, su capacidad para manejar situaciones delicadas puede ser determinante para la supervivencia de la reputación de la empresa.

9. Colaboración interdepartamental
La comunicación efectiva no se limita al departamento de Comunicación. El gestor de comunicación trabaja en estrecha colaboración con otros departamentos, como el de marketing, recursos humanos y operaciones, asegurando una cohesión estratégica en toda la organización.

10. Análisis continuo de las últimas tendencias
Estar al tanto de las últimas tendencias en comunicación es crucial. El gestor de comunicación se mantiene actualizado en las evoluciones del mercado, la tecnología y las expectativas del público, asegurándose de que las estrategias se ajusten constantemente para mantener la relevancia.

11. Desarrollo de alianzas estratégicas
Fomentar relaciones con otras empresas y organizaciones puede ser clave para ampliar la influencia de la empresa. El gestor de comunicación busca oportunidades de colaboración que beneficien a ambas partes y contribuyan a los objetivos generales de la empresa.

La presente certificación se expide a solicitud de la persona interesada y se firma en Santa Marta, a los dieciséis (16) días del mes de octubre del 2026.

[redacted]
Directora Ejecutiva y estratégica