



## **Sistematización de práctica profesional en SmartPR**

**Presentado por**

**Julián Steven Gualtero Mendoza**

**Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de**

**Comunicador Social y Periodista**

**Docente- Tutora – FCC**

**Carmen Lucía Bohórquez Bello**

**Corporación Universitaria Minuto de Dios**

**Rectoría Bogotá**

**Bogotá Presencial**

**Facultad Ciencias De La Comunicación**

**Comunicación Social y Periodismo**

**2025**

## ***Introducción***

El presente documento da cuenta del proceso de sistematización en el marco de la práctica profesional realizada en la empresa SmartPR, que realicé desde el año inmediatamente anterior.

Es de destacar que es un campo de práctica que ubiqué luego de explorar el campo de la práctica profesional que ofrecía la Corporación Universitaria Minuto de Dios- UNIMINUTO.

Se hace un recorrido por todo lo que constituyó esta experiencia, el camino recorrido, las continuas capacitaciones y el proceso para ir vinculando mis conocimientos desde el campo de la comunicación estratégica al ejercicio profesional.

La secuencia que se describe da cuenta de un proceso sistemático que invita a ser replicado a la hora de vincular a nuevos pasantes. Un proceso respaldado por SmartPR y acompañado por la Universidad a partir de un proceso de tutorías permanentes.

Hoy después de terminar la práctica me siento satisfecho del proceso ya que la empresa después de culminar el proceso me ha vinculado laboralmente, retándome a crecer como profesional y como persona.

## **Historia de la empresa**

**Smart PR** es una agencia de relaciones públicas que fue fundada hace 8 años bajo la visión de Fabián Motta. El objetivo de la empresa fue tener un enfoque innovador en procesos de información y comunicación. La empresa propuso ser transformadora en la industria cultural y cambiar la manera en que la comunicación funciona con propuestas nuevas, innovadoras y que fueran medibles.

SmartPR cuenta actualmente con 35 colaboradores y cerca de 30 clientes activos, además es ganadora de premios como:

- Mejor agencia de relaciones públicas de América latina Sabre Awards 2022
- Certification Great Place To Work
- Davos Communications Awards 2022.
- silver en los Bulldog Awards, entre otros.

La empresa ha crecido exponencialmente en los últimos años, su lema es sencillo, pero define su temática, *“LLEVAR BUENAS HISTORIAS a los oídos que las quieren escuchar”*

## **Ingreso a la empresa**

El ingreso a la empresa se da a partir de la búsqueda de una práctica profesional que ofreciera jornada completa y fuera remunerada.

SmartPR publica sus convocatorias de manera virtual a través de la plataforma LinkedIn, enfocadas en estudiantes universitarios que se encuentren cursando su último semestre y estén interesados en realizar sus prácticas en el ámbito de las relaciones públicas.

La postulación se realiza por dicho canal mencionado y se inicia un proceso de selección, este proceso consta de 3 fases:

- **FASE 1:** es una entrevista inicial para conocer el perfil del estudiante y profundizar el interés en realizar su práctica en la empresa y el valor que puede aportar.
- **FASE 2:** en esta fase se dispone de una actividad entregable en donde se evalúa: creatividad, planeación, estrategia y búsqueda de información.
- **FASE 3:** la última fase o filtro consta de la sustentación de la actividad entregada en la fase 2 y presentación de las herramientas utilizadas para realizar dicha actividad.

La práctica profesional en la empresa tiene una duración de seis meses y está dirigida a estudiantes de distintas universidades del país, como la Universidad Externado, la Cooperativa de Colombia, la Universidad de los Andes, entre otras. En esta ocasión, se marcó un hito al incluir por primera vez a un estudiante de la Corporación Universitaria Minuto de Dios en calidad de practicante en comunicaciones.

**SmartPR** creó que el mundo está inundado de información y es por eso que se debe cambiar el rumbo e informar de manera más selectiva y clara. Para mejorar el posicionamiento de marca y ayudar a conectar con la audiencia que desea el cliente.

Entre los servicios que ofrece la empresa están:

- Relaciones públicas

- Comunicaciones estratégicas
- Generación de contenido
- Comunicación digital

### **Conceptos clave**

Los conceptos clave trabajados durante la práctica profesional son los siguientes:

- Relacionamientos
- Redacción
- Informes
- Estrategias
- Empresa
- Creatividad

Los conceptos clave de la práctica representan no sólo su definición sino también etapas de trabajo en la que algunos conceptos clave se hicieron más presentes que otros como por ejemplo, cuando al principio del proceso de práctica se veía mucho la redacción hacia el final del proceso se veía más el concepto de informes. De igual manera con los demás conceptos que se señalan en la lista.

### **Aportes del proceso**

La empresa genera un cambio total a la perspectiva estudiantil sobre el mundo laboral. Esto al presentar como en cualquier empresa, un cambio de ambiente de Universidad al mundo laboral.

En mi caso personal jamás había tenido un trabajo o algo relacionado con el ámbito empresarial,

caso contrario de otra practicante que argumentó en alguna ocasión ya haber tenido trabajos antes y conocer mejor el espacio laboral

### **¿Qué voy a sistematizar?**

Esta sistematización se enfocará en el proceso de la empresa para formar a un consultor en comunicaciones a partir de la incorporación de un practicante.

