

Información Importante

La Universidad Santo Tomás, informa que el autor ha autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan **finalidad académica**, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el Artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, la Universidad Santo Tomás informa que “los derechos morales sobre documento son propiedad de los autores, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.”

Bibliotecas Bucaramanga
Universidad Santo Tomás

Informe final práctica empresarial MINT Software Systems 2015

Sergio Andrés Garcia Torres

Informe Final Practica Empresarial para optar por título de
Profesional en Negocios Internacionales

Director

Henry G. Moran Cuan

Economista

Profesional en Negocios

Especialista en Gerencia en Comercio Internacional

Universidad Santo Tomas, Bucaramanga

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Facultad de Negocios Internacionales

2015

Dedicatoria

Este Informe está dedicado a todas las personas que me apoyaron para poder realizar este viaje fuera del país y así poder concluir con mis estudios de Negocios Internacionales, incluyendo a mi familia quien fue la que me apoyo desde siempre en este camino de la vida universitaria y siempre creyeron en mí para hacer cosas grandes e importantes, a la empresa MINT SOFTWARE SYSTEMS por apoyarme y acogerme en su exitosa empresa, por enseñarme tantas cosas y aportarme tanto conocimiento para la vida profesional que se me viene encima, a mi jefe Frank Hugger director de Marketing y ventas de la compañía quien fue mi tutor e instructor durante estos 6 meses de recorrido en la compañía y en Alemania, A los gerentes de la empresa Christian Hollmann y Joerg Latteier quienes me permitieron ser parte de este gran equipo de trabajo, por mostrarme como se debe llevar una compañía exitosa y como se debe trabajar en ella para llegar a grandes cosas y por ultimo para concluir a mi Madre y a mi hermano que me apoyaron psicológicamente y económicamente para que yo esté en el viejo mundo, y por ultimo le dedico este trabajo a la Universidad Santo Tomas por creer en mí y darme la oportunidad de poder realizar mi práctica empresarial en el exterior y por colocarme un gran tutor y amigo como lo es el Dr. Henry G. Moran.

Contenido

Introducción.....	8
1. Informe final práctica empresarial MINT Software Systems 2015.....	10
1.1. Justificación.....	10
1.2. Objetivos.....	11
1.2.1. Objetivo general.....	11
1.2.2. Objetivos específicos.....	11
2. Quien es MINT	13
2.1. Misión	13
2.2. Productos y servicios	14
3. Actividades y Funciones	16
4. Aportes	46
5. Conclusiones	48
6. Recomendaciones	49
Referencia bibliográfica	50
Apéndice.....	51

Lista de apéndices

Apendice A. Contrato.....	60
Apéndice B. Propuesta de American Airlines impuesta a MINT.....	70

Resumen

En resumen esta experiencia fue única y muy difícil de olvidar, me ha marcado la vida para siempre, fue tan rica en todos los sentidos, me refiero a conocimiento, trabajo en equipo y convivencia, y todo lo que voy a colocar en este informe lo aprendí en la empresa alemana MINT SOFTWARE SYSTEMS, una gran empresa que me enseñó como negociar en la vida real, como realizar propuestas de negocios, como crear un plan de marketing adecuado para entrar en nuevos mercados en cualquier parte del mundo, a trabajar en equipo de una manera increíble y sofisticada, nunca me sentí solo dentro de la empresa siempre tuve el apoyo de estas grandes personas que me ofrecieron su conocimiento y que ahora es parte de mí, a cualquier evento que se presentaba siempre era invitado a ser parte de él, ya fueran citas de negocios, preparaciones de eventos para los viajes, presentación de propuestas de negocios a las distintas aerolíneas que tuve la oportunidad de ser parte de las negociaciones, a presentar mi trabajo cada miércoles de semana ante toda la empresa ya que siempre nos reuníamos una vez a la semana para saber que estaba realizando cada integrante del grupo MINT, y a muchas otras actividades fuera de la empresa que desempeñan para crear esa amistad y fuerza de trabajo en equipo que acá se tiene, también a cómo organizar mis horarios de trabajo, acá son muy diferentes acá cada quien es responsable de su tiempo, claramente se tenía que trabajar las 8 horas del día pero ya dependía de cada quien como hacerlo, muchas presentaciones a los diferentes tipos de clientes y posibles clientes que MINT tiene, a realizar contratos de manera adecuada, a revisarlos, a cómo vender como tal los productos que se ofrecían acá en la empresa, como utilizar el sistema para estar preparado ya que siempre se tiene que tener conocimiento de lo que se vende, pero lo mejor fue a ver concluido presentado un plan de marketing a mi jefe y gerente de la empresa para ver si se podía o no, o si

era viable entrar en el mercado Sur Americano, demostrando que sí lo era contactando a 5 posibles clientes para poder presentarles el DEMO y así entablar una oportunidad de negociación y por ultimo me ayudaron a crear una habilidad muy provechosa en las ventas, que es el vender de manera adecuada para crear confianza a los posibles clientes.

Introducción

Este informe se realiza con el fin de mostrar que estoy preparado para entrar en la vida profesional y laboral ya que la compañía MINT me demostró cómo operan estas grandes empresas en cuanto todo su funcionamiento, es decir, Marketing, como realizan esas funciones específicas para atraer clientes, creando eventos a nivel mundial, creando material satisfactorio para ver más atractiva la compañía desde otros puntos de vista, la competencia y los posibles clientes por decirlo así, como ver la compañía interna y externamente para darle un buen uso a esas oportunidades y fortalezas que la compañía tiene y que se pueden desempeñar de manera adecuada. A nivel de ventas me siento satisfecho de la manera en como MINT hace sus ventas con tanto nivel y profesionalidad, teniendo una experiencia de muchos años y una gran cantidad de clientes, estamos hablando de 30 ahora en el 2015 y con grandes oportunidades de negocio por venir, como manejar y crear estos grandes eventos en los cuales ellos se dan a conocer y llaman la atención de posibles clientes, como por ejemplo American Airlines, en la cual se está en negociaciones aun pero que va por buen camino. Presentar estas propuestas de negocios no es nada fácil, pero con la ayuda de la compañía tengo ya el conocimiento para poder hacerlo de una manera muy profesional y así ayudar a conseguir nuevos posibles clientes a la empresa MINT, la realización de estos contratos, de revisarlos cuando se firman por ambas partes para evitar conflictos en cuanto a sus cláusulas o posibles cambios en ella, y por ultimo a crear estos planes de marketing adecuadamente para buscar nuevos mercados, es decir, la importancia de esta investigación y lo que queremos lograr con este informe, es darle a MINT una nueva visión y expandir sus fronteras fuera del viejo continente, llevándolo a entablar negociaciones con diferentes empresas no solo de aviación, empresas en general de ventas, para dar uso del sistema que MINT vende, aportando soluciones, y optimizando las funciones dentro

de las empresas. También queremos crear una nueva lista de clientes en Latino América que si estén relacionadas con la aviación, lograr negociar con ellas para expandir nuestro mercado a todo el mundo.

1. Informe final práctica empresarial MINT Software Systems 2015

1.1. Justificación

El informe que se quiere dar a conocer, pretende analizar e investigar los posibles clientes que hay alrededor del mundo en cuestión de industria y todo tema relacionado con la aviación. Las preguntas que se quieren responder y que vamos a responder con este proyecto son ¿Es posible lograr un acuerdo bilateral y también entablar una negociación con empresas manufactureras, empresas en general de ventas, una posible afiliación con el sistema que MINT ofrece? Otra pregunta que queremos responder ¿Es posible considerar a Latino América como cliente potencial del sistema MINT?, también queremos respondernos si ¿Es posible que el sistema MINT pueda venderse como un sistema no solo para las empresas relacionadas con la aviación, y relacionarlo con las empresas en general? Y por último crear un plan de marketing en el cual podamos concluir si se puede atacar el mercado Sur Americano o si no es viable hacerlo debido a la fuerte competencia que se tiene en todo el mundo, observando como las compañías rivales operan en esas regiones, y que tipo de empresas Latinas o Americanas operan dentro de este marco.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general. El objetivo general de esta práctica es crear un Plan de Marketing para poder observar si es viable o no entrar en el mercado Sur Americano, en el mercado de Software como servicio (Software as a service) para la aviación y crear oportunidades de negocios con diferentes compañías a través de las ventas.

1.2.2. Objetivos específicos.

Los objetivos específicos de esta práctica son:

- Conocer a fondo los clientes que se tienen para saber con qué clase de clientes y empresas se quiere negociar.
- Aprender a utilizar el sistema MINT para poder presentarlo a los clientes, ya que si no se conoce lo que se quiere vender, es muy difícil presentar una propuesta de negocio.
- Analizar, investigar, probar el producto o sistema software que MINT vende en el mercado, siendo uno de los líderes como tal del mismo con el fin de conocer a fondo su potencial, sus diferencias, el manejo de recursos de optimización, para saber cómo entablar una negociación con los posibles clientes que se van a buscar y llegar a vender el producto como tal.
- Investigar y aportar a las nuevas tendencias que MINT desarrolla constantemente, para crear extensas relaciones con los clientes.

Buscar nuevos posibles mercados a los cuales aportar, desarrollando investigaciones de nuevos posibles clientes, realizando presentaciones constantes del sistema que se vende a diferentes clientes potenciales, y posibles clientes que se quieren llegar a conseguir, presentando propuestas para entablar una negociación a largo plazo.

