

Asociación Mexicana de Turismo Educativo AMTE Consejo Extendido y miembros de AMTE Ciudad de México.

Minuta de la reunión del Consejo abierta - AMTE

Miércoles 21 de agosto de 2019; 16:00 horas.

En la reunión estuvieron presentes: Mauricio Espinosa, presidente; William Herrera, vicepresidente, Manuel Camacho, Tesorero; Tannia Domenzain, Secretaria General; Joshua Tripp, presidente del Consejo Consultivo; Pauline Bercon, Coordinadora General y Michelle Silva; representante de las escuelas. Esa reunión fue la primera reunión abierta a todos los miembros. Asistieron a la reunión: Han Steen de Universo Educativo, Rosalba Herrera de Assist Card, Ivonne San Vicente de EC English, Luz de Maria León de TK Tours, David Méndez y Liz Díaz de Emigra a Canadá, Antonio Mendoza de Mundo Joven, Loïc Malsch de Study Fuera, Martha Sánchez de US Comercial Service, Perla Payan de Gled y Ismael Santana Benítez de MC Link.

- **Anuncio de la agenda 2019 – julio 2020**

Muchos miembros expresaron la necesidad de planear con antelación los eventos AMTE. Eso con el fin de anticipar su participación y limitar los gastos en boletos de avión comprados a último minuto, por los miembros que asisten de otros estados.

Propusimos la siguiente agenda:

- ▶ **15 de octubre de 2019:** Reunión de consejo
- ▶ **22 de noviembre de 2019:** Evento de fin de año, patrocinado por Edupass
- ▶ **21 de enero de 2020:** Reunión de consejo
- ▶ **12 de marzo de 2020 o justo antes de la AG:** Evento de educación internacional
- ▶ **1,2, 3 de abril 2020:** Asamblea General, Oaxaca
- ▶ **1 de julio de 2020:** Reunión de consejo

La agenda fue aprobada por todos. Se decidió que el evento de educación internacional tendría lugar en marzo. Prolongar la Asamblea General de un día les parecía complicado y la mayoría sugirieron de organizar la primera edición en CDMX. Atraer al gobierno en Oaxaca o León sería más difícil.

Oficinas para AMTE

Hoy en día, el domicilio fiscal de AMTE no coincide con el de la asociación a algún miembro. La dirección que aparece en la página web no existe. Pauline se puso en contacto con varias empresas ofreciendo oficinas de Co-workings. Ella comparó los precios y servicios de WeWork, Regus, Público y Cubic Idea. Todos estuvieron a favor de invertir una parte del presupuesto de AMTE en oficinas. Por motivos fiscales y legales, no se puede seguir sin domicilio fiscal. Además, eso evitaría de buscar y pagar un lugar para cada reunión de consejo y eso volverá la asociación más tangible y facilitaría el almacenamiento de los documentos y el material perteneciente a AMTE. Los precios son similares, el board votó a favor de WeWork porque ofrece salas de junta grandes y la posibilidad de trabajar desde cualquier WeWork en México y el mundo. Además, a pesar de la salida de EduLinks, EMSA y recientemente de Eduhup, el presupuesto va creciendo puesto que 5 instituciones expresaron su voluntad de sumarse a AMTE.

Para tener su domicilio fiscal registrado en WeWork, AMTE deberá pagar una cuota de 1.000 pesos masivo al mes adicional y tener una oficina privada. Sin embargo, como Asociación Civil, AMTE beneficiará de un descuento de un 15% y de un mes gratis gracias a Tripp Stories que ya tiene oficinas en WeWork y refería a AMTE. El costo de una oficina privada en el WeWork de Varsovia es de 7.100 pesos al mes.

Pauline checará los espacios de Impact Hub esa semana y una decisión final será tomada antes del fin de semana.