Se detallará cómo, desde su rol, el practicante en formación contribuye a la visión organizacional mediante su participación en procesos de comunicación estratégica y empresarial.

Asimismo, se explorará el valor que ha representado para la empresa el hecho de formar practicantes desde cero, permitiéndoles desarrollar habilidades clave y, en muchos casos, continuar vinculados a la misma para seguir aportando al crecimiento personal y laboral.

El análisis incluirá también las dinámicas de adopción, selección y formación de practicantes de diversas universidades del país.

### **¿Qué voy a hacer, cuál es el proceso?**

Se recuperará lo sucedido durante los 6 meses de la práctica en la empresa (*JULIO A DICIEMBRE DE 2024*), y se reconstruirá históricamente el proceso desde que se empezó hasta el último día laborado bajo el contrato.

Los principales actores involucrados en mi proceso son:

- Paola delgado **Gerente de cuentas**
- Daniel España **vicepresidente de la empresa**
- Juan diego Benítez **líder de talento humano**
- Juan camilo Motta **Director de planeación**

- Fabian Motta **Ceo de la empresa**

Cabe resaltar que cada integrante del equipo ha acompañado el proceso de formación desde el ingreso a la empresa, especialmente Paola, quien ha sido la jefa directa y principal guía en este camino personal. Fue quien desde el inicio asumió la responsabilidad de liderar el proceso de adaptación, definir funciones y brindar el apoyo necesario los desafíos que eran desconocidos al comienzo.

Dada la capacidad que poseen en brindar información desde ese momento, registros de acceso a la empresa mencionados anteriormente buscan recoger los pensamientos que cada actor tenía al llegar a la empresa, y estas fuentes serán fundamentales para la comprensión del proceso recopilado.

La empresa brindó a los 3 practicantes que entraron en el periodo 2024-2

- Capacitaciones
- Clases
- Tutorías
- Reuniones o charlas con clientes

Vale la pena rescatar todos los procesos anteriores para poder aprender.

Las herramientas que utilizaré serán:

- Entrevistas a las personas relacionadas con mi proceso.
- Documentos entregados como ejemplo y mis documentos escritos como ejercicios de redacción.

- Información web que haya manejado yo o la empresa
- Archivos visuales del proceso.

Todo lo anterior para construir una narrativa que avale la apuesta que la empresa realiza en formación de consultores.

## **Recuperación del proceso vivido (Antes de entrar a la empresa)**

El proceso de ingreso a la empresa comenzó con la búsqueda de un lugar adecuado para realizar la práctica profesional, priorizando que el entorno estuviera relacionado a los intereses personales y alineado con el campo laboral deseado.

La empresa buscaba practicantes para el sector de relaciones públicas el cual desconocía totalmente de que se trataba, pero igualmente llamó la atención el poder participar y aprender sobre ese campo laboral, por consiguiente se realizó mi postulación. Juan Diego Benítez **líder de talento humano**, fue la primera persona de la empresa en contactar conmigo y me dijo que vió mi postulación y mencionó “*Actualmente, estamos iniciando nuestro proceso de selección para nuestro próximo practicante en comunicaciones y vimos que te postulaste en nuestra vacante*”, a lo cual decidí seguir con el proceso para iniciar como practicante.

Para la vacante de practicante es necesario realizar un proceso de filtros para ingresar, más específicamente de 3 filtros, los cuales son para seleccionar 2 practicantes de todos los aspirantes que hacen parte de la búsqueda de aquella vacante.

**El primer filtro** consta de una entrevista para que la empresa conozca el perfil del practicante para la vacante, en esta entrevista está la persona de talento humano, Juan Diego Benítez. Las primeras preguntas son personales, gustos, fortalezas y debilidades, luego de eso se evalúa el perfil, experiencia, por que quiere el aspirante realizar las prácticas con la empresa y acto seguido finaliza la entrevista.

**El segundo filtro** es una prueba técnica para conocer los saberes del aspirante, un Caso práctico- Prueba de selección, este constaba de 3 puntos, los cuales era: Redactar un contenido de prensa, señalar 5 iniciativas de comunicación con medios relacionado al tema propuesto (tecnología en el caso de la prueba), y proponer 2 iniciativas de patrocinio. durante la carrera poco o nula fue la enseñanza sobre los puntos mencionados a resolver en el caso práctico por lo que fue complicado resolver la prueba, aunque dicha prueba contaba con 3 días para poder resolverse, no fue muy cómoda de realizar, y también a tener en cuenta que me encontraba con aspirantes que podían ser de cualquier universidad de Colombia, ya que el trabajo al tener modalidad en su 90% virtual, no se limitaba a solo Bogotá.

**El tercer filtro** consta de una sustentación, la empresa me comunicó días antes que les había gustado mucho mi proceso, Juan Diego Benítez dijo “*estamos muy felices con tu prueba y queremos avanzar contigo al siguiente filtro*”. en la sustentación los practicantes deben dar a conocer como realizaron la prueba, qué herramientas usaron para el proceso y que tal se sintieron realizando la prueba. días después de dicha sustentación Juan Diego Benítez es el encargado de dar la retroalimentación con el resultado de la selección que en mi caso fue satisfactoria al ser el practicante escogido para ocupar la vacante de Practicante en comunicaciones en el área de estrategia e innovación.