- Interactuar y negociar directamente con los clientes tanto potenciales como los que ya están en la lista de MINT, también crear nuevas listas para MINT de clientes en Sur América.

- Lograr concluir una negociación y entablar relaciones con alguna empresa en Sur América a largo plazo.

2. Quien es MINT?

MINT SOFTWARE SYSTEMS INTERACTIVE MEDIA, Es un distribuidor de servicio completo de productos software sofisticados para la industria de aviación y algunas otras empresas del sector de entrenamiento intensivo. Nuestro sistema de administración flexible y estandarizado de entrenamiento y aprendizaje se basa en tecnología de innovación de software es y será siempre valorado por las empresas de aviación y de entrenamiento como uno de los mejores sistemas de optimización en el mercado alrededor del mundo con una experiencia en el mercado de 17 años. Su sede principal (Headquarter) está ubicada en la ciudad de Kiel al noreste de Alemania, más específicamente en el edificio “Centro de ciencias de Kiel” (Kiel Science Centre) ubicado en el corazón del parque de ciencias de Kiel, la dirección es Fraunhoferstr. 13 24118 Kiel, Alemania y su otra sede está ubicada en el Aeropuerto Internacional de Sharjah en Los Emiratos Árabes, Medio Oriente. Algunos de nuestros clientes más fuertes son: Emirates, FedEx, JetBlue y Avianca. Cada uno de ellos trabajan con el sistema y se les brinda el soporte necesario para crear relaciones extensas con ellos y hasta ahora hemos podido satisfacer sus necesidades y darles solución a los problemas que tenían antes de tener nuestro sistema. (MINT, Software Systems, 2015)

2.1. Misión

Su misión “se basa en ser el proveedor líder de un sistema de entrenamiento y aprendizaje flexible y estándar basado en tecnología software de innovación. Nuestro principal objetivo es la industria de la aviación y los sectores de la industria de entrenamiento intensivo, para proveer la cantidad optima utilizable, guiando a nuestros clientes durante la fase de implementación para obtener la más poderosa y futura orientación de nuestros productos.” Para

2020 tener más de 50 clientes a los cuales proveer nuestros servicios. MINT SOFTWARE SYSTEMS, 2015 (MINT, Software Systems, 2015)

2.2. Productos y servicios

Desarrollar y emplear un software es solo una parte de nuestra responsabilidad. Para crear relaciones a largo plazo con nuestros clientes, nosotros asistimos a nuestros clientes durante la fase de implementación, nos mantenemos siempre en contacto para futuras sugerencias, proveemos un soporte eficiente y nunca dejamos solo al cliente con el producto adquirido. Esta es nuestra definición de una compañía de software seguro y tomamos esto como nuestra promesa. MINT te toma en serio y te permitirá obtener lo mejor de las soluciones que ofrecemos. “Software as a service” o software como servicio: MINT ofrece el TMS o training management system (Gestión de sistema de entrenamiento) con un ambiente organizado, para permitir a los clientes enfocarse en el uso de esta aplicación. MINT operara, manteniendo y actualizando el sistema dando el soporte necesario a sus clientes y algunas de las ventajas del SaaS son su velocidad de implementación y sus constantes actualizaciones, económico y seguro, reduciendo costos de administración, robusto y simplificado, optimizando los procesos. También ofrece todas las soluciones en una, es decir, el TMS, el LSM (gestión de sistema de aprendizaje), “Record Keeping” (almacenamiento de archivos electrónicos), seguimiento continuo, creación de formularios de evaluación electrónicos, programación de eventos (scheduling), aplicaciones para las distintas plataformas, sincronización de calendarios y manejo y administración de identidad individual o grupal. Todos estos servicios y productos hacen parte del sistema MINT el cual se puede adquirir todo en uno o simplemente adquirir lo que se requiere, ya que cada uno aunque hacen parte del sistema se pueden implementar

individualmente. Este sistema puede dar soluciones a las diferentes áreas de la aviación como el entrenamiento de tripulación, entrenamiento técnico, documentación legal y licencias para pilotos, ingeniería y MRO, es decir, estos son los productos más específicamente:

- ✓ “Grade Sheets, Offline mode, Electronic Grading.
- ✓ TMS (training management system)
- ✓ LMS (learning management system)
- ✓ Record Keeping, Keep tracking.
- ✓ ATQP/AQP
- ✓ Flexible curriculim Design
- ✓ Grade Sheet Design
- ✓ Qualification Reports
- ✓ Web-access

3. Actividades y Funciones

- El cargo que se me fue asignado en la compañía fue de auxiliar de Mercadeo y Ventas.
- Lo primero que llegue a hacer dentro de la empresa fue como todo a capacitarme y a instruirme dentro del mundo MINT, hablamos del producto que se vende acá en la empresa que es el Software MINT. Durante las primeras semanas tuve que acoplarme al comportamiento de la empresa y a un entrenamiento estricto del manejo del sistema, tuve que asistir a varias reuniones, a varias presentaciones del producto, tuve que observar toda la MEDIA que la empresa posee y luego interactuar con el producto. mientras aprendía todo lo que tiene que ver con el sistema, mi jefe Frank Hugger, el Director de Ventas y Marketing de la empresa me iba acoplando a todas sus actividades, tuve la oportunidad de compartir la misma oficina con él. Lo primero que él me puso a hacer o realizar fue como tal conocer el sistema que la empresa vende, ya que si uno no conoce lo que vende, probablemente nunca se va a vender, entonces durante las primeras 2 semanas estuve en capacitación de cómo opera la empresa, a que se dedica, que es lo que vende, cuáles son sus clientes, como surge MINT y varios temas relacionados con la parte interna de la misma.
- Mientras me capacitaba, surgieron varios temas importantes en cuanto a nuevos clientes que Frank estaba manejando para venderles el sistema, tuve la oportunidad de participar en dos presentaciones del producto vía Skype, a dos grandes compañías de Aviación a nivel mundial, la primera fue con ICELANDAIR, mientras Frank iba realizando la intervención y presentación del sistema a este nuevo posible cliente, yo iba tomando nota y también Frank me dio la oportunidad de participar de ella, no tan profundamente solo pude presentarme y decir que yo estaba como “Trainee” en la compañía y que iba a estar presente durante la presentación. La presentación fue

bastante interesante y larga a su vez, primero tuvimos que establecer confianza con la parte interesada en nuestro producto, luego tuvimos que deducir mientras que la ICELANDAIR nos explicaba como ellos manejaban su programa de entrenamiento para pilotos y su programa de aprendizaje para pilotos, ya sabiendo cual era el problema que ellos querían solucionar, entramos a hablar de las posibles soluciones que el programa podía ofrecerle a este nuevo posible cliente, luego de esto tuvimos que hacer una pequeña presentación del sistema MINT, una pequeña introducción de quien somos nosotros, es decir MINT, y luego tuvimos q entrar en la práctica de mostrarle vía REMOTE el “demo” que la compañía tiene para estas ocasiones; por eso como dije anteriormente tuve que capacitarme acerca del sistema para poder conocerlo a fondo, ya que en medio de una negociación, siempre se tiene que tener idea de lo que se está vendiendo y más si es un sistema complejo como el de MINT, vuelvo y menciono que MINT es un sistema o herramienta que provee soporte y soluciones optimizando y haciendo a un lado la antigua forma de operar, es decir Excel y archivos físicos, para afrontar la seguridad, enfrentar a las autoridades de aviación, y para graduar o evaluar a todos los recursos dentro de una compañía, cabe aclarar que todos estos procesos son negociaciones en bruto, los cuales aún están en conversaciones sin compromisos. La segunda presentación que tuvimos fue a la empresa Aérea Bombardier realizamos el mismo proceso, ya estas dos empresas habían estado en contacto con nosotros para adquirir el producto pero la que en realidad se veía bien interesada era ICELANDAIR, ya que se pudo lograr más confianza con ellos que con Bombardier, cuando hablamos con ICELANDSAIR se pudo notar que de verdad estaban interesados en las soluciones que podíamos ofrecerles, en cambio, Bombardier simplemente recibió nuestra llamada y acepto una cita con nosotros previa a la presentación que les realizamos, cabe recordar fue el mismo proceso que con la primera Aerolínea, bueno también es bueno mencionar como llegamos a contactar a estas compañías,

todo se logró a través de llamadas y vía email, por otro lado también se tiene que mencionar que la manera de estas empresas para entrar en contacto con MINT es enviando propuestas de negocio, yo tuve la oportunidad de realizar estas propuestas con mi jefe Frank, son más como cuestionarios que se tienen que reenviar para a las empresas interesadas para ver si se cumplen las expectativas y así poder entrar en contacto, ya en contacto se realiza el proceso q he venido diciendo. Ya realizadas las dos presentaciones se decidió enfocarse en la aerolínea ICELANDAIR, ya que decidieron darnos otra cita vía Skype para continuar con el proceso.

