

Asociación Mexicana de Turismo Educativo AMTE

Reunión de consejo Extendido

Zoom

03 de abril de 2020

Minuta de la reunión Consejo extendido- AMTE

Viernes 03 de abril de 2020: 16:00.

En la reunión estuvieron presentes: William Herrera, Presidente Interino; Tannia Domenzain, Secretaria General; Manuel Camacho, Tesorero; Pauline Bercon, Coordinadora General; Arturo Rodríguez y Rosalba Herrera de Assist Card; Gregorio Neto de Book&Learn; Nicole Beteta de Edupass; Jorge Rojas de EduTravel World, Laura Sogliani de GISMA; Luis del Valle y Renan Herrera de Estudiantes Embajadores; Alejandro Camacho de MC LINK Travel; Cesar y Keyla Conde de Dribaly; Perla Payan y Benigno Alfaro de Gled; Edgar Sánchez de Austrade; Fany López de Study Fuera; Antonio Mendoza y Mauricio Espinosa de Mundo Joven; Joshua Tripp de Tripp Stories; Lillian Garcia de Nacel; Luz de María León de TK Tours; Michelle Silva de Kings Education; Silvia Stieffermann de DAAD, Lionel de Enjoy Languages y David Méndez de Emigra a Canadá.

William: Esta semana, el consejo estuvo hablando con los proveedores, las escuelas y las embajadas, muchas gracias a todos los que participaron en estas juntas porque dio un panorama muy claro en cada uno de los sectores de AMTE de como están viviendo esta crisis y como la industria podría reaccionar de una mejor manera. Los intereses de las agencias y escuelas son diferentes, pero vale la pena hacer frente común.

El objetivo de esta reunión es compartir con los miembros lo que se platicó esta semana, el principal aprendizaje es que hay mucha incertidumbre, nadie puede decir que va a pasar, todos quieren recibir a estudiantes en el verano, pero nadie puede asegurarlo. Alemania está cerrada hasta el 30 de abril oficialmente y Canadá hasta el 30 de junio pero no saben que va a pasar el 1 de junio. ¿Van a abrir las fronteras directamente o van a hacerlo en forma paulatina o van a pedir exámenes médicos o van a estar en cuarentena? Como industria, hay que tratar de ser el canal de comunicación de información fidedigna en todos los niveles, de las agencias hacia las escuelas, de las escuelas hacia los agentes y de las agencias hacia las embajadas. Se pide a todos que manden información a Pauline para que la pueda compartir con los miembros, eso para evitar rumores. Todos tienen estudiantes registrados para el verano y hay que dar una fecha en común a los estudiantes para definir si se va a hacer el verano o no, así se puede ganar tiempo.

El 31 de mayo, se podría dar una visión oficial de lo que a pasar para el verano, nos da un poquito de tiempo para desarrollar una estrategia para los que cancelan y para los que no cancelan. Con los proveedores, se va a hacer una comunicación de las promociones específicas que tienen para las agencias AMTE.

El consejo quiere invitar a más agencias a que se sumen a AMTE. No hará ningún shortcuts, tendrán que seguir el mismo proceso de incorporación y los requisitos serán los mismos, la única diferencia es que no van a exigir un pago, pero van a tener que participar en la próxima AG, el segundo semestre de este año y que para el 2021, van a ser miembros pagando la cuota.

Todos estamos buscando como economizar o como reducir su flujo, el consejo no quiere que la razón por no participar en AMTE sea la falta de recursos. Hay 80 agencias registradas en México en las cuales solo hay 15 registradas en AMTE. Si AMTE cuenta con 50 agencias, se puede hacer una estrategia mucho más grande.

Se busca también sumar a espacios con otras asociaciones de turismo, por ejemplo, algunos se pusieron en contacto con la Secretaría de Turismo buscando apoyo, fuente de financiamiento... Si la asociación se alía con agencias de viaje, se puede hacer mucho más ruido y conseguir más beneficios.