## Cronología del proceso

### Primer mes - julio

Durante el primer mes de práctica, se realizó la presentación al director de operaciones de la empresa, Juan Camilo Motta, quien brindó la orientación inicial sobre el desarrollo del proceso formativo previsto para los seis meses. En su intervención, destacó la importancia del aprendizaje como eje central de la experiencia, señalando: “La idea es que puedas aprender mucho, pero para aprender es necesario que trabajes, porque así es como realmente se aprende”.

Posteriormente, se llevaron a cabo varias reuniones con integrantes del equipo, quienes ofrecieron capacitaciones sobre los programas y herramientas utilizadas en la empresa. Este ciclo de formación culminó con el encuentro más relevante: la presentación con la jefa directa, quien estaría a cargo del acompañamiento y supervisión del proceso de práctica.

Esta fue la agenda con la que tuve la inducción:

| AGENDA DE INDUCCIÓN   |                     |                    |                       |           |
|---|---------------------|--------------------|-----------------------|-----------|
| TEMATICA  | RESPONSABLE         | FECHA              | HORA                  | MODALIDAD |
| Inducción a la empresa: Historia, Estructura, Clientes, Políticas de Gestión, Metodología de trabajo. | Juan Camilo Motta   | martes, 2 de julio | 9:00 a.m a 10:00 a.m  | Virtual   |
| Saludo de bienvenida SmartPR - Lineamientos generales: Lo que se espera, lo que se debe lograr.       | Fabian Motta        | martes, 2 de julio | 10:30 a.m a 11:00 a.m | Virtual   |
| Procesos, procedimientos y metodología de trabajo en casa.  | Laura Nariño        | martes, 2 de julio | 12:00 p.m a 1:00 p.m  | Virtual   |
| Capacitación flash issue  | Maria Paula Wilches | martes, 2 de julio | 2:30 p.m a 3:30 p.m   | Virtual   |
| Gestión y funciones de practicante en comunicaciones  | Paola Delgado       | martes, 2 de julio | 3:30 p.m a 6:00 p.m   | Virtual   |

Durante esta etapa de formación, el proceso se desarrolló de manera individual, sin la compañía de otros practicantes que estuvieran recibiendo la misma capacitación.

En la última reunión, titulada *Gestión y Funciones del Practicante*, se realizó la presentación formal con Paola Delgado, quien asumiría el rol de jefa directa y con quien se compartiría la mayor parte del tiempo durante el proceso de práctica. En este espacio, Paola presentó su perfil profesional, su cargo dentro de la empresa, las responsabilidades y funciones que estarían en mi cargo

Al inicio, hubo cierta dificultad para comprender las funciones asignadas y temas a manejar, lo cual era comprensible debido al alto volumen de información recibida. Esta situación generó un sentimiento abrumador de incertidumbre sobre el futuro y el cómo se desempeñarán las tareas.

El primer mes de práctica resultó sencillo, ya que no se esperaba que resolviera tareas de forma inmediata, sino que el enfoque estaba meramente en aprender. Esto me permitió no preocuparme demasiado por las responsabilidades, ya que el objetivo era comprenderlo que se hacía y lo que esperaba que logrará hacer durante la práctica . Además, en este mes se pudo conocer al resto de compañeros de oficina, aunque la empresa sólo ofrecía dos días de presencialidad al mes, por lo que no era muy común verlos.

Las funciones fueron explicadas durante el primer mes y que se le explican a los demás practicantes, son principalmente sobre la redacción, el conocimiento de los medios de comunicación, el diligenciamiento de de formatos o informes que debían de ser entregados de manera periódica dependiendo de la cuenta. Las cuentas hacen referencia a las empresas que confían en la agencia SmartPR para que se encarguen de sus relaciones públicas y comunicación estratégica, a mi se me asignaron 2 cuentas, MediaTek y GAES, ambas son cuentas

multinacionales que apuestan por tener una comunicación más estratégica y amplia en Colombia, de ahí viene nuestra labor de los consultores en comunicaciones para que el objetivo de que las empresas tengan una mejor marca y reputación. (SmartPR, documento interno, julio de 2024)

### **Segundo mes - agosto**

En el segundo mes ingresó la segunda practicante que por motivos personales no había podido ingresar antes, ella era estudiante de la Universidad del Externado, y en el caso de ella, ya había terminado materias y también su modalidad de opción de grado, esa era una diferencia abismal con mi caso, ya que estaba trabajando en el día y estudiando en la noche, lo cual generaba una carga más pesada y hacia nuestros procesos distintos.

El segundo mes fue el más complicado de todos y problemático en mi caso, Paola Delgado me jefe directo, empezó a asignar tareas las cuales con lo aprendido y llevado a cabo durante el primer mes tenía que trabajar y dar resultados que fueran satisfactorios, lo cual no fue así.