Estadísticas 2018

Hoy en día, cada agencia miembro de AMTE ha cargado sus estadísticas. Solo faltan las estadísticas de Gled. Gled que la falta de confianza y transparencia fue la razón por no haber subido sus estadísticas. Perla asistió a esta reunión para regenerar confianza y dijo que solo el tiempo podría arreglar este sentimiento de desconfianza que tienen hacia AMTE. Todos los miembros consideran esa tarea como una obligación y un requisito. Opinaron que AMTE no podía permitir que uno de sus miembros no suba sus estadísticas, por razones de equidad con los demás que hicieron el esfuerzo de hacerlo y porque esa información es indispensable para tener una métrica confiable de la industria. Mauricio agregó, que como lo indican los estatutos, si un miembro se niega a subir esa información, pierde sus derechos en el seno de la Asociación. En el caso de que una situación similar surja nuevamente, Manuel sugirió mandar un correo oficial para informar los miembros del consejo y organizar una reunión con el inconforme para solucionar el problema antes de que la situación degenere. Los miembros se enteraron sobre la voluntad de Gled, de llevar a cabo una queja formal detallando sus dudas durante la reunión con Pauline en Agosto del 2019 (Confianza, transparencia y comunicación.) AMTE nunca recibió la queja y la fecha de cargo de estadísticas ya venció. En ausencia de queja formal y escrita, el board de AMTE, con el apoyo de todos los miembros presentes, pidió a Gled de subir sus estadísticas antes del viernes 19 de octubre. Desafortunadamente, en el caso de que Gled se niegue a hacerlo, tendrían que renunciar a su membresía.

Mauricio aseguró que la plataforma de estadísticas es confidencial. Cada empresa tiene un usuario y una contraseña y solamente Pauline tiene acceso a la totalidad de la información.

Cada mes, AMTE paga \$4.000 pesos para el uso y la privacidad de la plataforma de estadísticas. La mayoría de los miembros consideran ese precio muy alto.

Loïc Malsch y William Herrera van a enviar nuevos contactos para crear una nueva plataforma con un precio más accesible. Tenemos hasta enero para encontrar nuevo proveedor.

Además, nos estarían cobrando más de 8.000 pesos para el cambio del parámetro de anual a semestral.

Mauricio detalló que ANEX (La asociación de Colombia) querría desarrollar una plataforma similar para toda la región. Puede ser una opción viable para AMTE y con un costo bajo, además serviría para tener estadísticas regionales.

Evento de fin de año, patrocinado por Edupass

El 22 de noviembre, organizaremos nuestro evento de fin de año, lo cual sería patrocinado por Edupass. El lugar todavía está por definirse. Nicole y Pauline están revisando las cotizaciones.

El evento se llevará a cabo el 22 de noviembre de las 5.30 a las 8.30 y será precedido de una reunión de consejo. Durante el evento, se discutirá de las actualidades de AMTE, las estadísticas 2018 y por supuesto de la próxima Asamblea General en Oaxaca.

Un "Save the Date" será enviado la semana próxima y más detalles seguirán en los días siguientes.

Esperamos de 60 a 70 personas.

Este evento es uno de los pocos eventos abierto a no asociados por lo que todos los prospectos son bienvenidos.

Evento de educación internacional

AMTE tiene la ambición de organizar un evento masivo de educación captando a todos los jugadores del mercado. Este evento no se dirigirá al público final sino a las escuelas, agencias, embajadas, el gobierno, proveedores, bancos y aerolíneas. Invitando a instituciones académicas queremos que AMTE sea percibida de manera más académica y no tan comercial.

Se propusieron dos fechas: el 12 de marzo o el 31 de marzo, un día antes de la AG 2020. Liberar la agenda para 4 días en abril parecía muy complicado entonces la fecha del 31 de marzo fue directamente rechazada. Además, algunos miembros dijeron que sería más fácil atraer al gobierno con un evento en la CDMX. Muchos miembros no habían escuchado del evento antes, William explicó que ese evento sería una oportunidad de abrir un espacio atrayendo: Escuelas, gobierno, agencias, proveedores...Nadie organiza este tipo de evento entonces eso representa una buena oportunidad para posicionarse como actor clave de la industria. Así, podríamos ser percibidos como un “think-tank”, como creadores de contenido con una red y alianzas fuertes. La primera edición debe de ser en la CDMX para atraer un mayor número de personas. Si es un éxito podríamos replicarlo en otra ciudad del país como León.