Se compartirá toda la información que se platica con cada empresa de AMTE. Todos están en el survival mode y la asociación puede compartir lo que cada empresa está haciendo. Así AMTE será el canal de comunicación para compartir las mejores prácticas, cada quien podría tener un respaldo diciendo que sus decisiones están conformes a las que están tomando la industria; todos los miembros quieren saber que están haciendo los demás.

AMTE hará un documento compilando las mejores practicas con información confidencial. No hay que entrar en una lucha entre escuelas y agencias (promociones, comisiones) sino hacer un frente común.

William está negociando con la empresa que hizo la campaña digital AMTE e ir de la mano con las agencias de turismo para transmitir el mensaje diciendo: "No cancelen, pospongan". Es importante sacar esta información.

La junta con las embajadas fue muy útil, son muy empáticas con la situación que las agencias y escuelas están enfrentando. En todos los países, hay mucha incertidumbre, aquí hay que fortalecerse y prepararse para que, cuando se acabe esta situación, estar listos y salir mucho más fuertes como empresas individuales y como asociación.

Esta semana el consejo estuvo muy ocupado con todas las juntas, pero la semana próxima se hará llegar más información a los miembros.

Se está haciendo una lista de las escuelas que ya anunciaron que cerrar, temporalmente todas están cerradas, pero hay algunas que han dicho oficialmente que van a cerrar definitivamente o hasta mayo, hay que compartir esta información para que AMTE sea el centro de información oficial.

Luz: Además de las escuelas cerradas en la lista, se están colocando los programas cancelados para el verano.

William: Hay que checar si se puede subir la lista en la página web. Hay que comunicar también los programas que siguen abiertos.

Tannia: Ha sido una semana muy intensa en cuanto a AMTE, fue muy enriquecedor escuchar a cada empresa. Se solicita el apoyo de todos e invitamos a que compartan ideas para enfrentar esta crisis de la mejor manera posible.

Manuel: ¡Bienvenidos a Dribaly, primer afiliado de AMTE! Considero crucial mencionar que hay un real esfuerzo para sumar a nuevos miembros para sumar fuerza y voces a la asociación. Gracias al equipo de Assist Card que a recomendaron a 30 agencias a que se sumen a AMTE.

El board está buscando pausar algunos pagos, la asociación necesita subsistir, hay un recorte de gastos que ya se platicó en el board como la renta de oficina WeWork o el sueldo de Pauline, el consejo intentará tener estos canales de comunicación más constantes y se ha dedicado mucho tiempo en estas juntas.

Rosalba, Assist Card: He tenido contacto con las agencias que recibieron el correo electrónico recomendando que se sumaran a AMTE. Algunos contestaron que no querían sumarse porque no querían comprometerse en participar en la Asamblea General o no ser miembro el año próximo. Comentaron que no saben con cuantos ingresos van a contar el año próximo y no quieren hacer un compromiso de ante mano sin saber que a pasar.

William: No me gustaría que la razón por no estar en AMTE sea monetaria. Todo el mundo quiere que la Asamblea General sea este año en otoño porque ya hay dinero comprometido, pero nadie sabe. Todos están el mismo caso, pagar AMTE y la AG va a ser un esfuerzo para todos. El mensaje es que se acerquen y

que platiquen con AMTE, que no lo vean como un gasto sino como una inversión que van a hacer para el futuro cercano. Los beneficios que se les puede ofrecer con AMTE son mayores de lo que cuesta.

Manuel: Es importante que la asociación no suma miembros por sumar miembros. Si estas empresas están externando una situación en la cual no pueden cumplir con un compromiso, eso es un foco de atención. Hay que evaluar si vale la pena que participen. Hay que platicarlo con ellas directamente.

Rosalba: Hay muchas agencias que no conocían a la asociación en sí, no hay la capacidad o intención, pero la invitación queda abierta al futuro.

