

A graphic illustration for a podcast. It features a vintage-style silver microphone on a stand in the foreground. Behind the microphone, there are stylized sound waves in shades of blue and purple. In the background, a city skyline with several skyscrapers is visible in a light purple hue. The word "Podcast" is written in a large, dark blue, sans-serif font on the left side of the image.

Podcast

Podcast de Auditoría Interna

Innovación en comunicación interna

Una propuesta para transformar la comunicación y el aprendizaje dentro de nuestra organización

Antecedentes

Propuesta original

Iniciativa presentada por el auditor Juan Iran Silva, quien identificó la necesidad de crear nuevos canales de comunicación interna más dinámicos y atractivos.

Necesidad identificada

Los canales tradicionales no logran el impacto deseado. Se requieren formatos innovadores que capturen la atención de los colaboradores.

Oportunidad

Crear un espacio dinámico donde compartir aprendizajes, casos prácticos y conocimientos de Auditoría Interna de manera accesible y atractiva.

El concepto inicial

Brainstorming desarrollado por el auditor Juan

- ☐ **Podcast sobre hallazgos y casos prácticos**
Contenido relevante y aplicable al día a día de la organización.
- ☐ **Episodios breves y frecuentes**
Formato ágil que respeta el tiempo de los colaboradores.
- ☐ **Lenguaje accesible y fresco**
Alejado de la formalidad excesiva, cercano y comprensible.
- ☐ **Invitados internos y externos**
Diversidad de voces y perspectivas para enriquecer el contenido.



El podcast se vinculará con nuestra cultura de transparencia y aprendizaje continuo.

Recomendaciones clave (Innovacion)

- **Concepto equilibrado**

Encontrar el balance perfecto entre entretenimiento y valor agregado profesional.

- **Línea editorial sólida**

Definir claramente temas, tono, duración y estilo para mantener coherencia.

- **Producción eficiente**

Implementar un proceso de producción sencillo pero profesional, evitando la complejidad excesiva.

- **Centrado en el oyente**

Priorizar siempre los intereses y necesidades del colaborador como como audiencia principal.

📌 El éxito del podcast dependerá de su capacidad para aportar valor real a los colaboradores mientras mantiene un formato atractivo y accesible.

Objetivos del podcast



Consideraciones a tratar

Puntos críticos a tener en cuenta para el éxito del proyecto

Alcance definido

Proyecto exclusivo para Auditoría Interna, no extensible a todo Grupo Salinas MVP1.

Enfoque dinamico

Debe ser atractivo y voluntario, no percibirse como capacitación obligatoria.

Canales apropiados

No utilizar Academia Ferrer como plataforma de distribución.