Mauricio y Pauline tuvieron una reunión con el representante del Poliforum, el centro de convención de León. Con el presupuesto del gobierno y las becas de Educafin, él quiere organizar un evento dirigido al público a través de AMTE. Les gustaría que el evento sea comercial que no corresponde exactamente a las expectativas de AMTE. Una alternativa que podemos explorar con Poliforum sería la organización de un evento con las agencias AMTE interesadas, coordinado por AMTE.

Antes de definir el lugar y la fecha, debemos definir el objetivo, el formato y el tamaño del evento. No podremos usar la posibilidad de generar ventas y captar a nuevos clientes para atraer personas y promover el evento. Han Steen insistió en la importancia de tener “speakers” atractivos. Un formato de mesas redondas o paneles de discusión podría ser un formato adecuado.

Martha Sanchez, quién tiene experiencia en la organización de eventos dijo que le parecía muy complicado organizar un evento porque el 12 de marzo es a la vuelta. En 5 meses, deberíamos encontrar el lugar, el formato, los “speakers”, los patrocinadores. Además, la mayoría de los patrocinadores ya han cerrado su presupuesto para el año que viene. Si mantenemos la fecha del 12 de marzo, parece más razonable organizar un evento de un día en un hotel o salón privado. Muchos miembros estuvieron de acuerdo con ella.

Josh evocó la posibilidad de ligar el evento a la campaña digital.

Para la organización del evento, Mauricio tuvo la idea de crear varios comités para dividirse las tareas. Pauline mandará un correo para saber quién quiere comprometerse con la organización del evento.

A William, les pareció muy importante hacer este tipo de eventos para la industria porque no podemos contar en el gobierno para hacerlo. Impulsar la educación internacional y platicar sobre la importancia de estudiar en el extranjero y hablar inglés y otros idiomas es el papel de la asociación.

Martha insistió en la importancia de hacer consciencia a la gente que pasa el mensaje al estudiante de que estudiar en el extranjero tiene grandes ventajas.

Martha, también propuso el unirse con empresas especializadas en la organización de eventos, que ya tienen los conocimientos específicos y recursos necesarios. Eso nos costaría menos y ahorraríamos mucho tiempo. Sugirió participar a la semana internacional de la educación organizada en Santa Fe a fines de enero. Antes del fin de la reunión, consiguió obtener un stand gratis para AMTE. Mauricio y Pauline tendrán una reunión para organizar dicho evento en octubre y los miembros recibirán una invitación para asistir al evento.

Cambios página web

Pauline revisó la página web de AMTE. Hay mucha información, pero no está siempre bien colocada. Notó algunos errores y ausencia de enlaces.

Por esas razones, ella propuso una reestructura para que la página sea más ergonómica.

No costará nada.

Lo más urgente es la creación de la pestaña “Sello de calidad” porque es el enlace que utilizaremos en la campaña digital y la centralización de toda la información sobre las membresías en una solo pestaña con un contenido personalizado para cada tipo de membresía.

ANEX 1: Cambios página web AMTE

Campaña digital

En la última reunión de consejo, se decidió hacer una campaña digital. Pauline recibió dos propuestas de agencias llamadas Marketeria y Connect Worldwide. Los objetivos de esa campaña son los siguientes:

- Hacer ruido por el público final
- Dar valor a la membresía AMTE
- Convencer a potenciales miembros de sumarse a AMTE

Las dos empresas conocen el mercado porque trabajan con Estudiantes Embajadores y Tripp Stories.

ANEX 2: Comparativo de las dos propuestas

Los miembros votaron por la propuesta de la agencia Marketeria porqué, por un precio similar, hace 8 posts a la semana y Connect Worldwide hace 8 posts al mes.

Pauline se encarga de que la campaña arranque lo antes posible.