- Lo siguiente que se hizo fue organizar una reunión o simposio en los Estados Unidos, Frank y yo tuvimos que idear todo el organigrama de ese simposio en el cual se tuvo q llamar a casi todos los clientes y posibles clientes que tiene MINT en el momento, para hablarles acerca de la implementación de AQP/AQTP que son más que todo regulaciones standard de las autoridades aeronáuticas a nivel internacional, más que todo esos clientes son los que previamente a través de un informe de marketing que Frank quedo de explicarme cómo hacerlo más adelante, se escogieron. Luego de realizar las invitaciones Frank me mostro una base de datos de todos los clientes y posibles clientes que MINT posee, y me toco realizar un estudio de las mismas. En ese estudio tuve que concluir por qué se trabaja con estos clientes en particular y quiénes son esos clientes a los que MINT se esfuerza tanto en cuidar, ya realizado mi estudio se lo presento a Frank y el decide colocarme la tarea de seguir mi practica dentro del sistema MINT, es decir tuve que realizar más investigaciones del sistema, viendo videos, haciendo resúmenes, luego se me es dado un portátil de la compañía en el cual podía “jugar” con el demo para entenderlo más afondo, todo esto se hizo con el fin de observar detalladamente cómo funciona el sistema, como debemos manejarlo, para que nos sirva, y que beneficios nos trae, para volverme

experto en el tema tengo q repasarlo varias veces para luego empezar a enviar propuestas a los posibles clientes y posibles clientes potenciales. Surge un importante evento en la ciudad de Hamburgo en el cual fui invitado especial por parte de la compañía a acompañar a Frank a una feria internacional de Sistemas Software en el mercado actual para la aviación, con esta invitación Frank y yo tuvimos que prepararnos para ir a conseguir clientes, bueno lo hicimos creando un módulo o Stand de exhibición en el cual se hacían breves presentaciones del sistema y sus posibles soluciones en alemán y en inglés, tuvimos que realizar panfletos, tuvimos q rediseñar el logo de la empresa MINT, mandar a hacer cosas de marketing como lapiceros, carteles grandes, folletos, libretas, etc.. para entregar en la feria. Estando en la feria fue una experiencia increíble por así decirlo ya que estuve en contacto con el mundo de los negocios en primera persona, pude observar cómo funciona y participar de él. El viaje duro 1 día, logramos intercambiar algunas tarjetas de presentación con 5 empresas interesadas, de las cuales yo logre concretar una, ya las otras 4 lo hizo Frank debido al idioma. Regresamos y yo seguí con mi estudio del sistema, cabe mencionar que cada miércoles en la empresa se realiza una reunión de todos sus empleados para hacer una breve presentación de lo que cada uno hizo durante la semana de trabajo, me incluyo claramente.

- se realizó como parte del Marketing de la empresa una investigación de todas las novedades que han surgido internamente en la empresa, es decir, noticias de actualidad como el nuevo lanzamiento de una actualización del sistema MINT, cabe resaltar que como soy integrante de la tripulación por así decirlo, me dieron un acceso completo al sistema, al Web portal y al correo MINT, entonces todo esto de las actualidades se realiza con el fin de darlas a conocer en la empresa y también poderlas subir a la página que de eso ya se encargan los desarrolladores.

Luego de concretar todas las noticias actuales con la ayuda de Frank se las dimos a conocer a todos los integrantes de la empresa a través del correo interno Outlook.

- Se realizó una investigación a fondo de cuáles son las empresas que operan de Aviación, Helicópteros, técnicos, y MRO en latino América, ya como había dicho antes se me dio un ejemplo de base de datos el cual tuve q estudiar, bueno en este caso tuve q diseñar una base de datos similar pero con todas las empresas operadoras que mencione. Para realizar esta base de datos tuve que realizar una búsqueda de esas empresas y categorizarlas, también buscar la información que como la base de datos guía me estaba mostrando, luego de realizar todo esto tuve que diseñar esa base de datos en un archivo de Excel para luego importarlo al sistema. Ya revisada la base de datos por, se decidió agregar más información importante a ella, que anteriormente hizo falta, algunos datos más personales para luego empezar a filtrar esas compañías y mirar en realidad cuales podrían ser clientes de MINT y entrar en contacto con ellas. Ya finalizada la base de datos, se comparó con la vieja base de datos para ver si ya existían esas compañías dentro de ella, pero solo se encontraron de 50 empresas que se investigaron que 8 estaban ya dentro de la lista, fueron retiradas y luego se empezó con el proceso de importación al sistema para tener el registro dentro de la base de datos de MINT. Olvide mencionar que todo lo que se realiza tiene su “Track” en el sistema MINT, uno debe siempre de guardar y mencionar en el sistema que se hizo durante el día o las horas que se laboraron en la empresa, se lleva un seguimiento y al final del proceso se demuestra con los resultados que el mismo sistema nos da.

- Luego de terminar con la tabla de Excel de los posibles clientes para MINT, se enviaron correos de presentación con correo de la empresa, a todas las compañías que se investigaron

anteriormente y se importaron de la tabla de Excel al sistema, y así mismo para hacer contacto con ellas mismas, buscando filtrarlas para ir reduciendo esa lista a las compañías que si se interesan por el producto, luego de recibir correos de respuesta, se pudo entrar en contacto con varias aerolíneas que nos respondieron con correos dándonos a conocer las personas encargadas de esas compañías para realizarse una posible negociación. Luego esa misma semana me invitaron a participar de una reunión del Director de ventas y marketing, un plan de precios para los posibles clientes que están interesados en el producto. En la reunión se explicaron algunos precios razonables para ofrecerles a esos clientes en la negociación, ya que el precio es muy importante en el momento de negociar, se tiene que llegar a un acuerdo entre ambas partes lo cual es bastante difícil si se negocia basándose en las partes y no en los principios. Una de las que se vio posibilidad de contacto fue Aerolíneas Argentinas.

- Para poder entrar en contacto con esas empresas, mi jefe Frank Hugger me puso la tarea de practicar alguna manera de conversación planeada para evitar titubear cuando se está en contacto con una empresa o posible cliente, ya que más adelante se me va a realizar una prueba para ver que tal soy vendiendo el producto, con algunas de esas empresas que yo investigue anteriormente. Para poder realizar ese proceso debidamente tuve que investigar buenas maneras de mantener una conversación, dando interés y pensando en que esa otra persona no tendrá mucho tiempo quizá, y se tendrá que tener bien focalizado lo que se quiere dar a entender a esa persona con la que se está negociando que es lo que quiero venderle. Mi jefe Frank me envió por el correo de la empresa unas pautas básicas para poder entablar una buena negociación y causar interés en la otra parte en cuanto al producto, tuve que revisarlas todas, entenderlas, y luego tratar

de aprenderlas para luego más adelante ponerlas en práctica, es como decir, una manera standard de iniciar ese proceso de negociación.

- Tuve que asistir a una reunión donde estábamos presentes mi jefe Frank, el desarrollador Eric y Jorg Lattier que es el Gerente de la empresa, con el fin de conocer la nueva manera de diseñar los sistemas de evaluación y calificación del sistema MINT, en la reunión se quería plasmar la manera de elaborar los formularios de calificación o evaluación de una empresa llamada SAS, Scandinavian Airlines Systems, Denmark-Norway-Sweden. La reunión fue más que todo para diseñar ese formulario que la empresa SAS nos envió como muestra de cómo ellos califican a sus pilotos y mediante qué tipo de calificación lo hacen, entonces en la reunión Eric utilizo ese formulario físico y lo diseño en el sistema demostrando la capacidad del sistema para satisfacer ese tipo de necesidades en cuanto a los formularios de calificación. Ya estando preparados por la presentación que Eric nos dio el día anterior, y ya teniendo listo el formulario en el sistema para mostrarlo al cliente que venía a visitarnos en la empresa, es decir, me invitaron a una negociación real con un cliente potencial que venía a visitar MINT, muy pocas veces los clientes hacen eso en estas negociaciones pero tuve la oportunidad de asistir a una. Al principio todos se presentaron, en la mesa se colocaron varios tipos de botellas de agua, y también se colocó material de marketing para darle al cliente , eran las 12:00, en Alemania no hay horario de Almuerzo, así que las reuniones las hacen más que todo durante todo el día, son bien largas las reuniones, a esta hora en especial. Cuando el Cliente llegó a la oficina ya teníamos todo listo, entonces procedimos a entrar a la sala de conferencia, en la cual nos presentamos, se nos dio tarjeta de presentación entre cada uno de ellos, luego tomamos asiento y de una vez el cliente dijo que era lo que estaba buscando, entonces le dimos algunas posibles soluciones que el sistema

podría ofrecerle y luego se hizo una pequeña introducción al sistema mostrando la empresa, quienes somos, y luego se procedió a mostrar el tema de interés que era el sistema de calificación de pilotos. Le mostramos al cliente el formulario que habíamos hecho anteriormente para demostrarle que con el sistema se puede hacer lo mismo que ellos hacen para calificar sus pilotos pero de una manera más eficaz y eficiente. Luego de esto el cliente nos habló de su manera de calificar sus pilotos mostrando su sistema en el cual lo realizaba, que era un sistema similar a MINT pero mucho menos avanzado, algo muy hecho a la antigua. Luego el cliente nos hizo un cuestionario Standard de la empresa de ellos en el cual se responden si MINT de verdad era viable para lo que ellos estaban buscando y solo se falló en una ocasión de todas las preguntas que se hicieron. Luego de 3 horas se concretó que se iba a realizar una nueva reunión en poco tiempo en la cual iban a estar presentes altos directivos de la empresa SAS para debatir si aceptan la propuesta de negocio de MINT o no, quedo en veremos y no se pudo concretar aun. En este tipo de negociaciones los procesos toman tiempo ya que se hablan de varios temas diferentes y cada tema se relaciona a un solo producto y cada producto tiene que ser negociado por separado.