Calidad imprescindible

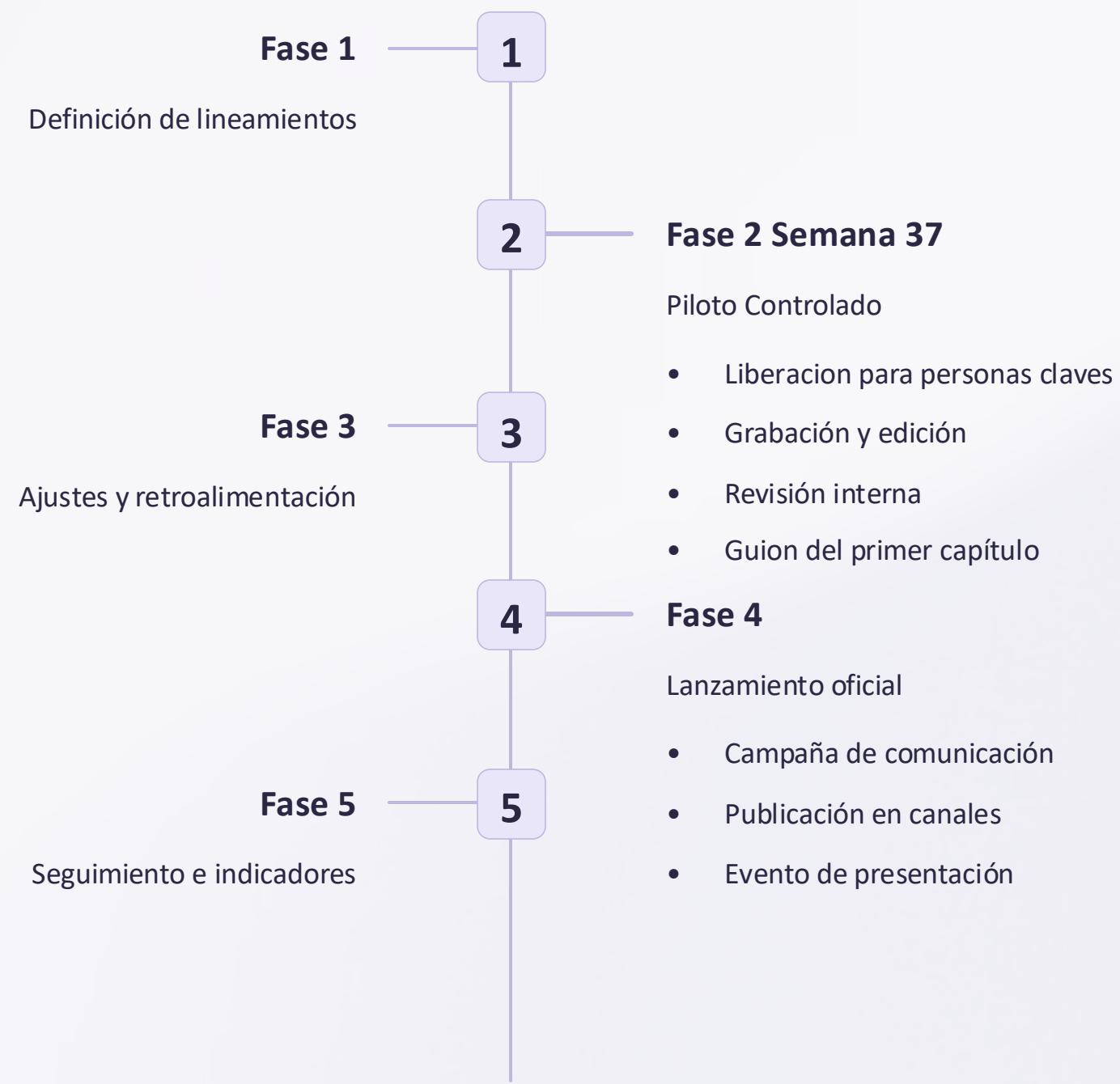
Garantizar estándares técnicos y editoriales profesionales desde el inicio.

Estrategia clara

Lanzamiento ordenado con objetivos medibles (KPIs) y plan de comunicación definido.

Roadmap de implementación

- Concepto editorial
 - Estructura de episodios
 - Recursos necesarios
-
- Grupo focal interno
 - Modificaciones necesarias
 - Aprobación final
-
- Medición de audiencia
 - Encuestas de satisfacción
 - Ajustes continuos



Siguientes pasos

1 Definir responsables

Asignación de roles específicos para el desarrollo del podcast: BAU, contenido, etc

2 Establecer frecuencia

Decidir entre publicación quincenal o mensual, evaluando capacidad de producción y recursos disponibles.

3 Planificar contenidos

Elaborar lista inicial de temas para los primeros 5 episodios, asegurando variedad y relevancia.

Comité de Podcast ?

4 Confirmar invitados

Contactar y agendar a los primeros participantes internos y externos.

5 Validar presupuesto

Confirmar recursos económicos y técnicos necesarios para la producción. (Licencias, etc)



Planificación meticulosa para garantizar un lanzamiento exitoso

Piloto – Taller Desing Thinking

Diseño del episodio inicial que servirá como prueba de concepto

Tema

"El rol de Auditoría: más allá del control"

Enfoque en la función estratégica del área y su
área y su contribución al negocio.

Formato

Duración: 10–15 minutos

Estructura: introducción, entrevista,
conclusiones y adelanto del próximo episodio.

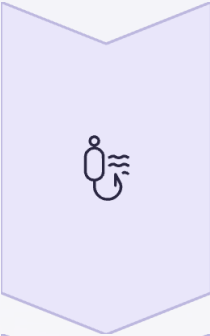
Posibles Participantes

Host: BO de Auditoría

Invitados: Auditor senior + Director de área
área operativa

- El objetivo del piloto es validar el tono, ritmo y calidad técnica antes del lanzamiento oficial, recogiendo retroalimentación de un grupo selecto de colaboradores.

