

**Mail Chimp como herramienta estratégica para el mejoramiento de la organización
de eventos corporativos en la Agencia Nacional de Hidrocarburos**

Nicole Andrea Gutiérrez Barrera,

Artículo de Reflexión

Para optar a título Profesional en Negocios Internacionales

Universidad Santo Tomás de Aquino

Resumen

El presente artículo tiene como objetivo presentar una propuesta del uso de Email Marketing, específicamente la implementación de la herramienta Mail Chimp, como estrategia para mejorar la planeación de los diferentes eventos comerciales corporativos nacionales e internacionales realizados en la Agencia Nacional de Hidrocarburos, para poder determinar cuál podría ser la mejor opción. Se realizó una investigación experimental durante los cinco meses de práctica laboral donde gracias a la participación en cada uno de los eventos nacionales e internacionales corporativos se pudo encontrar una gran variedad de falencias a la hora de la planeación, ejecución y control de estos, asimismo, se realizó un estudio a la herramienta Mail Chimp, teniendo en cuenta ventajas, desventajas y cómo podría apoyar a la realización de los mismos. Mail Chimp, le permitirá a la Agencia realizar un proceso más eficaz, con mejores

resultados, teniendo un mejor control sobre las actividades, fortaleciendo la convocatoria a los eventos de manera oportuna y generando una estrecha relación entre los clientes actuales y potenciales.

Palabras clave

Email marketing, negocios, publicidad, optimización, eventos, estrategia, herramientas, interacción, control, seguridad.

Abstract

The objective of this article is to present a proposal for the use of Email Marketing, specifically the implementation of the Mail Chimp tool, as a strategy to improve the planning of the different national and international corporate commercial events held at the National Hydrocarbons Agency, in order to determine what could be the best option. An experimental investigation was carried out during the five months of work practice where, thanks to participation in each of the national and international corporate events, a wide variety of shortcomings could be found when planning, executing and controlling these, as well as a study of the Mail Chimp tool was carried out, taking into account advantages, disadvantages and how it could support their realization. Mail Chimp will allow the Agency to carry out a more effective process, with better results, having better control over activities, strengthening the call to events in a timely manner and generating a close relationship between current and potential clients.

Key Words

Email marketing, business, events, advertising, optimization, strategy, tools, interaction, control, security.

Introducción

La Agencia Nacional de Hidrocarburos ubicada en la ciudad de Bogotá, es una de las más importantes para el país, la economía depende en gran parte del buen funcionamiento de la misma. La Agencia se encarga de promover el aprovechamiento óptimo y sostenible de los recursos hidrocarburíferos que se encuentran en el país, los cuales administra integralmente, armonizando los diferentes intereses de la sociedad, el Estado y las distintas empresas del sector.

Durante la práctica se desarrollaron diferentes actividades, la principal; brindar apoyo en las actividades estratégicas para la promoción nacional e internacional de la inversión en exploración y explotación de hidrocarburos, la cual es liderada por la Vicepresidencia de Promoción y Asignación de Áreas. Se identificó que los eventos corporativos son el núcleo del funcionamiento de la ANH. Estos eventos tienen como objetivo generar conexiones con los diferentes inversionistas, nacionales e internacionales para la creación de nuevos proyectos, acuerdos, negocios, etc. En el transcurso de observación y análisis, se encontraron diferentes falencias que perjudicaban la buena planeación y ejecución de cada uno de ellos.

Este artículo pretende demostrar que la implementación de Mail Chimp como herramienta estratégica para mejorar los procesos de planeación y ejecución de los eventos corporativos, será de gran beneficio, ya que, permitirá identificar falencias, optimizar tiempo, recolectar y procesar datos cualitativos de las diferentes entidades involucradas en los eventos, interactuar constantemente en redes sociales, crear estrategias de marketing, proponer soluciones, tener bases de datos actualizadas en corto tiempo, segmentar fácilmente, simplificar tareas, crear campañas adecuadas para cada tipo de evento y tener un mejor control de resultados.

En el desarrollo del artículo se aplica la metodología de investigación descriptiva, por la cual se identifica, interpreta y analiza la situación a ser tratada y los diferentes procesos que conlleva la planeación y ejecución de eventos; estos datos fueron extraídos de documentos administrativos, participación en eventos, bases de datos de la Agencia y página web, los cuales permiten obtener una mayor claridad y alcance a los diferentes factores involucrados a la hora de la planeación de estos.

La ANH maneja eventos corporativos a nivel nacional e internacional. Los eventos nacionales se llevan a cabo para mostrar avances, ofrecer información, realizar foros y seminarios entre los líderes del sector hidrocarburos, promocionar áreas para exploración y explotación de recursos y promocionar campañas o los nuevos proyectos que la ANH está comenzando. Los internacionales, se hacen con el fin de atraer inversionistas extranjeros, suscribir acuerdos de cooperación internacional, promocionar los recursos minerales y zonas estratégicas que se encuentran en Colombia. A la hora de realizar eventos, la optimización del tiempo se considera muy importante ya que es uno de los factores claves desde en todo el proceso de ejecución de los eventos corporativos, al tener un buen manejo de este y un control de resultados eficiente, se logran mejores resultados en cada uno de ellos.

Por otra parte, el marketing digital actualmente es una de las herramientas más importantes para las diferentes compañías, permite comunicarse fácil, masivamente y directamente a nivel nacional e internacional, el incremento del e-mail marketing (Mail Chimp) como herramienta estratégica, permitirá a la compañía mejorar su competitividad a gran escala, además de mejorar la fidelización de los clientes y generar mayor atracción a la inversión y creación de acuerdos.

Reflexión

Marketing digital

Se caracteriza por dos aspectos fundamentales: la personalización y la masividad. La información que se genera en internet puede ser totalmente detallada, se pueden crear perfiles con grandes características de los usuarios como intereses, preferencias, gustos, entre otros. Además, la masividad supone que con menos presupuesto se tiene un mayor alcance y mayor capacidad de definir como los mensajes llegan a un público específico. (Selman, 2017) Es una de las opciones con mayor rentabilidad para las diferentes compañías existentes; para las grandes compañías que manejan un gran número de clientes y personal, sería realmente eficaz centrar los esfuerzos en el marketing digital.