- Revisión de contrato con un nuevo cliente llamado Qtar Aeronatical College, esto con el fin de conocer los contratos o la manera de hacerlos en la empresa MINT, también se revisó si habían imperfecciones en cuanto al borrador del contrato con el que se envió a la empresa Qtar A.C. para que lo firmaran ya que siempre se tiene que revisar que sea el mismo porque hay veces que las mismas compañías cambian algunas cosas dentro del contrato y esto alteraría dicho acuerdo que se está haciendo. Se encontró una imperfección la cual fue aprobada y se llevó acabo la corrección de este contrato ya que esta vez no fue una alteración por parte de la empresa Qtar A.C si no un pequeño error en un “punto” en una cláusula del contrato. Se anuló dicho contrato,

se informó vía EMAIL y Telefónica, que dicho contrato se había anulado por imperfecciones dentro del mismo, y se dispuso a realizarse uno nuevo, se envió el nuevo contrato para que Qtar A.C lo firmara. Al poco tiempo lo respondieron, normalmente toma bastante tiempo que estos contratos se reciban y se envíen ya que todo tiene que ser físicamente, y no se pueden utilizar scanner para esto, todo se lleva a cabo a través de mensajería, entonces como ya era una negociación establecida, no tomo mucho tiempo la respuesta de Qtar A.C para la firma del nuevo contrato, ya estando el nuevo contrato acá, se procedió a revisión de nuevo para evitar las alteraciones, descartándolas, siendo firmado por la gerencia, así, concretándose la negociación y adquiriéndose un nuevo cliente (Anexo 1).

- Corrección de datos e información de todos los posibles clientes y todos los clientes de la compañía MINT, añadiendo alguna información faltante. Revisión de datos a través de las páginas Web de todos los clientes en general, corrección de los líderes de esas ventas de la compañía MINT, hay varios encargados en ventas dentro de la compañía MINT, así que tenía que investigarlo, corregirlo esos espacios dentro del sistema, adjuntar los logos de cada empresa para reconocerlas de una manera más rápida y fácil y también para estar familiarizado con las empresas q MINT pretende y mueve. Creación de nuevos recursos dentro del sistema MINT, corrección y separación de listas de clientes, es decir, posibles clientes en una nueva carpeta y los clientes actuales que trabajan con MINT ahora. Creándolos como recursos dentro del mismo sistema, ya que el sistema tomaba ambos “clientes” como iguales entonces tuve que dividirlos, crearlos, registrarlos como clientes aparte, para trabajar mejor con ellos. Aparte de esto también se introdujo una serie de contactos posibles al sistema creándose una base de datos o nueva

carpeta de personas a contactar. Se me es entregado una lista de contactos bastante amplia para actualizar esas listas q ya están en el sistema y seguir agregando esos contactos que aún no están.

- Se asistió a una reunión de negociación vía telefónica entre MINT, SABRE que es un socio de MINT, y la empresa interesada ICELANDAIR, como ya habíamos dicho antes el proceso de negociación con esta aerolínea va bastante avanzado, entonces se citó a la empresa ICELANDAIR para que el socio de MINT, SABRE pudiese presentar su propuesta de negocio o su proyecto a querer desarrollar con la aerolínea interesada, después de 2 horas y de la presentación de ese proyecto, incluyendo una breve introducción de la compañía SABRE y MINT y de cómo se iba a desarrollar ese proyecto, la empresa ICELANDAIR lo único que quería era saber cómo se iba a distribuir el dinero que ellos iban a invertir para darle solución a los problemas que ellos tenían dentro de la empresa en la parte del manejo de evaluación de pilotos, y no quedaron muy a gusto después de la presentación ya que esperaban era lo del dinero, y a pesar de que se iba tan avanzado en la negociación, no importa en qué punto pero puede llegar a caerse por decirlo de alguna manera esa negociación. Pero lo importante es que nos dieron plazo de una semana para corregir ese proyecto como ellos querían de verdad y mencionando como se va a distribuir ese dinero y como lo van a invertir según el criterio de cada producto que ellos están adquiriendo. Ya se corrigió ese proyecto y se está a la espera de la nueva reunión de negocios.

- Revisión de la propuesta de American Airlines, para entrar y hacer parte o participar de la oportunidad de trabajo o negocio con esta empresa, se revisó la manera en la que American Airlines hace sus propuestas de negocio para verificar si MINT puede llegar a ser la solución que

American está buscando. American nos envió 2 archivos, el primero es o nos dice la manera en la que American opera en cuanto al manejo del entrenamiento de pilotos y evaluación de pilotos, el proyecto q están buscando y objetivos a cumplir o que busca cumplir adquiriendo los servicios de MINT. También olvide mencionar el precio que están dispuestos a pagar, como distribuyen ese dinero o se invierte en las diferentes actividades del proyecto en la adquisición del servicio, y el segundo archivo está diseñado para ser respondido en Excel en el cual ellos desean saber algunos requerimientos finales acerca de la disponibilidad de los productos que MINT ofrece y si en un futuro los va a tener, es decir, hablando de posibles productos que MINT puede que no tenga (sistemas Softwares, o parte de él) que American pueda llegar a necesitar. Todo se respondió de acuerdo a la integridad correcta de la empresa y se envió para su revisión, aún estamos esperando la respuesta por parte de American Airlines para empezar a avanzar con la negociación. Cabe recordar que estos documentos en la parte de los anexos son extremadamente confidenciales, por favor mucha discreción, escribo esto porque la empresa me obligo a hacerlo, ya que son reglas generales de la compañía y son propiedad de MINT y American Airlines. (Anexo 2)

- El día de hoy se asistió a una reunión de negocios através de Web ex con la Aerolínea Susi Air para presentarles el TMS (Training Management System) del sistema MINT. Normalmente estas presentaciones toman tiempo y se hacen con el fin de dar a conocer el producto que MINT ofrece para la venta. Estas sesiones también tienen un protocolo el cual tenemos que llevar, y empezando tenemos que presentarnos para que ellos sepan quienes somos y que hacemos en la compañía, luego tenemos que dar información y dar a conocer un poco acerca de la empresa y cuáles son sus funciones, a continuación hablamos un poco acerca de nuestros clientes, por lo general hablamos casi siempre de FedEx y más que todo los clientes más

grandes en cuanto número de personal, después de esta pequeña introducción entramos a hablar de los productos que MINT ofrece en el mercado y cuales podrían llegar a ser la solución que MINT podría ofrecerle a Susi Air, luego se prosigue con la presentación del DEMO con respecto al sistema, en esta ocasión teníamos previsto que Susi Air quería saber acerca del TMS de nuestro sistema pero a medida que íbamos avanzando en la presentación notamos mucho interés de parte de ellos en el LMS (Learning Management System) y también en la parte de elaboración de archivos de evaluación y programación de eventos, así que tuvimos que meternos y explicar más afondo esa parte también. A parte de esto también nos hicieron un cuestionario de muchas preguntas las cuales pudimos darnos cuenta de que era parte de un protocolo que ellos manejan para buscar la solución más factible, también podemos verlo como un standard de parte de la mayoría de las empresas que buscan algún beneficio para sus empresas, bueno en fin hicieron varias preguntas las cuales se respondieron de manera positiva evitando decir que no y que “no se tiene ese producto” más bien se responde “aún no está disponible pero está en desarrollo y así surgen nuevas ideas para implementar el sistema, claramente si es posible hacerlo si no, no sería profesional de nuestra parte. Ya finalizando la conferencia virtual con Susi Air, preguntaron por precios y normalmente esto se tiene que planear y no se dan precios de inmediato como la mayoría de los clientes potenciales quiere. Así que les sugerimos enviarles una propuesta de negocio con precios incluidos, también incluyendo todos los productos en los cuales ellos mostraron interés, eso si teníamos que hacerlo lo más pronto posible porque así Susi Air nos lo pidió, entonces este mismo día tuvimos que empezar a desarrollar la propuesta para Susi Air, con el fin de satisfacer a Susi Air, nos pusimos en la tarea de realizar esa propuesta y así fue, ese mismo día con mi jefe Frank nos pusimos en la tarea de realizarla, ya más adelante les mostrare

como manejan las propuestas de negocio acá en la empresa, con algunos ejemplos de lo que se vive acá en MINT.

- Se continuo con el ingreso de clientes o posibles clientes en el sistema de MINT, lo cual es bastante importante ya que se tiene que llevar registro de todas las compañías que demuestran el interés en MINT para mantener contacto constante con ellos, ya que en la empresa la mayoría de los registros primero que todo se registran en unos formularios Standard los cuales nos responden algunas preguntas acerca de los clientes que están interesados, el grado de interés, el número de empleados que se manejan y algunos comentarios que se quieran agregar con respecto al conocimiento e interés de esos clientes, cuando ingresamos al sistema estas personas o empresas de contacto, podemos llevar el registro de ellos para saber con quién se quiere llegar a negociar, se almacenan todas físicamente y dentro del sistema, también en un documento de Excel se lleva control de los correos para luego enviarles información acerca de la empresa y entrar en contacto con ellos. Mi jefe llevo de viaje de una convención u evento que se realizó en Cleveland USA, y trajo muchos contactos que se hicieron directamente en la convención, ya como había mencionado antes tuvimos que realizar una campaña de marketing para estar preparados para ese evento, y pues ya terminada los eventos él se fue de viaje con todo el material realizado y gracias a todo ese material se consiguieron muchos contactos de distintos niveles de interés para negociar con MINT. Podemos decir que los formularios que estamos manejando en la empresa tiene distintos rangos de interés así que dependiendo del grado de interés, buscamos la manera de contactar a esa empresa o a esa persona encargada de los negocios como tal de esa empresa para buscar algún tipo de negociación. Con este tipo de registro puedo observar quienes son en realidad las compañías que se interesan por el producto

MINT, y más que todo son las Aerolíneas, lo cual tiene lógica ya que MINT está comprometido en el mercado con este tipo de empresas en un 100%, su mayoría y única experiencia se ve reflejada dentro del mercado aeronáutico.