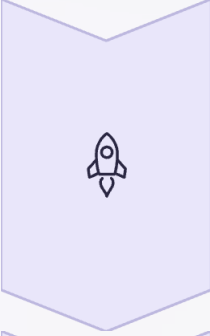
Estrategia de comunicación



Fase previa

Teasers visuales y fragmentos de audio para generar expectativa

Entrevistas con el creador de la idea del podcast



Lanzamiento

Promoción en Zeus, aplicativo ADA, revista Grupo Salinas.

Anuncio oficial y publicidad

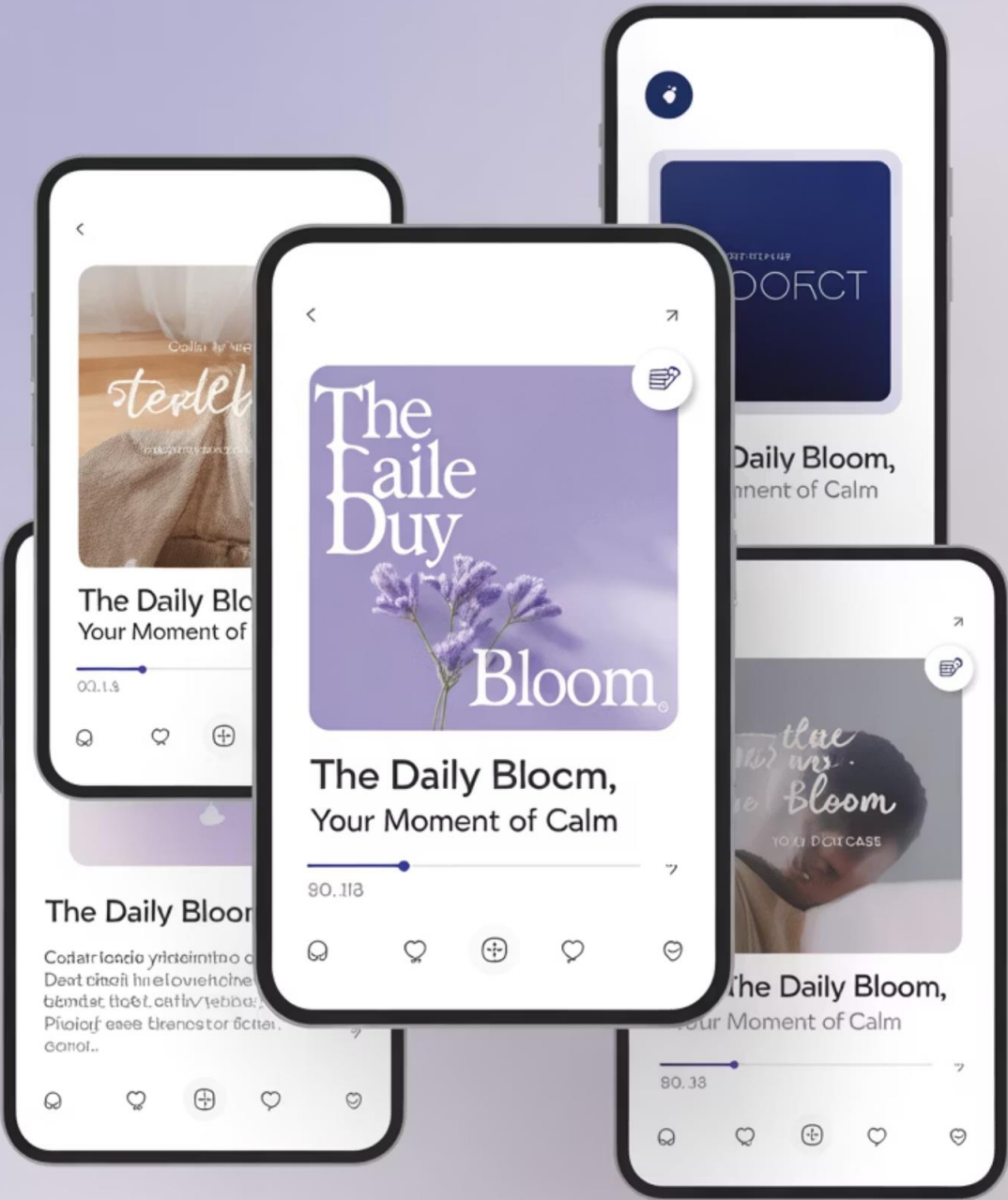


Seguimiento

Encuestas rápidas de satisfacción tras cada episodio

Recogida de sugerencias para futuros contenidos

Mensaje central: "Tu voz también forma parte de la Auditoría"



Canales de distribución

Plataformas evaluadas para la publicación y difusión del podcast

ADA (Sistema interno)

Canal principal. Facilita el acceso directo desde la intranet corporativa y permite seguimiento de métricas de consumo.