Es una herramienta muy eficaz porque implica el consentimiento y la predisposición del usuario de querer conocer más información sobre los productos, servicios, novedades, eventos, foros, etc. del anunciante. Es decir, siempre que se usa esta tecnología, implica que se dispone del consentimiento del usuario de querer conocer información. (Peñalver, 2017) En el caso de correos electrónicos es importante tener siempre presente el consentimiento de las personas a la hora de enviar los correos electrónicos, esto evitará molestias, correos eliminados y aumentará la confianza e interacción con el público. Por otra parte, se debe tener en cuenta que cuando se habla de marketing digital los términos **inbound** y **outbound** se encuentran implícitos, el inbound marketing combina técnicas de marketing y publicidad no intrusivas con la finalidad de atraer al consumidor ofreciéndole contenidos de valor y experiencias relevantes, mientras que el outbound es el conjunto de acciones de marketing que tienen como objetivo captar consumidores, con métodos directos y unidireccionales. (InboundCycle, 2017) Estas acciones de marketing básicamente se usan para atraer mayor público a la entidad y volverse más

competitivo en las actividades que realicen, de ahí la importancia del implemento de estas estrategias de marketing en los proyectos a realizar.

La creación de Landing Pages para la generación de leads

Busca principalmente, que los usuarios acepten la política de privacidad y entreguen sus datos a una empresa. Una Landing Page se reconoce por el formulario y porque el contenido de estos, va orientado a convertir a los usuarios en clientes finales, llamados también leads.

Completar esta información significa que los diferentes usuarios están interesados en los servicios y publicaciones de determinada empresa. (Tim Ash, Maura Ginty, Rich Page, 2012)

Los formularios se utilizan para capturar datos de los usuarios tales como el nombre y la dirección de correo, el único propósito de esta página es recoger información que permita una comunicación más directa con su cliente potencial. (Navarro, 2016) Captar los datos de los usuarios de esta manera, generará una base de datos más completa y eficiente a la hora de realizar la convocatoria a los diferentes eventos corporativos realizados en la ANH.

Pequeñas porciones del marketing digital se implementarán en la herramienta Mail Chimp; su implementación es necesaria para el buen funcionamiento de esta. Lo que busca el marketing digital básicamente es generar mayor publicidad y mejores resultados, mediante las herramientas, técnicas y programas mencionados anteriormente. Un ejemplo claro, son los auto respondedores, los cuales van inmersos en el correo electrónico con el fin de proporcionar mayor información sobre temas que estén interesados, se pueden proporcionar blogs, insertar página web, redes sociales, artículos de acuerdo al evento o cronogramas y agendas de cada evento. **Los auto respondedores** son programas de correo electrónico que envían un mensaje predefinido en respuesta a cada mensaje de correo electrónico recibido. Se utilizan para una amplia variedad de propósitos, como la automatización de tareas, de lo contrario llevaría mucho tiempo para la

construcción de listas de los posibles clientes potenciales. (Villa, 2018) Si se decide implementar esta herramienta, es importante elegir correctamente el tipo de respuestas que se ajuste a las necesidades de la ANH para tener mejores resultados y un mayor control de información.

Email Marketing

Actualmente la mayoría de personas tiene la posibilidad de acceder a internet, algunas lo usan para realizar negocios, actividades de comercio o simplemente acceder a distinto tipo de información, por lo tanto, para tener un mejor negocio los comerciantes y gerentes deben acceder a las tecnologías para tener mayor éxito empresarial, teniendo el implemento de una herramienta de email marketing, puede tener no solamente un alcance nacional sino internacional. (Salehi, 2012) El marketing es una de las herramientas más importantes en el mundo, gracias al implemento de esta, se logra llegar fácilmente a los clientes deseados, creando el contenido y diseño adecuado para las diferentes necesidades.

Beneficios del email marketing para las empresas:

- Segmentación avanzada de las comunicaciones.
- Conocimiento profundo de los intereses de los suscriptores.
- Atracción de tráfico hacia las propiedades web.
- Realización de campañas de comunicación masiva a bajo costo.
- Incremento de la percepción positiva de la imagen de marca.
- Medición exacta y en tiempo real de los resultados de las campañas realizadas.
- Establecimiento de relaciones comerciales y duraderas con los clientes.
- Potencial viralización de los mensajes.
- Adaptación rápida a las necesidades de los clientes.

- Obtención de una mayor tasa de respuesta y conversión.
- Combinación con redes sociales (Twitter, Facebook)

(Ramos, 2016)

El marketing por correo electrónico es una de las formas del marketing directo, la cual utiliza el correo electrónico como un medio para difundir mensajes comerciales, dar a conocer algún servicio o promocionar eventos, en un sentido más general, cada uno de los correos electrónicos enviados a clientes potenciales o actuales, es considerado como marketing por correo electrónico. (Vasudevan, 2013) Mediante el uso de este, se pueden crear grandes contenidos en los correos electrónicos, que sean de gran atracción para el público deseado y permitiendo una mayor interacción con ellos. En el email marketing la persona acepta y se interesa por el diferente contenido proveniente de determinada empresa. (Jenkins, 2009) Lo cual evita el riesgo de que se convierta en spam. Asimismo, el email marketing, cuando está diseñado e implementado de la manera correcta, se puede convertir en una de las mejores herramientas para promocionar eventos, además de llegar a ser uno de sus medios más rentables para difundir una gran cantidad de información, agendas, mensajes publicitarios, anuncios como recordatorios, entre otros. Para la Agencia Nacional de Hidrocarburos, sería ideal implementar la herramienta con el fin de difundir la información sobre los eventos corporativos, alcanzando en corto tiempo llegar a un gran número de personas interesadas en estos. El correo electrónico, puede ser uno de los medios más efectivos para compartir información y poder tener un mejor control sobre visitas, vistas, entre otros. (Brown, 2007) A la hora de enviar el contenido, debe ceñirse a un mensaje clave por cada mensaje publicitario, esto con el fin de que los destinatarios tengan claro lo que se intenta comunicar, se tiene poco tiempo para el correo electrónico capte la atención de

los diferentes destinatarios, antes de decidir si ignorar o prestar atención al mensaje.