- Revisión de un ejemplo de propuesta, que va a ser impuesta a la aerolínea Susi Air con el fin de continuar con la negociación, primero pude observar que toda esta propuesta de negocio inicia con una pequeña presentación o introducción del encargado de manejar las ventas acá en MINT el cual es mi jefe Frank y un pequeño resumen que lo que hace MINT, como también el objetivo específico que MINT quiere ofrecer y ejercer con la empresa Susi Air, continuamos dando algunos beneficios que Susi Air puede obtener adquiriendo el Software como servicio de MINT, damos algunos ejemplos de los clientes con los que MINT maneja negociaciones y contratos al día, claramente mencionando las más importantes relaciones o de mayor volumen e importancia para MINT y así darle a entender al posible cliente en este caso SusiAir, que somos una empresa líder en el mercado y que podemos darles soluciones y soporte a los problemas que quieren llegar a solucionar, en este caso sería todo el paquete MINT, cada uno de ellos es un producto diferente y en este caso como querían todo el sistema tuvimos que continuar la propuesta dando a conocer un resumen de todos los productos que el sistema MINT puede ofrecerles. Continuamos mencionando algunos otros beneficios que MINT puede ofrecerle a SusiAir, como por ejemplo, el sistema de manejo de entrenamiento salva tiempo y dinero explicando que las funciones clave de los negocios y los procesos están altamente automatizados, que esta única solución integrada asegura una alta visibilidad adentro de los datos valiosos empresariales y evadiendo procesos redundantes y asociados a los errores, después, avanzamos con la descripción detallada acerca de las funcionalidades del producto para demostrar como este

software podría ayudar a incrementar efectivamente el entrenamiento dentro de su organización y finalmente se pudo observar que de acuerdo a la descripción del producto podrás encontrar una sección de precios con nuestra oferta comercial. Seguimos con una pequeña idea en la cual queremos darles a entender a Susi Air que esperamos que esta solución ofrecida se ajuste a sus expectativas para ir mas adelante y empezar una productiva y duradera relación con Susi Air, todo esto como estrategia para entrar en confianza con el posible cliente. Seguimos con un resumen de la compañía, quienes somos, nuestra experiencia en el sector de la aviación, donde estamos ubicados, nuestros empleados, nuestros clientes, dividiéndolos de acuerdo a las funciones u operaciones que realizan para darle a conocer y entender a Susi Air que tenemos toda posible solución para todo tipo de problema en cuanto a software como servicio dentro del sector de la aviación, luego de terminar con la presentación de la empresa se dispone a presentarse la propuesta a las diferentes soluciones, ya hablando del producto a fondo, por ejemplo hablamos de TMS de MINT que es un producto software Standard el cual es utilizado en las organizaciones de entrenamiento de aviación en el mundo entero, consiste en la completa integridad de los módulos basados en la web, el webassistant y MyMINT accediendo a la base central de datos, este software maneja a todos los empleados y datos de entrenamiento, maneja los plazos para los constantes y recurrentes entrenamientos y mantiene en seguimiento todas las calificaciones de los recursos. Con esto ya estamos explicando toda posible solución a través de nuestro producto a SusiAir, ya sabiéndose las soluciones y los beneficios en general, tenemos que decirles a Susi Air los beneficios claves que MINT quiere ofrecerle a Susi Air, como por ejemplo la reducción de errores con conformidad regulatoria y se sigue con la explicación de las posibles soluciones a través de cada producto del sistema. Finalizando el proceso de presentación de los productos del sistema, proseguimos a hablar de los precios de los mismos, y en este caso para Susi Air los

precios se basan en el número de empleados que la empresa tiene, por ultimo tenemos otros términos y supuestos, dando pautas y estableciendo específicamente lo que se logra con esta propuesta.

- Se realizó una presentación al grupo de calidad y ventas de Aerolíneas Argentinas a través de Web ex en la cual estuve presente; Cabe resaltar que esta fue una de las aerolíneas que con mi investigación previa pudimos contactar y se interesaron por nuestro producto. Esta presentación se hizo con el fin de presentar nuestro producto de MINT a las Aerolíneas Argentinas. A eso de las 9:00am inicio la presentación de MINT a esta Aerolínea Sur Americana, hasta el momento MINT solo tiene contrato con una sola Aerolínea Latina que es AVIANCA; se encontraban presentes 17 personas, 15 de las Aerolíneas Argentinas, mi jefe Frank y yo. Se inició con una presentación personal por ambas partes o integrantes de los dos distintos grupos de trabajo, tanto MINT como las Aerolíneas Argentinas, luego dimos a conocer un poco acerca de lo que es MINT y de lo que MINT hace, como por ejemplo quienes somos, luego ellos se dieron a conocer y más o menos diciéndonos cuál era el propósito del contacto, luego de esto nos dejaron continuar, luego empezamos hablando de nuestro producto en base a lo que ellos nos habían dicho pero con el fin de presentar todos los productos a ver si mostraban interés en algún otro, ese producto es el TMS, ya he hablado bastante del pero sus siglas al español se traduce a sistema de manejo de entrenamiento, después fuimos dando un recuento de todos los productos. Ya dada la información se siguió con la presentación del demo y de los accesos que MINT ofrece al sistema, como la página web, el Webassistant y el Web portal, dando la explicación de ellos brevemente. Cada uno tiene su función por ejemplo para el Web Portal le ingreso es más que todo para los usuarios del sistema, como los pilotos, y el Webassistant también se puede usar

para lo mismo pero es más que todo para la entrada de administradores internos del mismo sistema, los que lo adecuan para utilizarlo a su medida en la empresa contratante. Ya finalizando la presentación y volviendo a la oportunidad de negociación con las Aerolíneas Argentinas, respondimos algunas preguntas en general que ellos tienen como standard para saber si podemos llegar a ser su solución respectiva. La mayoría de las preguntas fueron acerca de si teníamos algunos otros productos los cuales ellos querían conocer y algunas otras fueron acerca de si esos productos que no teníamos era posible tenerlos en algún futuro disponible, cada pregunta se respondió con cautela y con grado de satisfacción para que las Aerolíneas Argentinas quedaran satisfechas, claramente sin mentirles en ninguna ocasión. Ya culminando nos dijeron que mostraron un interés en nuestro producto de evaluación de formularios o “Grade Sheets” que es más que todo una manera electrónica de calificar recursos humanos y que va de mano con el TMS, decidieron pedirnos una propuesta con precios, y que por favor fuera lo más pronto posible, a más tardar 2 días, terminada la presentación nos tomamos los siguientes dos días para preparar esa propuesta de negociación, ya que es una aerolínea bastante grande y tiene muchos empleados el precio se dio en promedio por cada empleado que tienen las Aerolíneas Argentinas que son más de 1000 empleados.

- Presentación de negocios con NETJETS y creación de propuesta de negocios, ya siendo esta la segunda intervención con la Aerolínea, obviamente no se empezó con lo básico que he venido diciendo durante todo este proceso, que es el de presentar a MINT y a nosotros mismos, más bien en esta intervención ya teníamos previsto y preparado la presentación base de nuestros productos de MINT en los cuales ellos mostraron interés, pues nos pidieron el paquete completo del sistema, se procedió a continuar con la presentación del DEMO que ya se había realizado

anterior mente, esta vez NETJETS mostro mucho interés, un alto interés en el TMS, el cual nos obligó a hablar más acerca de él y a profundizar en este tema, así que luego de terminar con la presentación procedimos a realizar el cuestionario de NETJETS, se respondieron todas las preguntas con un buen grado de satisfacción ya que todo lo que ellos buscan nosotros MINT lo poseemos en el momento y no tuvimos que decir no a ninguna pregunta, ya que el grado de interés por parte de NETJETS fue bastante alto decidimos invitarles al evento que se aproxima en los siguientes días en la ciudad de Cleveland, normalmente siempre que podemos invitar a estos posibles clientes para conocerles en persona así poder mejorar esa negociación con ellos, y poderlos archivar en la parte de oportunidades de nuestro sistema, NETJETS también nos pidió una propuesta de negocio incluyendo los precios, pero no con tanto afán como lo venían haciendo las diferentes empresas con las cuales ya habíamos hecho contacto, así que decidimos dejarlo para después ya que se aproximaba el evento y era lo primordial por ahora. Luego de que les invitaros al evento, aceptaron nuestra invitación y pudimos ver que íbamos en un buen camino en firmar algún contrato con la empresa NETJETS, así que los colocamos en nuestro sistema de posibles oportunidades, el cual como ya había mencionado fue en parte idea mía hacerlo dentro del sistema ya que la misma empresa MINT lo hacía manualmente y se archivaba en físico, debido a esto tuve que llenar una hoja informática de más de 100 posibles clientes dentro del sistema incluyendo a NETJETS, y esto nos dio más orden y estabilidad para MINT.

