

Los correos electrónicos tienen nuevos horarios

Por Claudia Loaiza

Presidenta de LC Loaiza Comunicaciones



Durante mucho tiempo se ha debatido sobre cuál es el mejor horario para escribir un correo electrónico, lo cual puede variar según el contexto, el destinatario y el respeto al receptor.

Una de las premisas que conocemos es más usual enviar correos electrónicos durante las horas laborales estándar, es decir, de lunes a viernes entre las 9 am y las 5 pm. Esto asegura que el correo sea visto y leído cuando el destinatario está en su horario de trabajo. Evitando dos días que suelen tener sus propias limitaciones como son los lunes por la mañana —los más ocupados para ponernos al día con los asuntos pendientes y la planificación semanal—, y los viernes por la tarde —también congestionados por el cierre de tareas de la semana y el poco tiempo para atender nuevos temas—.

Esta normalidad ahora ya no se aplica tanto, según un reciente estudio publicado por Axios que investigó el

mejor momento para enviar un correo electrónico interno a fin de impulsar la participación de los empleados.

La empresa analizó las tasas de apertura promedio de 8,7 millones de envíos de correo electrónico en 215 organizaciones diferentes entre enero de 2022 y marzo de 2023, teniendo como resultado la siguiente data clave:

- El 70% de los empleados prefirió que su empleador enviara actualizaciones internas vitales por correo electrónico.
- Los mejores días para enviar un correo electrónico fueron el domingo (tasa de apertura del 54 %) y el lunes (54 %).
- El martes (52%) y el miércoles (52%) tuvieron las siguientes tasas de apertura más altas. El sábado (31%) tuvo la tasa de apertura más baja.
- Los correos electrónicos internos que se enviaron entre las 3 am y las 6 am tuvieron la tasa de apertura

más alta (70 %), debido al hecho de que se encuentran en la parte superior de la bandeja de entrada de un empleado al comienzo de la jornada laboral.

- De 12 am a 3 am fue el siguiente mejor momento, con una tasa de apertura del 65%.

Con estos resultados podríamos continuar el debate para analizar la efectividad real en las empresas. Aun cuando este tipo de estudios nos ayudan para ser más productivos, también cruzan el límite del respeto hacia el colaborador, que en los horarios no laborales es poco frecuente que revise el correo de la empresa, sobre todo en el caso de las nuevas generaciones.

Ahora nos queda analizar la prueba y observación de estos nuevos horarios, a fin de identificar qué tipo de colaboradores o contactos suelen responder con rapidez, o cuándo parece que están más receptivos. Esto nos ayudará para adaptarlos o no a los hábitos empresariales.



DATO

El email existe desde hace décadas y sigue siendo muy popular en la comunicación empresarial y personal, junto con los servicios de mensajería de texto y voz. Su lectura en los dispositivos móviles es más frecuente que en las computadoras. El primer mensaje enviado de una red a otra fue en 1971, en manos del programador estadounidense Ray Tomlinson.



La forma correcta de escribir un correo profesional



La regla de oro es cuidar la ortografía y la gramática.



Un texto bien escrito demuestra que la persona es capaz de hilar ideas de forma coherente.



Usar una sola fuente, Calibri o Arial. Jamás use Comic Sans.



No escriba con mayúsculas: es sinónimo de gritar o demandar.



Asegure que envía al destinatario correcto.



Nunca envíe un correo sin un asunto o subject. Titule de acuerdo con el contenido.



Evite que su rúbrica en el correo de trabajo tenga personajes animados, colores estrambóticos o frases inspiracionales. A menos que sea el lema de la empresa.



Siempre salude al inicio y despídase al cierre.



LA AUTORA

Claudia Loaiza Guerra es periodista especializada en RR.PP. con un Máster en Periodismo Digital y Comunicación en la Universidad Autónoma de Barcelona, España. Con más de veinte años de experiencia, ha trabajado en el campo de las Relaciones Públicas y la prensa. Dirige LC Loaiza Comunicaciones, una consultora de RR.PP. que promueve la comunicación integral en las organizaciones. Es capacitadora en Media Training y docente en Comunicación y Medios.

Redes TW-LI: Claudia Loaiza | Web: www.loaizacomunicaciones.com