(MarketLocation, 2019)

Claves para el éxito general del Email Marketing:

- Enviar correos a personas que conozcan e interactúen con la Agencia;
- Tratar las direcciones de correo electrónico como si fueran una relación con el usuario, generando buenos lazos con usuarios antiguos y nuevos.
- Enviar contenido relevante, que tenga valor para el destinatario.
- Involucrar a la audiencia en el contenido que se escribe, creando mayor interacción y confianza entre las partes.
- Maximizar la tasa de entrega y no compartir listas de correo electrónico con nadie externo a la Agencia.
- Establecer expectativas con los destinatarios.
- Revisar constantemente los resultados de campaña y tener siempre el mejor contenido, debe ser llamativo y creativo.

(Groves, 2019)

Según estudios realizados se demostró que la línea del asunto es posiblemente el campo más importante a la hora de difundir los correos electrónicos, ahí es donde se centrará la atención del receptor y tomará la decisión, en este campo es importante incluir en lo posible el nombre del receptor. Por otra parte, el color del fondo afecta la tasa de respuesta de los correos electrónicos, usar colores llamativos, aumentan la tasa de respuesta en comparación con la ausencia de color. (Valdimar Sigurdsson, 2015) Es importante tener en cuenta que el envío de correos electrónicos

con contenidos claros, concisos y con gran diseño tendrán mayor aceptación por el consumidor, evitando así ser marcados como spam.

Pasos del Email Marketing y su aplicación en la ANH

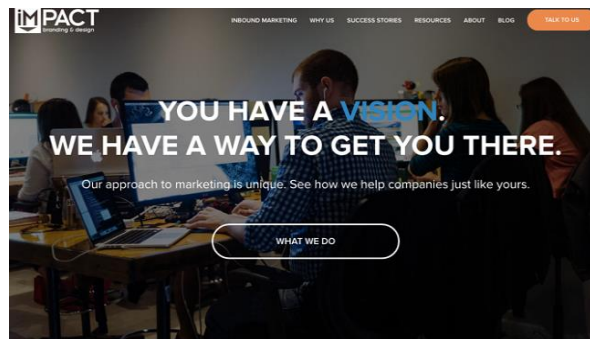
1. Definir el objetivo: Según el tipo de evento corporativo que sea, se deben definir ciertas metas, como que se quiere lograr a corto y a largo plazo, si se quieren crear acuerdos en un futuro, vender zonas geográficas, promocionar actividades de la ANH, crear posibles alianzas con otras compañías y países, encontrar nuevos inversores extranjeros y nacionales, entre otros.
2. Segmentar el público: Escoger el público según el evento; líderes de la industria petrolera, ministros, gobernadores, alcaldes, inversores, posibles panelistas para los eventos, ambientalistas, industrias involucradas en el sector de hidrocarburos, gerentes de empresas contratistas, etc.
3. Ofrecer contenido atractivo y conciso: Después de tener claro el objetivo y el público, se debe escoger detalladamente el contenido del correo electrónico, escoger textos llamativos, crear una agenda clara, tener toda la información del lugar del evento, involucrar imágenes para que el mensaje sea de agrado al público.
4. Crear un asunto deseable: El asunto del correo electrónico es de gran importancia, ya que, al leer el asunto, la persona decidirá si ignorar el mensaje o entrar a ver el contenido, por esto se debe crear un asunto que llame la atención siendo corto y conciso.
5. Escoger el diseño adecuado: Según el tipo de evento, se deben escoger los colores adecuados para el diseño de la plantilla, un tipo de letra agradable a la vista del lector, además debe tener siempre los signos y colores distintivos de la Agencia Nacional

de Hidrocarburos y de las posibles entidades involucradas (Patrocinadas y patrocinadoras)

6. Realizar Call to Action: El Call to Action es un botón ubicado en un lugar estratégico, que generará atracción a los clientes, su objetivo es atraer a más personas; se puede crear uno donde se muestre el trabajo que realiza la ANH en los eventos, uno que redireccione a la página principal de la ANH o uno donde se puedan crear un usuario, o una suscripción para recibir los diferentes contenidos.

Aquí algunos ejemplos de Call to Action:

Figura 1: *Ejemplo de Call to Action en Página Web*



Fuente (Santos, 2020)

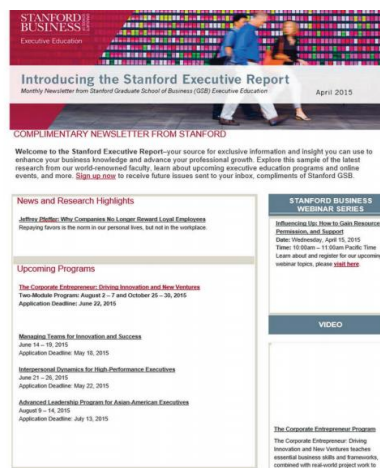
Figura 2: *Ejemplo de Call to Action*



Fuente (Santos, 2020)

7. Control de resultados: Al finalizar, se debe realizar un estudio detallado de la cantidad de personas que abrió el correo, los correos eliminados, la cantidad de clics, la hora a la que fue abierto el correo electrónico y si el contenido y diseño del correo generó gran atracción; todo esto es realizado con la herramienta, con el fin de realizar mejoras para los siguientes eventos.