William: Si claro, no hay límite. Si quieren sumarse el año próximo, pueden hacerlo. Reforzando lo que dijeron Tannia y Manuel, yo por el momento soy el presidente interino, pero se esta manejando la situación como Consejo Directivo. La asociación la hacen todos, entonces favor de compartir ideas, recomendaciones para que las platiquen y las lleven a cabo en conjunto. La semana del 13 de abril, el consejo mandará un par de comunicados. Algo que salió durante la junta con las agencias, un distrito escolar de Canadá quiere cambiar la forma de pagar las comisiones y eso les afecta muchísimo, se quieren hacer un frente en donde cada agencia mande una carta quejándose y después como AMTE y mandar una carta apoyando a todos los miembros, ofrecer el apoyo de la asociación a todos los miembros.

Edgar, Austrade: El lunes pasado, hubo un webinar por parte de la embajada de Australia, compartirá la presentación con la red AMTE. Es vital estar en comunicación con las agencias y escuelas en estos momentos, agradezco mucho a las embajadas que se conectaron esta semana.

Michelle, Kings Education: Todos estamos en el mismo barco, primero todas las escuelas están a la par de las agencias, se están haciendo capacitaciones, webinars, entrenamientos... Muchas escuelas están haciendo descuentos o descuentos adicionales y todos los programas están en modo online. La mayoría de los estudiantes de high school tuvieron que regresar a México, pero muchos estudiantes de Kings se quedaron, me gustaría escuchar la opinión de las agencias acerca de las clases online como producto y como se sienten?. Se tienen un grupo con otras escuelas de México, pero no saben como las agencias están viendo los programas online.

Renan, Estudiantes Embajadores: Es una solución que las escuelas han tenido sin embargo esta solución no cumple con la misma calidad y experiencia que podían tener con los otros programas, si el estudiante ve su clase desde su cama, en su cuarto no es lo mismo, además lamentablemente el mexicano no tiene la cultura de una autorregulación para seguir una educación online. Todas las escuelas han salido con su solución en línea y empujan a los estudiantes a empezar su clase online y esto está muy bien.

Cada escuela salió con una plataforma completamente distinta, algunas tienen clases en vivo, otras son videos, no pueden esperar que la experiencia online sea la misma experiencia que tendrían en un salón de clases en una escuela en el extranjero. La otra cuestión que están viendo es la calidad del producto online, en algunos casos, la solución es muy por debajo que lo que esperaban. Entendemos que es una solución temporal y que se puede volver una estrategia y arma de venta para el futuro incluso, hay muchos recursos en línea que pueden ser más baratos.

William: Le gustaría hacer como AMTE una encuesta y compartirla con los miembros. No es la única escuela que les ha preguntando eso, ciertamente las escuelas han hecho un gran esfuerzo para atender esta situación, pero hay muchas soluciones muy diferentes y como lo han abordado (costos, tipo de contenido...). Se puede armar una encuesta junto con las escuelas.

Michelle: Hay una carta que salió en Study Travel de varias escuelas hacía agentes explicando la situación. Se la puede compartir.

César, Dribaly: Estamos más que dispuestos para apoyar la asociación en esta situación e intentando generar ideas que podrían compartir con el consejo más adelante como agencia, no quisimos hacer una gran difusión acerca de las ofertas en línea que la mayoría de las escuelas proponen por una razón muy simple, empezaron a recibir correos electrónicos de una gran cantidad de escuelas y notamos una disparidad en los costos, había escuelas con precios sumamente baratos y otras escuelas que mantenían sus costos como si el estudiante estuviera al extranjero, manteniendo la comisión para la agencia de la misma manera, pero no había un punto que regulara ese precio y nos pareció un poco delicado por la percepción del cliente de vender por vender, no quisimos poner el riesgo la percepción de la marca.

William: Vale la pena armar una encuesta junto con Michelle: Que es lo que quieren saber en términos de calidad, si las agencias quieren que sea un producto/un producto substitutional/temporal/permanente...