Durante este mes, los contenidos de prensa que entregaba para revisión fueron devueltos con numerosos ajustes y correcciones, principalmente relacionados con errores de ortografía, falta de claridad en la redacción o la conexión con el público objetivo. Además, los medios de comunicación no estaban familiarizados conmigo, por lo que no publicaban la información que se enviaba ni la tomaban en cuenta. Como resultado, se recibieron varias observaciones y comentarios sobre la calidad del trabajo realizado y las áreas que necesitaban mejora.

Esto fue una desilusión grande y motivo para sentir frustración, aunque Paola decía *“las críticas no te las tomes personales, son críticas son para tu trabajo, no para ti”*. (P. Delgado, comunicación personal, agosto de 2024).

Después de ese episodio, se logró afrontar de manera más efectiva las recomendaciones que se me daban. Con esa mentalidad, conseguí lo que fue mi primer contenido de prensa de valor que fue utilizado para una publicación en un medio de comunicación importante del país: Revista Semana. Este logro fue reconocido por mi jefa, quien destacó: *“Todo es posible con la cantidad de esfuerzo y dedicación suficiente, lo importante es intentarlo”*. (P. Delgado, comunicación personal, agosto de 2024).



The screenshot shows the top portion of a news article on the website 'Semana'. At the top, there is a search bar, a menu icon, and the date 'Lunes, 24 de marzo de 2025 - ISSN 2745-2794'. The 'Semana' logo is prominently displayed in red. To the right of the logo are buttons for 'Suscribirse', 'Crear cuenta', and 'Iniciar Sesión'. Below the logo is a navigation menu with categories: 'Últimas Noticias', 'Nación', 'Política', 'Economía', 'Mundo', 'Deportes', 'Tecnología', 'El Debate', 'Impresa', and 'Más'. A secondary navigation bar lists topics: 'Tendencias', 'Plan retorno', 'Álvaro Uribe', 'Gustavo Petro', 'Estafas', and 'Yeison Jiménez'. The article title is '¿Molestias por zumbidos en el oído o ruidos constantes? Podría ser tinnitus', with a sub-headline 'Salud'. A short introductory paragraph states: 'Esta afección impacta a millones de personas en todo el mundo, ya que entre el 5 y el 20 por ciento de la población mundial afirma padecerla.' Below the text, it says 'Redacción Salud' and '14 de agosto de 2024, 4:53 p. m.'. The main image shows a person lying in bed, covering their ears with their hands, suggesting discomfort or pain.

Esta publicación marcó un antes y un después en mi trayectoria profesional. Fue el paso más importante, ya que desde ese momento se logró afianzar y dominar de manera mucho más efectiva el relacionamiento con los diversos medios de comunicación. Aprendí a entender sus dinámicas, sus tiempos, sus necesidades, y cómo construir vínculos de valor con cada uno. Pero además, esta experiencia llevó a enfrentar un nuevo reto que jamás había contemplado hasta

entonces: la producción y gestión de eventos para marcas. Algo distinto, que impulsó a salir de la zona de confort y a desarrollar habilidades nuevas.

### **Tercer mes – septiembre**

Septiembre fue un mes decisivo en el proceso de práctica, ya que representó un salto importante en cuanto a responsabilidades y autonomía dentro de la empresa. En este mes, el enfoque principal fue la elaboración y envío de reportes, lo que permitió consolidar un ritmo de trabajo más organizado y eficiente. Además, participé activamente en la creación de planes estratégicos, donde pude dar mis ideas y sugerencias, lo que brindó una visión más amplia del aporte que podía dar en el área de planeación.

Una de las experiencias más significativas de este mes fue la posibilidad de interactuar directamente con los clientes. Hasta ese momento, la comunicación con ellos había estado centralizada en mi jefa, pero en septiembre, empecé a gestionar ciertas tareas de manera independiente. Este cambio no sólo permitió ganar confianza, sino que también dió la oportunidad de demostrar la capacidad para manejar responsabilidades y comunicarse eficazmente con ellos. Lo anterior fue un paso crucial en mi desarrollo profesional.

Al asumir este rol más activo y de mayor visibilidad, sentí que ya no solo era un apoyo, sino un miembro clave del equipo que podía tomar decisiones con los clientes, algo me permitió fortalecer mi perfil profesional dentro de la empresa. (SmartPR, documento interno, septiembre de 2024).

## **Cuarto mes - octubre**

Durante este mes, Paola Delgado, líder de cuentas, tomó unas vacaciones de dos semanas, lo que me llevó a asumir la responsabilidad de las cuentas durante ese período. Este fue uno de los mayores desafíos, ya que fue necesario demostrar la capacidad de ser autosuficiente y manejar las tareas sin depender constantemente de acompañamiento por parte de un superior. A pesar de que este periodo resultó ser estresante y desafiante, se convirtió en una experiencia clave para el desarrollo profesional. Varios consultores de la empresa destacaron que permitió sacar lo mejor de mí, y varios compañeros comentaron: *"Te hizo bien valerte por ti mismo, como un profesional"*.

Una de las razones por las cuales este proceso de aprendizaje fue tan intenso y complicado fue que, en ese momento, estábamos a puertas de un evento importante, lo que agregó un nivel de presión adicional.