- Preparación de evento SABRE y viaje a la convención de Cleveland, Ohio en USA con referencia al TMS y LMS. Se realizó y se planifico el nuevo folleto de presentación para la convención que se aproxima, este folleto decidimos cambiarlo porque el que había antes ya estaba muy desactualizado, según la actualidad de MINT tuvimos que escoger la información y

separarla en dos tipos de folletos, el de nuestros productos nuevos y viejos y el de los clientes nuevos y clientes nuevos que MINT con los que MINT obtuvo contrato recientemente o ya tenía con ellos y aun lo tiene, con alguna información tal como quienes llegaron, quienes se fueron, porque nos eligieron para mostrarlo de manera atractiva, así que primero tomamos toda la información e hicimos un borrador del contenido de ambos folletos, luego de escoger la información adecuadamente y distribuirla en ambos folletos, sacamos un tablero grande que hay en la empresa y empezamos a hacer como una lluvia de ideas para darle orden a esos folletos, así que imprimimos y pegamos toda esa información en ese tablero y le empezamos a dar un orden, a darle un toque atractivo en cuanto a imágenes, un aspecto agradable de leer. Ya organizada la información y hecho el bosquejo a través del tablero, pasamos a darle los toques finales para luego poder imprimirlos a gran escala para llevarlos a la convención en Cleveland y pues como había mencionado este es el plan de estos folletos y pues también cambiar el antiguo que estaba bastante desorganizado y viejo. Desafortunadamente como es en USA no puedo asistir al evento, pero tuve la oportunidad y la suerte de participar en el proceso de creación y de trabajar con el grupo de trabajo en mejorar esta estrategia de marketing, bueno finalizando el trabajo de estos folletos, lo hicimos con el fin de darnos a conocer en la convención y llamar la atención de nuevos clientes. Luego del regreso de mi jefe Frank de su viaje que duro 1 semana, me entrego toda la lista de los posibles clientes que se obtuvieron gracias a las conferencias dadas por él y por el material de trabajo que se realizó acá en la empresa, también me dio unas fotos y me comento como había sido el viaje para que yo realizara una pequeña presentación para enviar por el correo interno a todos los empleados de MINT, ya que como había comentado antes siempre se tiene que tener informado a todos los participantes en la compañía del trabajo que realizamos (Marketing).

- Presentación Web ex a la Aerolínea Comercial Australian Airlines, presentación de DEMO con su respectiva propuesta de negocios, posible oportunidad con un alto grado de interés y posible oportunidad de negociación con esta Aerolínea, estuvimos presentes El director general de Ventas y Marketing de MINT Frank Hugger, que es mi jefe y yo, por parte de ellos un grupo de 15 personas que son los que trabajan en ese mismo sector mencionado. Esta oportunidad de negociación tuvo el casi el mismo procedimiento que las demás, pero siempre se hace enfoque en lo que el posible cliente quiere obtener, ya después de finalizar con ese enfoque procedemos a seguirles hablando de nuestros otros productos, como funcionan y si les gustaría llegar a obtenerlos también, ofreciendo como tal el paquete completo de MINT, a veces es bueno y a veces no porque hay empresas como American Airlines que simplemente quieren algo del producto de MINT mas no todo el producto, ya en una oportunidad de negocios que tuvimos con ellos nos dijeron que ellos estaban buscando algo que tuviera y estuviera solo familiarizado con el tema de TMS, mas no todo el sistema de MINT, así que nosotros para poder continuar negociando con ellos solo tuvimos que enfatizarles ese producto. Volviendo a Australian Airlines, finalizando respondimos una serie de cuestionarios que nos impusieron para ver si podíamos satisfacer sus necesidades, se realizó con mucho éxito, y decidieron pedirnos una propuesta de negocio para los siguientes días.

- Reunión con American Airlines con respecto a la oportunidad de negocio. Se realizó una reunión con el gerente de la empresa MINT, el director de ventas y marketing, y yo, vía telefónica para aclarar unas pautas que se habían ya hecho con la aerolínea American Airlines para mirar una opción de negocio y llegar al contrato, más que todo como la negociación va

bastante avanzada, cabe aclarar que aun así la negociación valla con este rumbo positivo puede llegar a caerse en cualquier momento ya que es bastante difícil negociar con estos gigantes mas no imposible, entonces como decía ya como la negociación está en este nivel, solo se habló de precios y como MINT podía llegar a hacerles una oferta agradable para poder acceder por parte y pare a un posible contrato, la modalidad que utilizamos fue la que siempre utilizamos para este tipo de empresas que manejan demasiado personal, que es el precio por instalación del producto, el precio más bajo posible por cada empleado de American Airlines, por cada producto adquirido más otros costos que vienen incluidos dentro del paquete que no se cobran directamente, ya finalizando se decidió acordar un encuentro personal para llevar la oportunidad de negociación al siguiente nivel, la fecha quedo predispuesta para ser anunciada durante el transcurso de la semana y así finalizo la reunión, de mi parte note un grado de interés bastante alto, puede llegarse a un acuerdo ya que no pusieron peros por los precios y fueron bastante atractivos para ellos.

- Contacto con las empresas, que se pronunciaron en el evento de Cleveland USA. Cuando mi jefe Frank volvió de su viaje, él me puso en la tarea de agregar al sistema a esos posibles clientes y luego a través de correos poder contactarles con el fin de crear oportunidades de negocios con estas distintas aerolíneas. Fueron 15 las compañías que tuve que contactar a través de correos con un correo standard que Frank me dio, obviamente cambiando el tema de interés por parte de cada una de las aerolíneas, y así esperar respuesta para que Frank pueda hablar directamente por teléfono con ellas para luego poder pasar a presentar el DEMO y hacer la conferencia a través de Web ex.

- Adición al sistema y creación de formularios de evaluación para la empresa que regula la legalidad de licencias de pilotos en Alemania llamada LBA, todo este con el fin de presentar la manera correcta de crear y almacenar este tipo de formularios de evaluación, entonces lo primero que se hizo fue analizar el formulario físico el cual se me fue entregado para ingresarlo al sistema, ya con esta información, se procedió a crear el formulario dentro del sistema. Con este formulario mi Jefe Frank lo pretende presentar en un viaje que tiene de nuevo a los Estados Unidos en otro evento importante en la ciudad de Cleveland, y también presentar lo fácil que es trabajar con el sistema de MINT, además lo va a presentar en una reunión que tiene con BOMBARDIER en Canadá.

- Plan de Marketing diseñado por mí para entrar o atacar el mercado Sur Americano en los sectores de la aviación y sistemas de aprendizaje masivo, es decir, escuelas de pilotos.

- ❖ El objetivo principal de este plan de marketing es identificar nuevas oportunidades de negocio en todos los países posibles en Sur América. Hasta ahora MINT posee una lista de 30 clientes a los cuales se les está brindando soluciones, pero con un plazo hasta el 20 de Julio de 2015 poder entrar en contacto con 20 de las 45 empresas las cuales fueron investigadas previamente desde el 14 de febrero de 2015 hasta el 16 de abril de 2015, y de esas 20 empresas filtrarlas y obtener un numero de 10 empresas interesadas en el producto MINT como oportunidades viables de contacto y negociación y de esas 10 coger por lo menos 5 y enviarles propuestas de negocio para agregarlas al sistema MINT.

- ❖ Repaso general del plan de Marketing con fines de atacar el mercado Sur Americano.

Tenemos que indicar la dirección y el enfoque en la que MINT se mueve en el mercado actual, cual sería como tal la prioridad en cuanto al tipo de empresas a las cuales se van a contactar, utilizando la experiencia que MINT posee en el mercado de la aviación, definir los recursos necesarios que se tienen como el presupuesto y los recursos humanos para maximizar las oportunidades de negocio y así alcanzar el objetivo, asegurar una orientación al mercado y al cliente consistente y soporte para crear relaciones a largo plazo coordinando esas estrategias de MINT con las actividades mencionadas para que MINT pueda dar solución y satisfacer esas necesidades que la competencia no puede reforzando lo que se tiene y por ultimo tenemos que llevar una revisión constante del proceso que MINT tiene dentro de este mercado, cuales actividades tienen éxito y cuales hay que corregir para que tomen el rumbo adecuado e ir revisando que lo que se quiere cumplir se esté logrando como debe de ser que es entrar en el mercado Sur Americano.

❖ Análisis de la situación actual de MINT a nivel global.

MINT es el actual líder del mercado de software de aviación en el mundo, cuando hablamos del número de clientes comparado con la competencia directa de MINT, a pesar de que tiene una pequeña cuota de 30 clientes que podríamos colocar en los diferentes sectores de la aviación como: Aerolíneas Comerciales o de aviación con un 100% de participación, proveedores de entrenamiento, MRO o ingeniería y mantenimiento técnico con una participación del 100% y de los demás con un 0% de participación.

❖ Visión general del mercado potencial en el entorno de la aviación.

En todo el mundo existen más de 300 aerolíneas ya sean comerciales o de carga, en Latino América existen más de 60 aerolíneas que operan en el área a la cual se quiere llegar o atacar y en Sur América son más 40. En todo el mundo existen más de 280 organizaciones que se encargan o que operan como entrenadores de pilotos y en Latino América y especialmente en Sur América la mayoría de las Aerolíneas poseen estos lugares o zonas de entrenamiento para sus pilotos, además existen empresas que se dedican únicamente a ello que son más de 100 en Sur América, hasta el momento el potencial sin explorar en general “business Aviation” y escuelas de aviación, el posible potencial en la industria de suministro de la aviación en la parte de gestión de licencias para Sur América y por último en la industria de recursos humanos de la aviación hablando de ingeniería y servicios de empleo temporal en Sur América.