Nicole, Edupass: El tema de los descuentos que están haciendo las escuelas ha sido una oportunidad para hacer los viajes educativos más atractivos. Hay que dar certeza al cliente y a los papás que van a poder usar el descuento cuando la crisis va a pasar. Como dijiste William, no se sabe cuando va a pasar, pero va a pasar y hay que estar preparados. Estamos haciendo campañas bien concretas con cada agencia ofreciendo un financiamiento atractivo. Decimos que la promoción que estamos ofreciendo se va a acabar, como lo que está sucediendo y que aprovechen ahora porque esta promoción no va a seguir. Es una estrategia que podrían hacer al nivel AMTE. Las escuelas pudieran unirse a los proveedores y hacer un descuento parejo y dar certeza que los estudiantes van a poder viajar y seguir las clases de manera presencial.

Estamos aquí para apoyar escuelas y agencias haciendo estrategias en conjunto. Ahorita, más que nunca, hay que ser muy creativos para enfrentar esta situación no tan favorable. Hay que comunicar de manera positiva para tranquilizar a los clientes y decirlos "Aparta tu lugar porque este descuento se va a acabar". "La escuela no puede mantener este descuento para siempre".

Jorge, EduTravel World: Lo más importante en estos días es el poder compartir información sobre lo que cada uno está haciendo. Cada día la situación es diferente, me encantaría pasar información sobre la estrategia que está desarrollando Edutravel para sobrevivir y conocer la estrategia de los demás. Es el momento para darse consejos y compartir estrategias, son competidores, pero también amigos, aunque sean 80 agencias en el país, México tiene capacidad para tener 500 agencias como otros países. Propongo un Google drive para que cada quien pueda exponer su estrategia y tener una reunión con cada uno interesado en compartir. Veo muy difícil que se vayan a abrir las escuelas en verano además de que no va a haber clases en mayo para los alumnos mexicanos y se tiene que esperar otros 18 meses para tener programas de verano.

William: Para que los miembros no se sienten evidenciados, AMTE compartirá la información de manera confidencial. Juntos pueden sobrevivir más.

Benigno, Gled: Es sumamente importante compartir mejores prácticas que les ayuden a sacar adelante esta situación muy compleja, por parte de Gled estamos pasando por semanas o meses con muy pocas ventas. Hemos definido una estrategia muy concreta y nos mantenemos con lo mínimo indispensable para seguir operando, pero estamos viendo que será difícil tener al verano. Algunas escuelas ya empezaron a comunicar sus fechas de apertura. Es una proyección sin haber pasado por los momentos más críticos en varios países, seguramente, va a seguir alargándose las fechas y consideramos que 2 o 3 meses sin ventas no es lo mismo que considerar 5 o 6 meses sin ventas, hay que tomarlo en cuenta para la reducción de costos. Con las oficinas de México, decidieron hacer un plan a 6 meses sin tener ingresos previstos.

William: La Secretaría de Educación no ha dicho oficialmente, pero en México se va a perder un año. Los estudiantes no van a regresar antes de septiembre. Lo peor que podría pasar es que las escuelas no empiezan a recibir antes de enero.

Benigno: Estaría bien que se abra el extranjero, eso les beneficiaría bastante, sin embargo, tuvimos una reunión con Kaplan y el director de operación al nivel mundial, piensa que se podría abrir en julio, pero no es el caso. Si las escuelas están cerradas aquí pero que las escuelas al extranjero están abiertas, les podría beneficiar porque los estudiantes podrían tener ganas de ir al extranjero aún más que antes.

Tannia: Si se abren en el extranjero, que tanto en ellos les va a jugar en contra. Tal vez no van a dejar entrar a los estudiantes mexicanos.

William: Vamos a tener más interacción el próximo mes. Estamos todos de acuerdo en compartir información y hacer frente común. Hay que seguir en esta comunicación. Recibirán pronto la minuta de esta reunión

Manuel: Les invita a que los miembros entren en la página para poder encontrar información sobre el COVID-19 así como las minutas. Recomienda estar al pendiente de otras reuniones.

Luz: En Tk Tours estamos haciendo invitaciones a otras escuelas a participar en AMTE.