ZEUS

Plataforma complementaria que permite mayor interacción y comentarios de los usuarios.

Revista interna

Publicación de QR codes para acceso directo a episodios destacados desde la revista mensual.

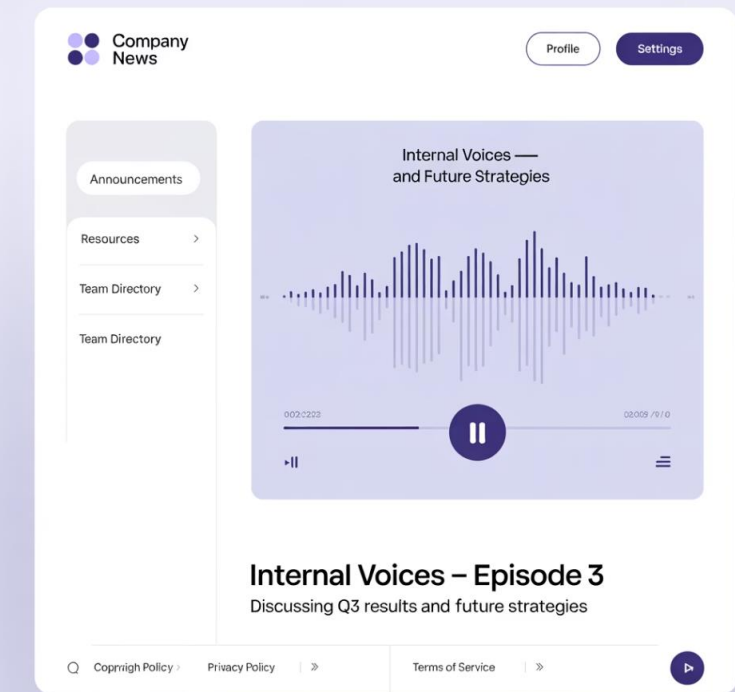
Biblioteca de Podcast

Repositorio permanente donde se archivarán todos los episodios para consulta posterior.

✗ No recomendado

Academia Ferrer

Su enfoque formativo obligatorio contradice el carácter voluntario y dinámico del podcast.



Marco de gobierno

1

Responsable general

Lider de auditoria

- Aprobación final de contenidos
- Representación ante dirección
- Asignación de recursos

2

Comité editorial

Equipo de 3 personas

- Planificación de contenidos
- Selección de temas e invitados
- Supervisión de guiones

3

Invitados rotativos

Participantes especializados

- Auditores de distintas áreas
- Directivos invitados
- Expertos externos

4

Soporte técnico

Equipo de Comunicación Interna

- Grabación y edición
- Distribución en canales
- Métricas y análisis

Tecnología seleccionada

Tras evaluar múltiples opciones, se ha seleccionado la plataforma más adecuada para nuestras necesidades

Opciones evaluadas

Heygen

Voces con buena calidad, pero se percibían muy robotizadas.

Google AI Studio

Plataforma publica potente en análisis, pero las voces carecían de cercanía y no transmitían confianza.

Wondercraft

Amplias funciones creativas, sin embargo, la voz seguía sonando artificial y poco orgánica.

Solución seleccionada

Google NotebookLM

Ventajas clave:

- Voces naturales y realistas, con tono cercano y humano.
- Interfaz intuitiva para creadores
- Integración sencilla
- Capacidad de transcripción automática
- Mejor balance entre funcionalidad y simplicidad

Your weekly dose of insight



Comunicación continua

Estrategia para mantener el interés y la participación de la audiencia

Anticipación

Teasers breves distribuidos 3-5 días antes de cada nuevo episodio para generar expectativa.

Amplificación

Highlights y citas destacadas en el newsletter semanal, resaltando los puntos clave de los episodios recientes.