❖ ¿Que ofrece MINT actualmente?

Solución todo en uno para TMS, Record MGMT, Compliance, AQP/ATQP, SAAS, toda flexibilidad de configuración y planteamiento, ingreso personal e individual, LMS integrado y posibles pre configuraciones por las necesidades individuales del cliente.

❖ Análisis DOFA para mirar cómo se encuentra MINT interna y externamente en el mercado actual.

1. Fortalezas: MINT posee 17 años de experiencia en el campo de la aviación, dándole un fuerte poder e influencia en este sector, una RED global de clientes interactuando y negociando con muchas empresas alrededor del mundo, una relación cercana y a largo plazo con sus clientes, una poderosa plataforma a una gran variedad de necesidades, es decir, productos, un equipo multinacional entrenado, capacitado y motivado, representantes en diferentes países y una muy buena reputación de acuerdo a sus clientes “Made in Germany” y por ultimo tenemos una oficina en Colombia que puede brindar soporte en español.

Bueno y como debemos aprovechar y utilizar estas fortalezas. Primero que todo continuar utilizando la fuerte influencia en el campo de la aviación como un argumento de ventas, un continuo desarrollo y arreglo de su portafolio de productos, seguir buscando empleados entrenados con experiencia en la aviación o que demuestren un gran interés por la aviación y la compañía, llegar a ser certificados por “Made in Germany” para ser más reconocidos y un continuo crecimiento de clientes a nivel mundial.

2. Debilidades: MINT no posee experiencia en otros sectores o campos aparte de la aviación, los precios de los productos pueden llegar a ser muy altos dependiendo del tipo de usuario y pueden llegar a ser muy poco atractivos para las empresas pequeñas, la actividad global necesita de un soporte 24/7 por los distintos horarios que se presentan y siempre se tiene que tener disponibilidad, relativamente existe un pequeño grupo de trabajo en ventas acá en MINT, desarrolladores, creadores y soporte, Nadie habla español solo yo, solo tenemos un cliente el cual nos hace inexpertos en esa zona, y por ultimo hay un espacio limitado acá en la sede principal de Kiel y no se puede seguir creciendo a menos de que hallan cambios.

Bueno y para abolir esas debilidades debemos crear algunos objetivos y un plan de proyecto. Primero sería hacer pruebas puntuales con nuevos tipos de industrias, reducir la cantidad de días en la fase de implementación y entrenamiento del sistema en las propuestas para hacer más viable y atractivo los precios del producto, encontrar una solución para dar soporte las 24/7 y por ultimo trabajar desde casa, conseguir nuevos espacios y tener más libertad fuera de la oficina.

3. Oportunidades: Nuevo desarrollo de productos que están en marcha, capacidad y niveles muy altos de innovación con la aplicación de nuevas tecnologías, sectores no explorados aun en la industria de la aviación y lugares como Sur América a pesar de que el único cliente que MINT tiene allá sea AVIANCA, incremento de conciencia y obligaciones para dar soluciones electrónicas TMS, es decir, MINT vs Excel que es su competencia directa y obtener alianzas como la que se tiene con la compañía SABRE, la mayoría de compañías en este sector no trabajan con algún software que les aporte soluciones, por último la débil competencia que hay en este mercado dentro del marco Sur Americano

Objetivos y proyectos para estas oportunidades tales como estar activamente comunicados internamente, creación de la sección de las noticias actuales de MINT como ya había dicho q habíamos empezado a hacer dentro de las actividades del marketing, estar activamente haciendo campañas de mercadeo para alcanzar a nuevos clientes potenciales y oportunidades de negocio, pero seguir enfocados en la industria de la aviación, Excel es un nuestra competencia más fuerte, tenemos que aprovechar esa oportunidad de demostrarlo a través de nuestros productos de marketing y eventos para promover las ventas y por ultimo promover nuestra alianza con SABRE para atraer más clientes.

4. Amenazas: Falta de conocimiento si la competencia opera directamente en los países Sur Americanos, como también la falta de representantes en esos países, ya que solo se cuenta con representantes en Colombia, se percibe una complejidad con el sistema, es decir, es bastante difícil acostumbrarse al uso del mismo, todo lo que se está desarrollando y se espera del TMS de MINT puede llegar a ser un poco pesado y costoso para algunos tipos de clientes, posible pérdida de clientes por la falta de novedades o de algunos productos que piden y MINT no tiene, el fuerte crecimiento de la competencia a nivel global, a pesar de que en Sur América no se tiene mucha competencia para todas las soluciones que MIT ofrece, si las hay en algunos productos que se tiene pero a nivel mundial si existen varias compañías que por falta de conocimiento aún no sabemos si operan en Sur América y por último se sabe que SABRE no está cumpliendo con el 100% del compromiso que se hizo y esto causa un impacto negativo en la empresa, ya que por unas fallas en el contrato SABRE obtuvo mayores beneficios que MINT y esto podría afectar los recursos que se necesitan para financiar la entrada al mercado Sur Americano.

Plan de proyecto para evitar estas amenazas. Primero en el momento de entregar nuestro producto para optimizar costos y ser más atractivos en el mercado tenemos que entregar nuestro producto previamente configurado para ahorrar tiempos, dar posibles ediciones de MINT a los diferentes clientes que se tienen para evitar los precios altos, limitadas pruebas con los nuevos tipos de industrias ya que no se tiene conocimiento alguno de ellos, no se puede entrar a competir en esos mercados si no hay experiencia alguna de ellos, incrementar el esfuerzo y grupo de trabajo en la parte de marketing y ventas ya que son muy pocos los que participan, es más en este momento somos 2 en la sede principal mi jefe y yo, rehacer el contrato con SABRE para evitar la exclusividad que tienen por algunas fallas en las cláusulas del contrato anterior y por ultimo

entrar en contacto con el grupo de ventas de SABRE, es decir, una mayor participación por parte de ambas compañías para aumentar esas ventas.

❖ Análisis de la Competencia actual de MINT a nivel global.

Estas son algunas de las compañías que consideramos como competencia en este sector de la aviación y las vamos a distribuir de acuerdo al producto en el que se desempeñan.

1. TMS, Scheduling, record Keeping, AQP/AQTP.

- PRODEFIS (Aviación, 12 clientes)
- Britannica (Aviación y no-aviación, 20 clientes)
- AQT solutions (Aviación, No de clientes desconocido)
- Compliance (desconocido)
- Comply 365 (desconocido)
- Nivel7 (2 clientes en la aviación)
- Bart (desconocido)

2. LMS.

- Pelesys (Aviacion, No de clientes desconocido)
- Nivel7 (2 clientes en la aviación)

3. Manejo de operaciones, planeamiento de producción y escuelas de vuelo.

- Ocean (Escuelas de vuelo, asuntos Militares)
- Flight Schedule Pro (Escuelas de vuelo)
- Ramco Systems (MRO, aerolíneas)

- Rusada (Ops, aerolíneas)
 - Solutek MRO
 - Volartec MRO
- ❖ ¿Qué hace la competencia que MINT no tiene?
- Prodefis predefine los objetos o recursos de evaluación y clasificación (grading ítems), también pre configuración de opciones y propiedades.
 - Comply 365 ofrece una edición de mantenimiento de almacenamiento de registros puro, es decir, a bajos precios.
 - Pelesys ofrece un alto contenido de LMS.
- ❖ Análisis de la competencia a nivel Sur Americano de MINT.

No existe mucha competencia a nivel Sur Americano para MINT, debido a la falta de tecnología aplicada para este tipo de soluciones, es decir, que la competencia es muy débil en ese sector y en ese mercado, pero si hay algunas compañías que están en el desarrollo de softwares con algunos de los productos que MINT ofrece y más que todo para la parte de mantenimiento técnico para el sector de la aviación, estas son algunas de las empresas que entrarían a competir con MINT en el mercado Sur Americano. Algunas de las competencias a nivel mundial que mencione no se tiene conocimiento alguno de si están operando en Sur América, pero de acuerdo a la información encontrada la mayoría de ellas solo operan a nivel regional de acuerdo a su país de origen, según

un informe que encontré de economía que me atrevo a utilizar para mi estudio, dice que “compattia (2012)”, pudieron verificar la correlación que existe entre el desarrollo económico y la inversión que realizan los países en tecnologías de información y software, según estudios realizados por compattia dice que la inversión que se realiza por parte de los países a nivel mundial en promedio es del 7,5%, pero en Latinoamérica ese promedio está por debajo del 2%. Así que concluyo que sería buena opción invertir en este mercado debido a su baja calidad de competencia y y tecnología.

- BART Software Company (450 clientes, pero en diferentes sectores y mercados, pero cuando hablamos del sector de la aviación es indefinido y solo se manifiesta en gestión de mantenimiento técnico)
- Aviación Solutek (Sector de la aviación pero igualmente en la gestión de Software para mantenimiento Técnico con un número indefinido de clientes)
- Soluciones BPM (diferentes sectores y mercados, en la aviación solo hablamos de gestión de mantenimiento)
- Alkym by Volartec (Gestión y control de mantenimiento aéreo, con más de 60 clientes a nivel mundial, y más de 30 a nivel Sur Americano, así que podríamos decir que esta es una de las competencias más grandes que tiene MINT en Sur América debido al número de clientes, a pesar de que solo se trate de mantenimiento).
- Nivel7 es una compañía que se especializa en TMS y LMS en Latino América, y posee una gran cantidad de clientes por todo lo que hacen pero en la aviación solo tienen 2 clientes por el momento.