Figura 3: Ejemplo de una Plantilla de Email Marketing



Fuente. (Navdeep S. Sahni, 2018)

Importancia de las bases de datos de la ANH para la implementación de la herramienta Mail Chimp

Las bases de datos que maneja la Vicepresidencia de Asignación y Promoción de Áreas en la ANH, son el núcleo de los eventos, ya que en estas se encuentran los datos de las personas que están totalmente involucradas con las distintas actividades que realiza la Agencia. Al ser una entidad del Estado, cuenta con miles de datos de las diferentes entidades públicas y privadas, compañías involucradas con el sector petrolero y los medios de comunicación más importantes del país. Los datos que se ubican en las bases de datos son principalmente los de la Casa de

Nariño, los miembros de esta, están totalmente involucrados en todas las actividades de la ANH, son el principal vínculo para que la Agencia tenga un buen funcionamiento. Los datos del senado, cámara de representantes y embajadas son de gran importancia ya que gracias a ellos se pueden suscribir acuerdos, crear alianzas a nivel nacional e internacional e incrementar la competitividad de la entidad. Los datos de las operadoras y contratistas, son necesarios para realizar nuevos proyectos en el país, para aumentar la inversión nacional y extranjera, realizar acuerdos comerciales y apoyarse en las distintas actividades tanto de la ANH como de los contratistas. Por último, los datos de los medios de comunicación más importantes del país y algunos de nivel internacional, son los encargados de publicar y difundir los diferentes contenidos y noticias de lo que pasa en la ANH y en Colombia en el sector petrolero e hidrocarburífero.

Siendo las bases de datos el insumo para el buen manejo de la herramienta Mail Chimp, se presenta a continuación el modelo que se maneja en la Agencia:

Tabla 1.

Ejemplo Base de datos Casa de Nariño

Nº	NOMBRE ENTIDAD U OFICINA	CARGO	NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO
1	DESPACHO DE PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA	PRESIDENTE	IVAN DUQUE MARQUES	Casa de Nariño Carrera 8 Nº 7 22-24	1 562 93300
2	DESPACHO DE LA PRIMERA DAMA	PRIMERA DAMA Secretaria Primera Dama	MARÍA JULIANA RUÍZ SANDOVAL Carolina Salgado L	Casa de Nariño Carrera 8 Nº 7 - 22/25 Ext. 22/26	1 562 93300

3	VICEPRESIDENTA	MARTA LUCÍA RAMIREZ BLANCO	Casa de Nariño Carrera 8 N° 7 - 22/27	1 562 93300
	DESPACHO DEL VICEPRESIDENTE DE LA REPÚBLICA	Jefe de Oficina de Desp. Consejería presidencial para la equidad	Yadir Salazar Mejía Gheidy Marisela Gallo	Casa de Nariño Carrera 8 N° 7 - 22/28 22/29
4	DESPACHO DEL JEFE DE GABINETE	JEFE DE GABINETE	MARÍA PAULA CORREA	Casa de Nariño Carrera 8 N°7 22/33
5	DESPACHO DEL DIRECTOR ADMIN. DE LA PRESIDENCIA DE LA REP.	DIRECTOR	DIEGO MOLANO	Casa de Nariño Carrera 8 N° 7 - 22/44

*Nota: *: La información fue obtenida de archivos digitales de la ANH, se actualizó y se complementó a través de llamadas telefónicas y correos electrónicos; se organizó de manera adecuada en una tabla de Excel. Este proceso se realizó igualmente con los datos del Congreso, Ministerios, Operadoras, Contratistas, Embajadas, Medios de comunicación nacionales e internacionales, Bibliotecas, Alcaldías y Gobernaciones. Tabla elaborada por el autor, la información fue recolectada de documentos digitales, llamadas telefónicas y correos electrónicos de la Vicepresidencia de Asignación y Promoción de Áreas (2019).*

Al tener una gran cantidad de datos, la actualización de estas, puede generar demoras; con la herramienta Mail Chimp, se logrará una actualización rápida, debido a que los diferentes usuarios tendrán la oportunidad de cambiar datos por sí mismos cuando lo consideren necesario, podrán corregir errores gracias a las ventajas que la herramienta brinda, lo que permitirá a los organizadores de los eventos tener menos errores, no perder contactos y tener mayor seguridad a la hora de enviar los correos electrónicos.

Mail Chimp y su aplicación en la ANH como propuesta de mejora en la gestión de eventos

Mail Chimp es una herramienta que permite ver cuales mensajes funcionaron para el correo electrónico, cuales funcionaron para los anuncios y así poder aplicar fácilmente los diferentes conocimientos ya que todo se encuentra en un solo lugar.

Por otra parte, ofrece seguridad en el centro de datos, cuentan con un equipo de seguridad interno dedicado a monitorear constantemente el entorno en busca de distintas vulnerabilidades

que puedan afectar los datos. (Chimp, 2020) La seguridad de los datos es uno de los temas que más preocupa a los usuarios; esta herramienta garantiza la seguridad de cada uno de ellos, generando un lazo de confianza entre el usuario y la ANH.

Un factor importante para tener presente, es que esta herramienta permite rastrear los e-mails y toda la información que estos generan, desde la tasa de apertura o rebote hasta los clics que hace cada usuario. Los números informan el éxito de la campaña o las posibles mejoras que puedan realizarse. (Tomás, 2017) El poder obtener detalles casi completos del envío de los correos, permitirá generar un informe completo y tener la facilidad de evaluar correctamente las fallas y logros de cada envío de emails.

Cómo medir el Mail Chimp:

Aperturas por dispositivos: Se trata de información sobre los dispositivos desde los que se realizan las aperturas de tus campañas, así como los clientes de correo y navegadores mpas utilizados para leerlos.

Mapa de aperturas: Permite conocer desde que países o regiones tus envíos obtuvieron una mayor tasa de apertura.

Tiempo de Lectura: Indica cuanto tiempo dedican tus suscriptores a leer tus emails.

Mapa de Clics: Disponer de un mapa de clics resulta muy útil para ver de forma rápida, visual e intuitiva que llamadas a la acción funcionaron mejor y que contenidos recibieron más visitas.