Continuidad

Sección "Lo que viene" al final de cada episodio, adelantando temas futuros y manteniendo el interés.

Interacción

Mecanismo para recibir preguntas de la audiencia que serán respondidas en episodios posteriores.

El objetivo es crear un ecosistema de comunicación alrededor del podcast que mantenga la conversación activa conversación activa entre episodios.

Conclusiones y próximos pasos

El podcast como herramienta estratégica

Posicionamiento



Transforma la percepción del área de Auditoría Interna dentro de la empresa destacando su valor estratégico.

Engagement

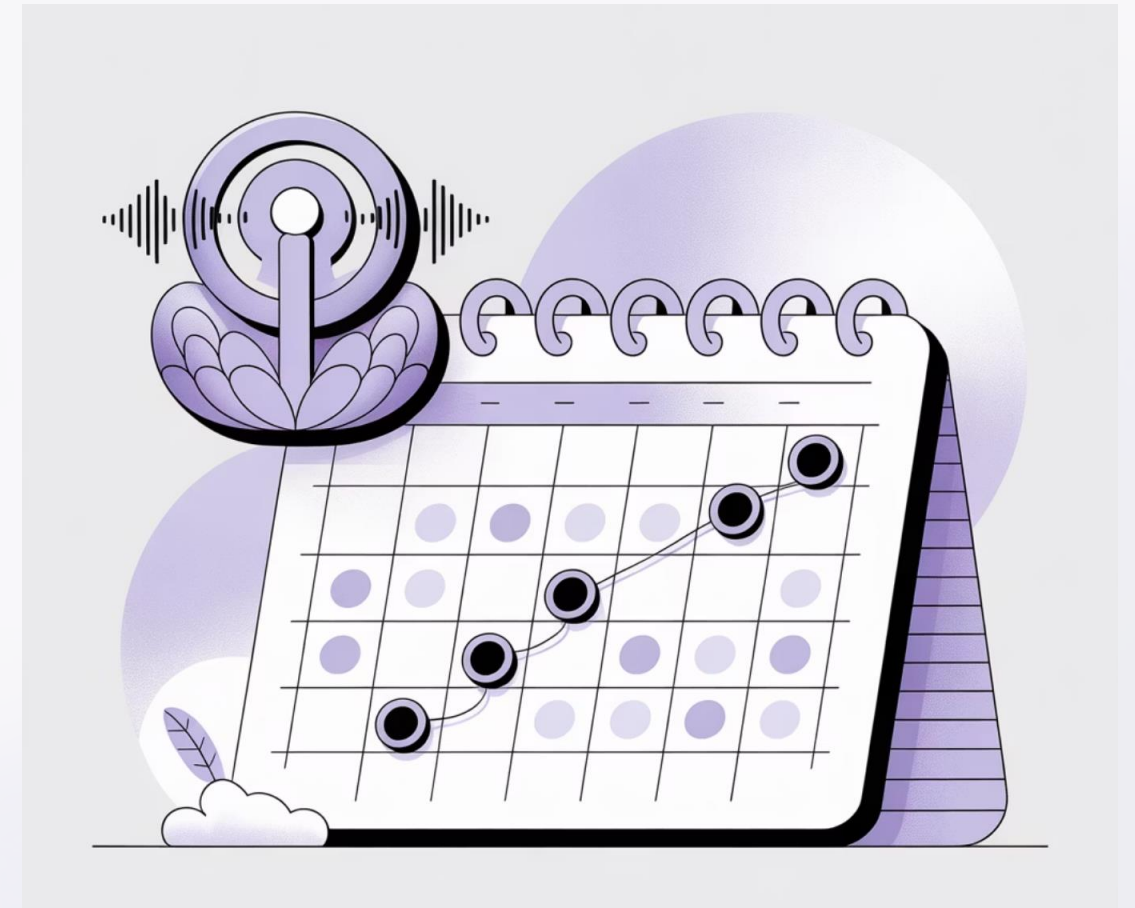


Genera mayor interés y participación en los procesos de auditoría, fomentando una cultura de mejora continua.

Confianza



Construye relaciones más sólidas entre el equipo de Auditoría y el resto de departamentos de la organización.



El éxito de este proyecto sentará las bases para futuras iniciativas innovadoras de comunicación en la organización.