### **Quinto mes - noviembre**

El mes de noviembre trajo consigo una serie de nuevos desafíos que enriquecieron enormemente el proceso de aprendizaje. Uno de los momentos más valiosos fue participar en la grabación de contenido para redes sociales, lo que me permitió ver de cerca el proceso creativo detrás de la producción audiovisual. Desde el surgimiento de las ideas hasta la colaboración en equipo durante las grabaciones, cada fase se convirtió en una oportunidad clave para aprender. Además, también trabajé en la edición de video, lo que no solo mejoró mis habilidades técnicas, sino que también me ayudó a comunicar mensajes de manera clara y atractiva para diferentes audiencias en formatos digitales. Noviembre fue un mes para poner en práctica todo lo que había aprendido

en los meses anteriores, gracias a las nuevas herramientas y a la experiencia en situaciones reales de comunicación.

### **Sexto mes - diciembre**

Durante el último mes de práctica se me informó la posibilidad de continuar vinculado a la empresa, esta vez no como practicante, sino en el rol de **consultor en comunicaciones junior**. Esta noticia representó un reconocimiento al esfuerzo, la constancia y el compromiso sostenido a lo largo de los seis meses. Asumir este nuevo cargo, con mayores responsabilidades y autonomía, significó no solo el cierre ideal de una etapa de aprendizaje, sino también el inicio de un nuevo capítulo profesional.

En este punto, la práctica ya no se entendía como una experiencia que terminaba, sino como la base de una continuidad. La labor en las cuentas asignadas no se detenía, por el contrario, se consolidaba, ya con una mirada más estratégica y con la responsabilidad de liderar procesos que antes requerían acompañamiento. La noticia no marcó un final, sino una transición natural hacia un rol más activo, con el reto de mantener y fortalecer todo lo construido hasta ese momento. Esta continuidad permite seguir aportando, ahora con una mayor claridad del contexto, de los clientes y de los objetivos de comunicación que la empresa busca alcanzar.

### **Matriz de relevancia en el proceso.**

Las marcas de verificación ( ✓ ) pueden interpretarse así:

- ✓ : Participación o influencia básica.
- ✓ ✓ : Alta participación o responsabilidad.
- ✓ ✓ ✓ : Liderazgo total o toma de decisiones clave.

| <b>Persona</b> | <b>Relacionami<br/>entos</b> | <b>Redacci<br/>ón</b> | <b>Informes</b> | <b>Estrategi<br/>as</b> | <b>Empresa</b> | <b>Creatividad</b> |
|----------------|------------------------------|-----------------------|-----------------|-------------------------|----------------|--------------------|
|----------------|------------------------------|-----------------------|-----------------|-------------------------|----------------|--------------------|

|                                     |             |        |             |             |             |             |
|-------------------------------------|-------------|--------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Paola Delgado<br>(Gerente)          | ✓<br>✓<br>✓ | ✓<br>✓ | ✓<br>✓<br>✓ | ✓<br>✓<br>✓ | ✓<br>✓<br>✓ | ✓<br>✓<br>✓ |
| Daniel España<br>(Vicepresidente)   | ✓<br>✓      | ✓      | ✓<br>✓      | ✓<br>✓      | ✓<br>✓      | ✓<br>✓      |
| Juan D. Benítez<br>(Talento Humano) | ✓<br>✓      | ✓<br>✓ | ✓           | ✓           | ✓           | ✓           |
| Juan C. Motta<br>(Planeación)       | ✓           | ✓      | ✓<br>✓      | ✓<br>✓      | ✓           | ✓           |
| Fabián Motta<br>(CEO)               | ✓<br>✓      | ✓      | ✓<br>✓      | ✓<br>✓      | ✓<br>✓      | ✓<br>✓      |

Esta matriz representa a las personas clave que fueron fundamentales en mi proceso de práctica profesional. Cada una de ellas tuvo un rol determinante en diferentes áreas estratégicas, desde la planificación y el liderazgo hasta la creatividad y la redacción. La tabla permite ver de forma clara cómo sus aportes se distribuyeron en distintos frentes, destacando especialmente el liderazgo de Paola Delgado, quien fue un pilar en cada aspecto del proceso. Este cuadro no solo evidencia sus responsabilidades, sino también el impacto que tuvieron en mi formación, aprendizaje y desarrollo profesional.

La Matriz a continuación ha sido diseñada como un recurso para registrar las definiciones personales que cada una de las personas clave en mi proceso de práctica. Con los conceptos de Relacionamientos, Redacción, Informes, Estrategias, Empresa y Creatividad. A través de esta recopilación, se buscó comparar y analizar cómo varía la interpretación de estos términos desde

distintas perspectivas dentro de la organización. Esta reflexión contribuye significativamente al análisis de mi formación como consultor, al permitirme comprender cómo se construyen y aplican estos conceptos en escenarios reales cuando se realizó la práctica profesional en los seis meses del periodo 2024-2