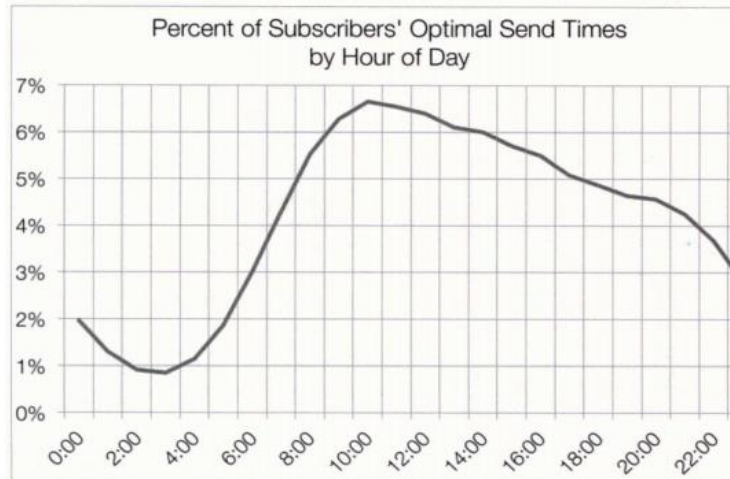
(NEWS, 2018)

Según la herramienta de email marketing, Acrelia News, se deben promocionar los envíos en las redes sociales para lograr mayor efectividad; incluir en los correos los botones sociales para compartir la campaña, utilizar la versión web de las campañas y, por último, compartir el enlace al archivo de campañas. (NEWS, Acrelia News, 2017) Una de las fallas de la ANH es que no se tiene una constante interacción con las redes sociales; al juntar el manejo de estas y la herramienta Mail Chimp se podría lograr una mejor logística a la hora de realizar los eventos corporativos.

Cómo las campañas de correo electrónico pueden destacarse de la competencia:

Para que las campañas de correo electrónico se destaquen de la competencia, deben elegirse el día de la semana y hora adecuada del día, para realizar el envío de correos; el contenido debe ser acogedor, claro y con la información necesaria; el saludo debe ser personalizado con el nombre del destinatario. El atractivo visual de los correos hace una gran diferencia, se deben incluir los logotipos de marca, colores y elementos visuales, para darle un aspecto más agradable. (Paradiso, 2016) Es importante en cada correo electrónico involucrar el contenido adecuado, tener presentes siempre los logos distintivos de la Agencia para mayor atracción y confiabilidad de los clientes e invitados.

Figura 4: *Promedio de Tasas de Apertura de Correos Electrónicos Según la Hora del Día*



Nota: La hora más apropiada y efectiva para el envío de correos electrónicos está entre las 10 y 12 de la mañana; al hacerlo en estas horas, se tendrá mayor seguridad de que la información será difundida y aceptada. Fuente (Paradiso, 2016)

¿Por qué elegir Mail Chimp?

Mail Chimp, es una de las herramientas más completas que se encuentran en la actualidad, además de ser efectiva, la mayoría de empresas optan por implementarla en sus actividades. Es una herramienta que permite interactuar fácilmente con otras redes sociales, aumentando la atracción del público y permitiendo que el contenido se vuelva masivo en poco tiempo. Además de esto, permite guardar las imágenes que deseen sin ningún costo, guardar campañas anteriores que pueden ser compartidas después con el público. Un factor importante para tener en cuenta de esta herramienta, es la seguridad de datos, nunca se filtrarán datos de las personas involucradas, para esto, trabajadores de Mail Chimp, se encuentran todo el tiempo teniendo un control de datos.

Capacitación para el uso de la herramienta Mail Chimp

Para la correcta implementación de la herramienta, es necesario realizar un curso de e-mail marketing y automatizaciones con Mail Chimp, al ser un tema nuevo en la ANH, cada uno de los miembros del equipo encargado de los eventos, deberá realizar el curso donde adquiera las habilidades para el correcto uso del Mail Chimp. En la capacitación se aprenderá a crear campañas exitosas de e-mail marketing, crear y diseñar boletines profesionales, crear bases de datos, las claves del marketing digital, medir y analizar los envíos de correos, crear formularios para los usuarios, crear bases de datos, diseñar las plantillas adecuadas, crear auto respondedores y crear estrategias de promoción y publicidad de las actividades en las que realizan las entidades. (Barbosa, 2020) Tiene un costo de 49,99 US\$, que incluye 3,5 horas de vídeo, seis artículos, acceso ilimitado, acceso en cualquier dispositivo y una certificación final. Además de esto, se obtendrá un bonus, el cual se basa en la nueva funcionalidad Marketing Automation, en la que se aprende a crear emails de bienvenida, regalar contenido de valor (e-book, blogs, libros), capturar correos usando la página web, se realizará un análisis del porcentaje de usuarios que abren los correos, dónde hacen clic y cuantas veces lo realizan. (Barbosa, 2020)

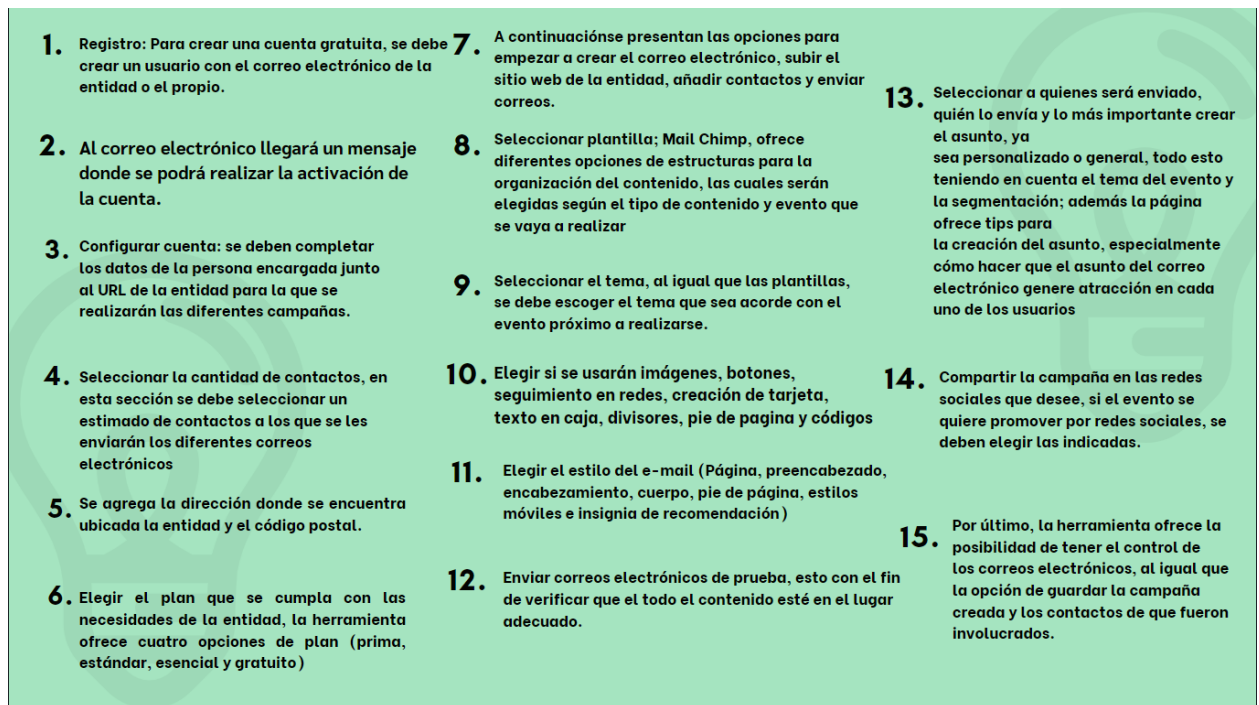
Otra posible opción de capacitación podría ser la Introducción al e-mail marketing con Mail Chimp, esta capacitación cuenta con 26 lecciones, 40 recursos adicionales (21 archivos), cuatro idiomas disponibles (español, inglés, alemán, portugués), acceso ilimitado, por un costo de \$130.000. La capacitación incluye los siguientes temas: Introducción al E-mail marketing y Mail Chimp, base de datos de suscriptores, creación y envío de campañas, análisis de resultados, planificación del e-mail marketing y proyecto final. La modalidad es online y en el tiempo que la persona desee; dentro de los requisitos está tener una cuenta gratuita de Mail Chimp. (Bermejo, 2020) Es claro que la opción que se elija, dejará ingeniosos conocimientos y creará grandiosas habilidades a la hora de crear el contenido y el diseño de cada uno de los boletines, campañas o