Sello de calidad

Es un tema que abordamos durante varias reuniones de consejo. En la última reunión se platicó de los criterios para obtenerlo y el formato de ese sello. Una parte del board está a favor de hacerlo por pasos: platino, oro, plata... y otra parte quería hacerlo mas sencillo y poner todos los miembros al mismo nivel. Para sumarse a AMTE, los miembros deben cumplir con una serie de requisitos garantizando la seriedad y la calidad de su institución. Además de esos requisitos, se discutió la posibilidad de pedir a los miembros que el 60% de sus empleados tengan la certificación ICEF. Loïc de Study Fuera se opuso a eso porque no le gustó la idea que ICEF tiene algo que ver con nuestro sello de calidad. Prefiere que desarrollemos nuestro propio sello. Para el, está certificación no es justa para todos los miembros porqué capacitar al 60% de sus empleados va a costar mucho. Según Tannia, AMTE no debería empezar a crear niveles entre los miembros y muchos miembros estaban de acuerdo. Eso va a generar competencia entre los miembros. Loïc mencionó la posibilidad que todos los miembros acudan a un auditor externo. William propuso de crear un sello de calidad personalizado basado sobre los años de membresía AMTE. Podría ser un incentivo alentando los miembros a quedarse más tiempo.

Loïc se comprometió a mandar el trabajo que ya se hizo sobre ese tema a Pauline.

Por el momento, arrancaremos la campaña digital con lo que tenemos es decir los requisitos siguientes:

- Para las agencias y proveedores
 - Recomendación de dos miembros de AMTE
 - 3 referencias comerciales
 - RFC: copia del Registro Federal de Contribuyentes
 - Revisión: Se solicitará una actualización de su estatus crediticio
 - Copia de documentos de identidad individual y/o de la organización
 - Obligaciones fiscales: última opinión de cumplimiento del SAT o equivalentes
 - 2 años de creación
- Para las escuelas
 - Recommendations by 2 AMTE members
 - 3 business references
 - FTR for corporations (at least 2 year old)
 - Credit report (latest report)
 - Documents (bylaws – copy)

- IRS report or equivalent

Estos requisitos están detallados en línea, en la pestaña Sello de calidad.

Elección del hotel para la Asamblea General 2020

Pauline se puso en contacto con varios hoteles en Oaxaca. Algunos no tenían bastantes recamaras y otros no tenían salones. Consecuentemente, ella presentó tres cotizaciones durante la reunión de consejo: El Quinta Real, el City Centro y el Hotel Victoria. Varios de nuestros miembros conocen esos hoteles y se pusieron de acuerdo para confirmar la reserva al hotel Quinta Real, a pesar de que sea más caro. Las prestaciones y la ubicación serán perfectas para el evento que queremos organizar.

Manuel visitará el lugar la semana próxima.

Nuestro objetivo es que las cenas y actividades sean patrocinadas para reducir el costo del evento para los miembros.

Representante legal de la asociación

Hoy, según el acta constitutiva de AMTE, los representantes legales son Benigno Alfaro de Gled, David Mendez de Emigra a Canadá y Gerardo Carranza de Edulinks, agencia que ya no pertenece a AMTE.

Manuel sugirió que el presidente y el tesorero sean los representantes legales de la asociación. Cada dos años, necesitamos cambiarlos y eso cuesta 6.000 pesos. Varios miembros insistieron en la importancia de mantener los miembros fundadores que siguen perteneciendo a la asociación como representantes legales para guardar los intereses de la asociación.

Tannia sugirió que los representantes sean designados por su cargo y no de manera nominativa para ahorrar dinero.

Finalmente, se decidió que David y Benigno, en función de la decisión de cargar o no sus estadísticas, se quedaron representantes legales y que agregaremos al tesorero y al presidente. Manuel se encarga de checar si solo se puede poner el cargo en el acta y que no sea a título personal.

Nuestro abogado Rafael Delgado recibió el acta constitutiva, los estatutos y la minuta de la Asamblea General y va a proceder a la protocolización de las actas 2018.