Matriz de conceptos clave

| <b>Persona</b>             | <b>Relacionamientos</b>                                       | <b>Redacción</b>   | <b>Informes</b>   | <b>Estrategias</b>  | <b>Empresa</b>   | <b>Creatividad</b>   |
|----------------------------|---|--|---|---|--|--|
| Paola Delgado<br>(Gerente) | Construcción de vínculos con medios, marcas y personas clave. | Contar historias con intención y precisión para conectar con audiencias. | Medir impacto, mostrar resultados y aprender para seguir mejorando. | Pensar antes de actuar; plan con propósito para lograr objetivos. | El equipo, el corazón y la estructura que nos impulsa a crear valor. | Resolver, sorprender y comunicar de forma distinta y efectiva. |

|   |   |   |  |   |   |  |
|---|---|---|--|---|---|--|
| <p>Daniel España<br/>(Vicepresidente)</p>   | <p>Relacionamientos es cómo conectamos clientes o terceras partes con otras personas de su interés, sean clientes, aliados con líderes de opinión, empresarios, como empezamos a generar conexiones relevantes y de valor para todos.</p> | <p>es la habilidad de escribir un contenido a la digamos, uno podría decir, "Buena redacción sería lo importante que es no solo hacerlo, sino hacerlo bien." Ahora pues con mucho uso de IA, pero que parta de uno y que parta que se haga bien, que tenga buenos contenidos.</p> | <p>El reporte para nosotros es fundamental porque es el momento de mostrar que vale la pena lo que está haciendo un cliente con nosotros, es un momento de venta en realidad. El momento de vender que el servicio sigue activo. Los informes son muy importantes para demostrar que somos relevantes. Pero es pues el el medio con el que reportamos nuestras acciones.</p> | <p>Las estrategias es como nosotros vamos a hacer a cumplir el objetivo y la propuesta que nos hemos trazado, nuestro desafío</p> | <p>Empresa pues es es nada más que una marca corporativa con la que eh digamos tiene un ataca el mercado de una u otra manera</p> | <p>Creatividad es lo que le ponemos a todo lo que hacemos, como buscamos que las cosas siempre sucedan de alguna manera diferente.</p> |
| <p>Juan D. Benítez<br/>(Talento Humano)</p> | <p>Es como la capacidad que tiene un grupo de consultores. Sí, para poder captar clientes y no solo captar clientes, sino también mantenerlos, que es lo</p>  | <p>Redacciones, es la habilidad de saber escribir bien</p>  | <p>Los informes son el resultado de un objetivo he aterrizado a datos y a gráfica</p>  | <p>La estrategia es la ruta que se debe seguir para lograr un objetivo.</p>   | <p>Una empresa es un grupo de personas que ofrecen un producto o un servicio.</p>   | <p>La creatividad es la manera de pensar de una persona para sobresalir.</p>   |

|                               |   |  |   |   |  |   |
|-------------------------------|---|--|---|---|--|---|
|                               | más difícil.  |  |   |   |  |   |
| Juan C. Motta<br>(Planeación) | Los relacionamientos es la forma en que se crean vínculos con actores de interés para lograr un objetivo en común, que al final son objetivos de relaciones a largo plazo en beneficios de ambas partes | Redacción es eh imagino un poco poético, eh el arte de transmitir mensajes a través del mundo escrito, el poder eh crear historias eh eh en papel o en computador o en número para leer eh de una manera que sea entendible y que llame la atención y fácil, digamos, de comprender. | Pues sí, somos una forma de hacer reportes frente a la gestión que uno está realizando. Es una forma más de Es una parte del ejercicio de rendición de cuentas. | Las estrategias son una manera de planear a futuro para lograr un objetivo en particular. Una estrategia siempre eh viene eh como de la mano de la planeación, pero siempre apuntaba, qué es el objetivo y el objetivo que quiero alcanzar. | Una empresa al final es si uno lo mira dentro de una Sí, digamos, dentro del marco económico pues es un actor que fue con un doble error. Y es vender servicios o productos y al mismo tiempo adquirirlo, vender servicios y productos que ofrecen también las personas o los hogares. Entonces es como parte del ciclo económico. | La creatividad es eh la manera o no, es una creatividad, es una es un arte. ¿Más bien? Otra vez es otro arte. La la creatividad un arte de transformar lo que se ve en el día a día en algo para que la gente lo vea de otra manera |

### **Relación, diferencias y síntesis entre conceptos.**

Durante la recolección de información, se entrevistó a dos actores clave en mi proceso formativo: Juan Camilo Motta y Juan Diego Benítez. Un aspecto que resultó particularmente interesante durante este ejercicio fue notar que, aunque ambos compartían el mismo entorno laboral, sus respuestas reflejan percepciones no muy similares. Esta diferencia no se debía a la información suministrada, sino más bien al modo en que cada uno entendía los conceptos en las situaciones diarias dentro del contexto de trabajo.

Las respuestas de Juan Diego fueron mucho más cortas, enfocadas y directas, mientras que las de Juan Camilo fueron más extensas y detalladas. Esta diversidad no se trataba de identificar quién tenía la razón, sino de reconocer cómo existen distintas maneras de interpretar y abordar los procesos que se llevan a cabo cotidianamente. Este contraste permitió hacer una primera comparación entre dos enfoques dentro del mismo equipo de trabajo.

Empezando por una comparación clave, el concepto de **relacionamiento** fue considerado por ambos como un aspecto fundamental dentro del trabajo. Desde mi percepción, también pude confirmar que este valor es esencial en la empresa. Juan Diego mencionó que lo más difícil no es lograr que un cliente llegue, sino lograr que se quede. Para él, el **relacionamiento y el servicio** son los pilares que más destacan dentro de la empresa, y precisamente esto es lo que hace que la gestión cobre valor cuando uno o más clientes deciden renovar sus contratos durante varios años. Esta visión refuerza la importancia de construir vínculos de largo plazo, más allá de una buena primera impresión.