ilustraciones para la promoción de los eventos en la ANH. El tema del manejo de las bases de datos, será de gran ayuda, ya que, como se dijo al principio solo dos personas estaban encargadas de la actualización de estas, con los conocimientos y técnicas adquiridas, se tendrá un mejor manejo de los datos y un mayor control gracias a los formularios que serán creados para la colección de estos.

Esta capacitación se hará únicamente para los 10 miembros del equipo de Promoción de Áreas, que son los encargados del manejo de los eventos en la ANH; para el manejo de la herramienta se necesitará el buen nivel de inglés, lo que no será un problema ya que cada uno de ellos cuenta con el buen manejo del idioma, debido a las relaciones que tiene la ANH con clientes y usuarios extranjeros. Para cubrir los costos de la capacitación se pueden evaluar las dos opciones, que la Agencia se encargue del pago o que cada persona decida tomar el curso por aparte, por otra parte, lo ideal sería disponer un día laboral para la realización de esta, con el fin de que, al finalizar, se concluya y se realicen los aportes necesarios que fueron adquiridos en la realización de esta y su correcta implementación.

Entre los principales objetivos de la ANH se encuentra el conocimiento del potencial hidrocarburífero, promoción de la inversión y seguimiento en los contratos de hidrocarburos. (ANH, 2019) En el contenido de cada uno de los correos electrónicos, se deberán escoger las plantillas, diseños, textos e imágenes que correspondan a cada uno de los temas mencionados anteriormente; que cuenten con signos distintivos de las entidades promotoras e invitadas.

Figura 5: *Pasos para la creación de una cuenta en la herramienta Mail Chimp*

- 
- The infographic is a light green rectangular box containing 15 numbered steps for creating an email campaign in Mail Chimp. The steps are arranged in a grid-like fashion, with some steps spanning two columns. A faint background image of a person's head and shoulders is visible on the right side of the box.
1. Registro: Para crear una cuenta gratuita, se debe crear un usuario con el correo electrónico de la entidad o el propio.
 2. Al correo electrónico llegará un mensaje donde se podrá realizar la activación de la cuenta.
 3. Configurar cuenta: se deben completar los datos de la persona encargada junto al URL de la entidad para la que se realizarán las diferentes campañas.
 4. Seleccionar la cantidad de contactos, en esta sección se debe seleccionar un estimado de contactos a los que se les enviarán los diferentes correos electrónicos
 5. Se agrega la dirección donde se encuentra ubicada la entidad y el código postal.
 6. Elegir el plan que se cumpla con las necesidades de la entidad, la herramienta ofrece cuatro opciones de plan (prima, estándar, esencial y gratuito)
 7. A continuación se presentan las opciones para empezar a crear el correo electrónico, subir el sitio web de la entidad, añadir contactos y enviar correos.
 8. Seleccionar plantilla; Mail Chimp, ofrece diferentes opciones de estructuras para la organización del contenido, las cuales serán elegidas según el tipo de contenido y evento que se vaya a realizar
 9. Seleccionar el tema, al igual que las plantillas, se debe escoger el tema que sea acorde con el evento próximo a realizarse.
 10. Elegir si se usarán imágenes, botones, seguimiento en redes, creación de tarjeta, texto en caja, divisores, pie de página y códigos
 11. Elegir el estilo del e-mail (Página, preencabezado, encabezamiento, cuerpo, pie de página, estilos móviles e insignia de recomendación)
 12. Enviar correos electrónicos de prueba, esto con el fin de verificar que el todo el contenido esté en el lugar adecuado.
 13. Seleccionar a quienes será enviado, quién lo envía y lo más importante crear el asunto, ya sea personalizado o general, todo esto teniendo en cuenta el tema del evento y la segmentación; además la página ofrece tips para la creación del asunto, especialmente cómo hacer que el asunto del correo electrónico genere atracción en cada uno de los usuarios
 14. Compartir la campaña en las redes sociales que desee, si el evento se quiere promover por redes sociales, se deben elegir las indicadas.
 15. Por último, la herramienta ofrece la posibilidad de tener el control de los correos electrónicos, al igual que la opción de guardar la campaña creada y los contactos de que fueron involucrados.