Por fin, otro tema surgió: la participación de Mauricio y Josh por parte de AMTE a ICEF Berlín. El 3 de noviembre de las 5.00 a las 6.00, ambos darán un seminario sobre ***“Innovation on Student Recruitment in Latin America”***. Cada miembro que asista a ICEF es bienvenido y los alentamos a que inviten a sus contactos para que seamos el mayor número de asistentes posible. Recibirán una invitación para ustedes y que podrán usar para invitar su red en la próxima semana.

ANEX 1: Cambios de la página web

ANTES	DESPUES
5 pestañas: Inicio/ Organigrama/Miembros/Costes/ Contacto	5 pestañas diferente: Inicio/Organigrama/Membresía/Sello de calidad AMTE/Contacto
Página Inicio <ul style="list-style-type: none"> - Quienes somos - Visión - Misión - Beneficios - Proceso de registro - Requisitos - Queja y reclamos - Botón “Únete y se miembro” => enlace incorrecto 	Página Inicio <ul style="list-style-type: none"> - Quienes somos - Visión - Misión - Beneficios => Pestaña Membresía - Proceso de registro => Pestaña Membresía - Requisitos => Pestaña Membresía - Queja y reclamos - Botón “Únete y se miembro” => Enlace hacia la pestaña Membresía - Agregar sección “Nuestros Miembros” para que sean más visibles con la posibilidad de hacer un clic - Botón para suscribir al boletín de la industria - Agregar histórico AMTE
Información sobre la membresía repartida en cada página	Información sobre la membresía centralizada en una página: Pestaña Membresía. 5 categorías (Agencias, Afiliados, Proveedores, Escuelas y Embajadas) Para cada una, información personalizada: Beneficios, costo, requisitos, proceso de incorporación, enlace de la google form.

Información para los miembros:

- ▶ Reporte de actividades, actualizado cada semana por la coordinadora
- ▶ ¿Acceso al presupuesto mensual?
- ▶ Archivo para las minutas de 2016 y 2017
- ▶ Requisitos detallados, manual de estadísticas

Sello de Calidad: ¿Qué es el sello de calidad AMTE? - Enlace en la campaña digital

ANEX 2: Comparativo propuestas campaña digital

Marketeria	Connect Worldwide
<p>Posicionamiento: que nos encuentren Visibilidad: que nos conozcan Captar leads: obtener visitas Conversión de ventas: Calidad de impactos Fidelización: Calidad de vista</p>	<p>Diseño y ejecución de campaña pagada a través de las 2 redes sociales, Facebook e Instagram. Generando el direccionamiento al website para incrementar el conocimiento de AMTE y el cierre de la posible venta.</p>
<p>Creación del contenido 4 publicaciones semanales facebook 4 publicaciones semanales Instagram Copy (Redeacción) Crecimiento de seguidores (fanbase)</p>	<p>8 publicaciones (4 x plataforma) al mes en FB e IG con contenido creado para darle mayor valor orgánico y creíble al consumidor final. Redacción del Copy Versiones: • Instagram foto fija e Instagram stories • Facebook posts y Facebook stories</p>
<p>Reporte mensual: % Conversión de leads % Subscripciones % Remarketing % Compartidos Visitas orgánicas Nuevas visitas Páginas vistas % de rebote Calidad y Cantidad de interacciones (me gusta, comentarios, compartidos, visualización de contenido, clic...)</p>	<p>Habrán 2 diferentes entregas durante el contrato: Previo ejecución: • Parrilla de contenidos mensual • Número de posts por red Post ejecución de cada mes (dentro los 10 primeros días del mes entrante) • Testigos por mes • # de Followers • Nuevos Followers • Likes/Unlikes • Alcance - a cuántos llegamos • Impresiones - cuántas veces nos vieron • Comentarios o Menciones</p>
<p>Mensual: \$13.500 + IVA • \$8.500: Gestión de redes sociales • \$5.000: Pauta en redes TOTAL: \$40.500 + IVA (3 meses)</p>	<p>Mensual: \$14.500 + IVA • \$9.000: Gestión de Redes Sociales • \$5.500: Pauta en redes TOTAL: \$43.500 + IVA (3 meses)</p>