Por su parte, Juan Camilo destacó un aspecto relacionado con los informes, al decir: “Es una parte del ejercicio de rendición de cuentas.” Esta frase resume cómo se conciben los informes dentro de la empresa: no solo como un requisito, sino como una herramienta para dar seguimiento al trabajo realizado, **visibilizar los logros y mantener la transparencia con los clientes y con la propia organización**. Para él, los informes no son únicamente datos, sino una forma de demostrar el valor generado. Esta perspectiva complementa la visión de Juan Diego, ya que mientras uno pone el énfasis en el relacionamiento como vía para mantener a los clientes, el otro resalta la importancia de sustentar ese vínculo con información clara, bien presentada y confiable.

Durante todo el desarrollo de la práctica profesional, **la redacción fue una de las habilidades más exigidas y trabajadas dentro del proceso.** En contexto mencionado, los aportes de Daniel España y Paola Delgado permitieron enriquecer la comprensión de esta competencia desde dos perspectivas complementarias.

Daniel España abordó la redacción desde un enfoque técnico, destacando que *“no es solo hacerlo, sino hacerlo bien”*, subrayando además la importancia de que, aunque existan herramientas como la inteligencia artificial, el contenido debe originarse desde un pensamiento claro, coherente y humano. Esta visión resalta la responsabilidad profesional de entregar textos con sentido, bien contruidos y con intencionalidad, más allá de cumplir con una entrega. Esto personalmente se pudo evidenciar muchísimo cuando Daniel leía y corregía informes que le fueron entregados de mi parte, los cuales ajustaba y resaltaba las falencias que podrían tener y cómo mejorarlos.

Lo que menciona Daniel se apoya en entornos como el de las agencias de comunicación, donde el ritmo y las exigencias son altas, esta claridad sobre el valor de la redacción se vuelve fundamental.

Por su parte, Paola Delgado ofreció una mirada más estratégica y narrativa, al definir la redacción como la capacidad de **“contar historias con intención y precisión para conectar con audiencias”** esta respuesta está muy acorde con la visión de la empresa que dice *“llevar buenas historias a los oídos que las quieren escuchar”* Esta definición permite comprender la escritura como una herramienta de construcción de vínculos y no solo de transmisión de información sin propósito. En el ejercicio diario con clientes y medios, esta perspectiva cobra relevancia, ya que

**el éxito de una comunicación no radica únicamente en su forma, sino en el impacto y la conexión que logra generar.** Lo anterior es lo que considero hace especial a SmartPR

Ambas visiones, lejos de ser opuestas, se complementan y fortalecen mutuamente. La redacción se entiende entonces como una práctica que requiere precisión técnica y estrategia. En el contexto de formación profesional, integrar estos dos enfoques resulta clave para desarrollar mensajes con estructura, intención y valor comunicativo real.

La perspectiva de Daniel España ayudó a consolidar una base fundamental para comprender la importancia de escribir con claridad, coherencia y calidad, incluso en un entorno donde el uso de herramientas digitales e inteligencia artificial es cada vez más común. Esta definición ayudó a fortalecer las habilidades operativas necesarias en la elaboración de informes y comunicados

La mirada de Paola Delgado estuvo en una dimensión estratégica al ejercicio de la redacción, al posicionarla como una herramienta para conectar con las audiencias desde el propósito y la narrativa. Esta visión permitió explorar el valor de comunicar con intención como mencionaba Daniel, para construir relatos que **generen cercanía, confianza e impacto**. Integrar ambas perspectivas es esencial para el desarrollo de una redacción más consciente y efectiva, capaz de responder a las necesidades del cliente.

Los aportes de los distintos actores que acompañaron el proceso de práctica profesional fueron determinantes en la construcción de una visión del ejercicio comunicativo en contextos laborales reales. Cada uno, desde su rol y experiencia, contribuyó de manera significativa al desarrollo no solo de habilidades técnicas, sino también a la consolidación de una identidad profesional del practicante que llega a ser un colaborador.

Daniel España, ayudó también a comprender la importancia de una redacción bien estructurada y con sentido, reafirmando que la calidad del mensaje no depende únicamente de las herramientas, sino de la capacidad de **pensamiento crítico** que hay detrás de cada contenido. Paola Delgado, por su parte, complementa una visión más narrativa, enseñando que comunicar es también **conectar, construir historias con propósito y generar vínculos desde la precisión y la intención.**

Juan Diego Benítez cree en el valor del relacionamiento como el verdadero pilar para tener un vínculo con los clientes, una enseñanza que marcó la importancia de generar confianza a largo plazo, más allá de los resultados inmediatos. Mientras que Juan Camilo Motta reforzó la responsabilidad que implica cada entrega, cómo los informes que no solo son tareas operativas, sino ejercicios de **transparencia, seguimiento y rendición de cuentas** para el impacto real del trabajo y esfuerzo que se realiza día con día en la agencia.