Fuente: Elaborado por el autor. (Chimp, Mail Chimp, 2020)

Mail Chimp es una herramienta muy fácil de implementar en cualquier entidad, gracias a la gran cantidad de opciones, ventajas y herramientas que ofrece hará el proceso más fácil y contundente. La Agencia Nacional de Hidrocarburos tiene gran reconocimiento no solo nacional sino internacionalmente, debido a su gran representación del Estado Colombiano, debe destacarse siempre por sus procesos intactos, inteligentes, llamativos y bien estructurados, esta herramienta permitirá claramente, cumplir con las expectativas no solo de los miembros de la ANH sino de usuarios y gente externa.

Conclusiones

- Tomar la decisión de implementar **MAIL CHIMP** como herramienta estratégica para la mejora en la planeación de los eventos publicitarios en la Agencia Nacional de Hidrocarburos es una de las mejores opciones, no solo para obtener una mayor competitividad y éxito en la realización de los eventos, sino que también generará una mayor atracción de inversionistas nacionales e internacionales.
- En el caso específico de la ANH, no sería ideal implementar un CRM de administración de comunicación, debido a que este va más enfocado a las ventas, las cuales no son el objetivo principal de la ANH, sino la organización de eventos corporativos, por esta razón Mail Chimp, sería la herramienta más apropiada según las necesidades de la Agencia.
- Según los procesos mencionados en el artículo sobre el uso de la herramienta, se puede afirmar que Mail Chimp, realmente ofrece soluciones adecuadas a las fallas identificadas en el periodo de práctica en la ANH.
- Los usuarios, al poder completar formatos de inscripción, o llenar datos simples como nombre y teléfono, permitirán obtener una mayor optimización de tiempo, lo que significa que las bases de datos estarán actualizadas semanal o diariamente, dando solución a una de las principales fallas identificadas a la hora de realizar los diferentes eventos corporativos en la ANH.
- Gracias al posible uso de la herramienta de forma gratuita, se logró identificar y comprobar que la combinación de bases de datos se realiza de manera rápida y eficaz, permitiendo además mediante el uso de etiquetas, obtener resultados de usuarios específicos en corto tiempo.

- El email marketing gracias a un buen contenido, posibilitará un aumento de inversión extranjera y nacional, lo que se busca en la ANH es mantener la imagen de la entidad en una de las mejores posiciones, con la personalización de correos, se obtendrán mejores resultados.
- La elección, diseño y personalización del contenido que será enviado es de vital importancia para que los usuarios centren su atracción en estos y se pueda crear un mejor vínculo entre usuarios y Agencia. La herramienta en el transcurso del proceso de creación de las campañas mediante el email marketing, genera tips, los cuales harán el proceso de creación más fácil.
- Los resultados obtenidos de la herramienta, permitirán al equipo encargado de la ejecución de eventos, identificar y analizar las fallas de cada campaña publicitaria para realizar las correcciones necesarias y de esta manera mejorar o implementar nuevas estrategias, que aumenten la competitividad de la ANH a nivel nacional e internacional.
- La capacitación para el uso de la herramienta, creará nuevas habilidades en los diferentes miembros del equipo, fortalecerá el conocimiento y la toma de decisiones a la hora de crear estrategias, además de generar un mejor trabajo en equipo.
- Con las situaciones que se presencian en el mundo actualmente, es importante tener en cuenta que el uso del marketing digital, e-mail marketing y redes sociales, no puede faltar en una entidad, se le debe dar la utilidad completa, para facilitar procesos y tener una mejor interacción con los diferentes usuarios.
- La realización de la práctica empresarial en la Vicepresidencia de Asignación y Promoción de Áreas en la Agencia Nacional de Hidrocarburos, generó grandes habilidades y conocimientos en el manejo de acuerdos nacionales e internacionales,

estrategias de promoción y marketing, atracción de inversionistas extranjeros, promoción del sector hidrocarburífero en Colombia, entre otros. Además de obtener buenas relaciones con entes del estado y una gran formación profesional.

Bibliografía

Tim Ash, Maura Ginty, Rich Page. (20 de 03 de 2012). *Google Books*. Obtenido de Landing

Page Optimization:

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=pnL4JRg7z1cC&oi=fnd&pg=PP15&dq=landing+page&ots=XsOXqfCNij&sig=0typc744RNaJztN-IM3DaoQl6PE#v=onepage&q=landing%20page&f=false>

ANH. (07 de 2019). *Agencia Nacional de Hidrocarburos*. Obtenido de ANH:

<https://www.anh.gov.co/la-anh/sobre-la-anh/objetivos>

Barbosa, C. (02 de 01 de 2020). *Udemy*. Obtenido de Curso de Email Marketing y

Automatizaciones con Mail Chimp: https://www.udemy.com/course/curso-de-email-y-estrategias-de-marketing-con-mailchimp/?utm_source=adwords-learn&utm_medium=udemyads&utm_campaign=INTL-AW-PROS-ALL-SP-DSA-SP-SPA_.ci_.sl_SPA_.vi_ALL_.sd_All_.la_SP_.&utm_content=deal4584&utm_term=_.ag_

Bermejo, N. T. (20 de 01 de 2020). *Domestika*. Obtenido de Introducción al E-mail marketing

con Mail Chimp: <https://www.domestika.org/es/courses/139-introduccion-al-e-mail-marketing-con-mailchimp>

Brown, B. C. (2007). *Google Books*. Obtenido de The Complete Guide To E-mail Marketing:

How to create successful, Spam free campaigns to reach your target audience and increase sales:

<https://books.google.com.co/books?id=qZpIAQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=el+c>

correo+electr%C3%B3nico+marketing+pdf&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjYzduDp87pAhWid98KHTsqBsc4PBDoAQhtMAc#v=onepage&q&f=false

Chimp, M. (2020). *Mail Chimp*. Obtenido de Creación de Campaña:

https://us17.admin.mailchimp.com/campaigns/wizard/neapolitan?id=5058197redesign?id=1068085&group=&group_bit=

Groves, E. (04 de Agosto de 2019). *The Constant Contact Guide to Email Marketing*. Obtenido de

https://books.google.com.co/books?id=QW9_X5y5WoMC&pg=PA44&dq=el+correo+electr%C3%B3nico+marketing+pdf&source=gbs_toc_r&cad=3#v=onepage&q=el%20correo%20electr%C3%B3nico%20marketing%20pdf&f=false