La interacción con estas perspectivas permitió vivir una formación profesional completa, **donde cada enseñanza fue aplicable y cada observación, una oportunidad de mejora.** Gracias a este acompañamiento, fue posible avanzar desde el rol de practicante hacia el de consultor en comunicaciones junior, y más que aprender a ejecutar tareas, se trató de **comprender en profundidad el rol que cumple un comunicador dentro de una organización:** alguien capaz de traducir objetivos en mensajes, de construir relaciones de valor y de responder con criterio ante las adversidades o retos que son cambiantes en el entorno profesional.

### **Análisis reflexivo sobre la práctica profesional**

Considero que la práctica profesional está algo infravalorada en comparación con el potencial que realmente puede ofrecer a los estudiantes que están por culminar sus estudios. Las empresas

que brindan estas oportunidades asumen una gran responsabilidad, ya que en cierta forma se convierten en una especie de escuela para el mundo laboral. Su función va más allá de simplemente adoptar o integrar practicantes, ya que las empresas deben permitir que los estudiantes apliquen de manera real los conocimientos adquiridos durante su formación académica, enfrentándose a situaciones y desafíos que simulan los escenarios profesionales con los que se encontrarán en el futuro.

Cuando el proceso de práctica resulta gratificante, la formación del estudiante se ve enriquecida significativamente. La experiencia directa en el entorno laboral no sólo ayuda a tener más aprendizaje, sino que también lo transforma. En ese sentido, el hecho de que un estudiante sea contratado al finalizar su período de práctica debería considerarse un hito y un motivo de reconocimiento por el valor que ha aportado a la empresa u organización. Que una empresa decida vincular directamente, a un practicante habla del impacto generado por el estudiante como de la oportunidad laboral que se ha ganado.

Sin embargo, no siempre es así. Más allá del desempeño laboral, influyen factores como las actitudes o la energía que transmite una persona. No todas las personas son compatibles con todos los entornos, y eso puede ser determinante a la hora de evaluar si un practicante puede o no quedarse en una empresa.

En mi caso particular, atribuyo mi experiencia positiva a mi actitud. Desde el inicio busqué demostrar compromiso y disposición para hacer bien las cosas, lo que generó confianza en mis compañeros y jefes. Además, tuve una buena sinergia con mi jefe y obtuve buenos resultados.

Aun así, soy consciente de que no todos los profesionales con talento tienen la misma suerte. Existen personas altamente capacitadas que pasan por empresas con excelentes proyecciones de

crecimiento, pero por distintos motivos incompatibilidad con el puesto, el entorno o simplemente por no ser el lugar adecuado no logran verse trabajando ahí.

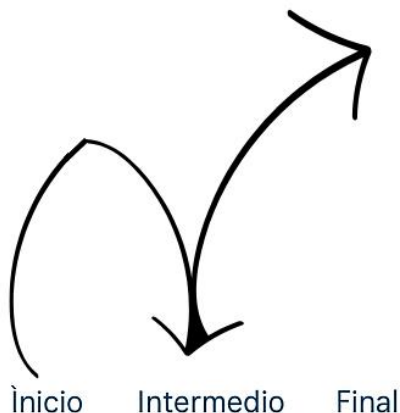
Pero el quedar directamente vinculado en una empresa permite ganar mucha experiencia al continuar con lo que se inició como prácticas o pasante, permite alcanzar una experiencia en simultánea mientras te graduas título y adquirir confianza en lo que se sabe y se puede aprender en el proceso. Esto otorga ventaja competitiva al nuevo profesional. Lo anterior es algo que le agradezco a SmartPR.

# SISTEMATIZACIÓN DE PRÁCTICA SMARTPR

## CONTEXTO GENERAL

- Empresa: Smart PR
- Duración de práctica: Junio a diciembre 2024-2
- Rol inicial: Apoyo en redacción y ejecución táctica
- Rol posterior: Contacto con clientes, elaboración de planes estratégicos

## PROCESO DE APRENDIZAJE Y EVOLUCIÓN DEL ROL



### Etapas clave

- Observación/ ejecución de tareas asignadas
- Participación activa en planes y estrategia

### Hitos importantes

- Elaboración de planes estratégicos
- Relación con medios
- Creación de comunicados

## CONOCIMIENTOS ADQUIRIDOS



Redacción profesional



Gestión de relaciones públicas



Manejo de clientes



Estrategias de comunicación



Coordinación con medios



Análisis reflexivo

## ANÁLISIS REFLEXIVO

### Aprendizajes clave

- La práctica convierte la teoría en acción
- La comunicación construye relaciones

## CONCLUSIÓN Y PROYECCIÓN

### Proyección futura

- Continuar en comunicaciones estratégicas, fortaleciendo el vínculo con medios y audiencias, y aplicando lo aprendido a nuevos desafíos

## **BIBLIOGRAFÍA**

Benítez, J. D. (2024). Comunicación personal. Entrevista realizada el 24 de abril de 2025.

Delgado, P. (2024). Comunicación personal. Conversación mantenida durante la práctica profesional y entrevista realizada el 9 de mayo 2025

España, D. (2024). Comunicación personal. Entrevista realizada el 24 de abril de 2025.

Motta, J. C. (2024). Comunicación personal. Entrevista realizada el 24 de abril de 2025.