InboundCycle. (28 de 03 de 2017). *INBOUNDCYCLE*. Obtenido de

<https://www.inboundcycle.com/inbound-marketing-vs-outbound-marketing>

Jeanniey Mullen, D. D. (2009). *Google Books - SYBEX*. Obtenido de Email Marketing An Hour Day:

https://books.google.com.co/books?id=e1NNTLwY_BkC&printsec=frontcover&dq=correo+electr%C3%B3nico%2Bmarketing%2Bemail%2Bpreview&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwiKi7XCqs7pAhXJnOAKHQsRA84HhDoAQiGATAJ#v=onepage&q&f=false

Jenkins, S. (2009). *Google Books*. Obtenido de The Truth About Email Marketing:

<https://books.google.com.co/books?id=0SIyOq9qu68C&printsec=frontcover&dq=correo+electr%C3%B3nico+marketing+pdf&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjQw6Tvp87pAhWHm-AKHUu7AyE4WhDoAQhgMAc#v=onepage&q&f=false>

MarketLocation. (2019). *MarketLocation*. Obtenido de <https://www.marketlocation.co.uk/our-services/b2b-email-marketing/email-design-templates/>

Navarro, J. L. (2016). *Google Books - IT Campus Academy*. Obtenido de La Guía Práctica de Email Marketing:
<https://books.google.com.co/books?id=uux8CwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=correo+electr%C3%B3nico%2Bmarketing%2Bemail%2Bpreview&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwiGr6rHqM7pAhUCWN8KHepHBmIQ6AEIezAI#v=onepage&q&f=false>

Navdeep S. Sahni, S. C. (2018). *Personalization in Email Marketing: The Role of Noninformative Advertising Content*. Obtenido de Marketing Science - Mail attachment:
https://mail-attachment.googleusercontent.com/attachment/u/0/?ui=2&ik=d4951e9692&attid=0.1&permmsgid=msg-f:1667643829313803893&th=1724a93a2a1f1675&view=att&disp=inline&sadbat=ANGjdJ8wCd7HeobgjDZWJQKHpeA9PNDhPvbog_rfiu3g8qz69fZwEFm7a4Zhyodi8FwdkCfrIB_DTm2

NEWS, A. (2017). *Acrelia News*. Obtenido de Email Marketing y Redes Sociales:
https://www.acrelianews.com/down/email_marketing_redes_sociales_es.pdf

NEWS, A. (2018). *ACRELIA NEWS*. Obtenido de
https://www.acrelianews.com/down/estadisticas_email_marketing_es.pdf

Paradiso, C. (14 de Marzo de 2016). *EDS-CRAI* . Obtenido de Email Marketing for the Independent Insurance Agence: <https://eds-b-ebsohost-com.crai->

ustadigital.usantotomas.edu.co/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=11&sid=690dc1d0-4f25-4845-ac70-657aad1dadcf%40sessionmgr4006

Peñalver, I. S. (2017). *Interactive Advertising Bureau Spain*. Obtenido de Guía Práctica de Email Marketing: <https://winred.es/biblioteca/libroblancoemailmarketing.pdf>

Ramos, J. J. (2016). *E-book XinXii*. Obtenido de Email marketing - Guía Práctica: https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=k_eBCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=email+marketing+&ots=qs5nMIMUPI&sig=smxapt8k50_9rN-5Vu52PubKJ-Q#v=onepage&q=email%20marketing&f=false

Salehi, M. (Enero de 2012). *HR MARS*. Obtenido de Dissimilarity of E-marketing VS traditional marketing: https://pdfs.semanticscholar.org/fc4c/9e617672e588ab49881034cd7448f79ac092.pdf?_ga=2.191468522.1937133344.1590471563-1007537376.1590471563

Santos, D. (03 de 04 de 2020). *HubsPot*. Obtenido de Marketing - Call to Action : <https://blog.hubspot.es/marketing/call-to-action-ejemplos>

Selman, H. (2017). *Google Books*. Obtenido de Marketing Digital: <https://books.google.com.co/books?id=kR3EDgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=el+c correo+electr%C3%B3nico+marketing+pdf&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjnwKPepc7pAhXnUN8KHSoeC1E4ChDoAQhEMAM#v=onepage&q&f=false>

Serrano, G. P. (11 de 2007). *ACADEMIA*. Obtenido de Desafíos de la Investigación Cualitativa: https://www.academia.edu/6457324/DESAF%C3%8DOS_DE_LA_INVESTIGACI%C3%93N_CUALITATIVA

Tomás, D. (2017). *Dossier - Harvard Deusto*. Obtenido de Email Marketing - Comunicación con el usuario directa y segmentada: <https://mail-attachment.googleusercontent.com/attachment/u/0/?ui=2&ik=d4951e9692&attid=0.2&permmsgid=msg-f:1667643829313803893&th=1724a93a2a1f1675&view=att&disp=inline&sadbat=ANGjdJ9BCAHirb4m5xva96KpxzDSi3s7fg9oVraj-z198Tu8cnuJLb7HZfyJSCBvI-kr4Yw6ObRRQL>

Valdimar Sigurdsson, H. H. (18 de Mayo de 2015). *Ephost - EBSCO*. Obtenido de Operant Behavioral Economics for E-mail Marketing: An Experiment Based on the Behavioral Perspective Model Testing the Effectiveness of Motivational Operation, Utilitarian and Informational Stimuli: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=121978864&lang=es&site=ehost-live&scope=site>

Vasudevan, R. (01 de 03 de 2013). *Revista de Investigación Contemporánea en Gestión*. Obtenido de <https://www.psgjcrm.com/journals/index.php/jcrm/article/view/115>

Villa, A. M. (2018). *Google Books - Campus Academy*. Obtenido de Email Marketing: <https://books.google.com.co/books?id=endUDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=correo+electr%C3%B3nico%2Bmarketing%2Bemail%2Bpreview&hl=en&sa=X&ved=0ahUKewjSy5WGqs7pAhXqkOAKHa-fAo84ChDoAQhkMAY#v=onepage&q&f=false>