4. Aportes

Lo aportado por mí a la compañía MINT fue diseñando un plan de marketing para ver si se puede entrar a competir dentro del sector de la aviación y entrenamiento masivo en Sur América, también ayude a organizar las posibles oportunidades de negocio que se presentaron durante mi estadía en la empresa dentro del sistema, facilitando el uso y la información de los clientes y posibles clientes que se consiguieron, también ayude a organizar los eventos que se venían durante los meses de febrero y julio de 2015, para facilitarle el trabajo a mi jefe Frank, aportando ideas y creando modelos de folletos y mercancía de marketing para poder presentarlas en los esos eventos de los que hablo, ayude a contactar a 1 empresa Sur Americana la cual es Aerolíneas Argentinas para entrar en negociaciones con ellos, debido a esto pudimos presentarles nuestra introducción de MINT y el DEMO logrando que nos pidieran una propuesta de negocio, Se realizó una investigación del mercado de la aviación en Sur América, ubicando a todas esas aerolíneas que operan en el sector de la aviación, con el fin de conseguir nuevas oportunidades de negocios, estuve presente durante todas las negociaciones que se realizaron en el periodo de los 6 meses de mi estadía en MINT, intentando darle soluciones a mi jefe Frank con respecto a algunas ideas que tuve en mente durante los procesos de negociación, más que todo esto fue lo que yo pude hacer por la compañía, y finalizando la compañía pudo hacerme entender cómo funciona el mundo de los negocios internacionales dentro del sector de la aviación, me enfocaron a cómo realizar un buen plan de marketing para poder ejecutarlo, me ayudaron a llevar mi vida profesional a otro nivel en el cual me siento capacitado para poder aportar soluciones durante mi ejecución de mi carrera profesional, aprendí a ser más responsable los momentos dados, también me hicieron parte de su grupo de trabajo aprendiendo mucho el valor de trabajar en equipo y por

ultimo tuve un énfasis en las ventas y en las negociaciones, como tal aprendí como realizar un procedimiento eficaz y eficiente durante una negociación el cual me ayudó mucho a ver las negociaciones de diferentes puntos de vista para abrir más mi mente y poder darme cuenta en que quiero especializarme cuando termine mi carrera que son las ventas y el Marketing, y por ultimo me enseñaron a como evaluar y realizar un contrato como es debido.

5. Conclusiones

Puedo concluir esta práctica fue una experiencia muy gratificante y rica en conocimiento la cual voy a poder aplicar durante mi vida profesional ya que pude vivir momentos de negociaciones reales, pude ver como se mueve el mundo de las ventas y el marketing en un ambiente real, lo cual sé que me va a servir demasiado al momento de aplicar mis conocimientos en la vida profesional, también puedo concluir que esta experiencia de trabajar en otro país fue muy emocionante y a la vez difícil pero pude superar mis expectativas llevando a cabo todos los procesos que se me fueron impuestos sin ningún problema, pude crear 1 nueva oportunidad de negocio para la compañía adentrándonos en un nuevo mercado al cual yo pude ingresar, salir de mi zona de confort y trabajar en otro país me hizo más responsable como persona y como profesional cumpliendo con todas las regulaciones y normas que se me fueron impuestas en Alemania, logrando ser parte del grupo de trabajo de MINT, pude realizar con eficacia y eficiencia un plan de marketing el cual tuve que sustentar en frente de mis compañeros de trabajo, fui un gran apoyo para ellos y ellos un gran apoyo para mí ya que por parte y parte logramos conseguir grandes cosas y nos aportarnos mutuamente logrando lo que se quería lograr para cada uno de nosotros y por ultimo puedo concluir que pude lograr un posible puesto de trabajo dentro de esta compañía más adelante ya que no me he graduado pero si me dieron grandes esperanzas de trabajo para botar por un puesto en el cargo de Director de marketing y ventas de Latino América, al terminar mi practica tengo la posibilidad de presentar mi proyecto al gerente y a mi jefe el director de marketing y ventas, durante una exposicion de 1 hora y dejarles claro lo que investigue y desarrolle para ellos.

6. Recomendaciones

Para empezar lo esencial en realizar una práctica en el exterior donde no hablan tú mismo idioma, es saber por lo menos un segundo idioma el cual posiblemente podría ser el inglés ya que es el idioma global actual, y también hay que tener algún conocimiento previo del idioma natural del país al cual vas a asistir, por ejemplo en mi caso el alemán, es mejor saber lo que piensan tus compañeros de trabajo en su misma lengua, siempre lo es. Otras recomendaciones que les puedo dar es tener en cuenta algunos hechos interesantes que pude observar con respecto al marketing durante mi estadía en MINT, estamos hablando de como optimizar y realizar planes de mercadeo con eficacia y eficientemente, como por ejemplo a tener en cuenta los medios sociales, ya que el internet es una herramienta básica para este tipo de investigaciones y cada vez es mayor el uso de las redes sociales como herramienta del marketing, también el contenido es parte importante de las estrategias de marketing dentro de una empresa, es decir, es muy importante que el contenido sea adecuado para toda audiencia para llegar a ser más atractivo, los eventos son una muy buena estrategia de marketing, siempre buscar estos eventos para promocionar la compañía y así mismo crearlos para llamar la atención de los clientes, los e-mails son una buena herramienta para contactar clientes y crear campañas de marketing para compartir más fácilmente el contenido con tus contactos y por ultimo hay que buscar maneras de optimizar esas búsquedas utilizando una buena herramienta que se me fue dada que es el google + ya que es una muy buena ayudando a realizar investigaciones.

Referencia bibliográfica

MINT Software Systems, 2015, "Who is MINT and their Mission". Recuperado el día 16 de Febrero de 2015 en <http://www.media-interactive.de/>

Apéndice

Apéndice A. Contrato

A). Contrato de MINT con la escuela de aviación QTAR AERONAUTICAL COLLEGE.

THIS EVALUATION AND CONFIDENTIALITY AGREEMENT is made this ... day of
2015

BETWEEN:

MINT MEDIA INTERACTIVE SOFTWARE SYSTEMS GmbH, a company incorporated under the laws of Germany whose principal office is at Fraunhoferstrasse 13, D-24118 Kiel, Germany ('the Company')

AND

QATAR AERONAUTICAL COLLEGE, incorporated under the laws of [Qatar] whose registered office is at [] ('the Customer')

WHEREAS the Company is a supplier of software solutions and services for Crew Training, Technical Training and Air Traffic Control Training and the Customer wishes to evaluate that

software and service to assess its suitability for use by the Customer

NOW THEREFORE in consideration of the mutual covenants and undertakings contained in this Agreement, the parties agree as follows:

1. DEFINITIONS

In this Agreement:

1.1 The following expressions shall have the following meanings unless inconsistent with the context:

'Confidential Information' means all information relating to the Company, the Product, the services (including, but not limited to, the Company's business, finances, customers, services and products) which is designated as confidential by the Company or which might reasonably be regarded as the confidential information of the Company, and which is communicated to or received in any way whatsoever by the Customer including, but not limited to, orally, in writing, electronically or obtained through observation. Without prejudice to the generality of the foregoing the software code and all aspects of the Product including its, appearance, functional specification and performance form part of the Confidential Information;

'Documentation' documents made available by the Company
to the Customer whether online or in hard copy

‘Evaluation Period’ has the meaning given in the Particulars Schedule;

‘Fees’ the licence fees shown in the Charges Schedule, if any

‘Permitted Purpose’ means the evaluation of the Product by the Customer for its own potential internal use

‘Product’ means the Company’s software set out in the Particulars Schedule

‘the Services’ means the Company’s services as set out in the Particulars Schedule

‘Use’ []

‘Users’ means the Company’s employees who are authorised to use the Service, Product and Documentation and have been supplied with user identifications and passwords

1.2 A reference to a statutory provision shall be construed as including a reference to that provision as amended, consolidated or re-enacted (whether before or after the date of the Agreement).

1.3 The masculine shall include the feminine and the neuter and the singular the plural and vice versa as the context shall admit or require.

1.4 References to clauses and Schedules are to clauses of and Schedules to this Agreement and the Schedules form part of this Agreement

1.5 References to the parties are to the parties to this Agreement.

1.6 The headings to the clauses of the Agreement are for ease of reference only and shall not affect the construction of this Agreement.

1.7 The words “include”, “includes”, “including” and “included” will be construed without limitation unless inconsistent with the context.

2. LICENCE

2.1 In consideration of the payment of the Fee (receipt of which is acknowledged) and of the undertakings given by the Customer in this Agreement the Company:

2.1.1 Grants to the Customer a non-exclusive non-transferable licence to Use the Product and the Service and the Documentation for the Permitted Purpose.

1.

2. 2.2 The licence to Use the Product, Service and the Documentation is granted on the terms and subject to the conditions of this Agreement (including the restrictions in the Schedules).

3.

4.

5. 2.3 The licence of the Product and Documentation shall commence on the date set out in the Particulars Schedule and shall continue for the Evaluation Period or until terminated in accordance with clause 2.11.

6.

7. 2.4 Except as expressly permitted by this agreement the Customer shall not permit the use of or access to the Product, Service or Documentation by any third party.

8.

2.5 The Customer may not make copies of the Documentation.

9.

2.6 The maximum number of Users shall not exceed the number set out in the Particulars Schedule.

10.

11. 2.7 The Customer shall keep exclusive possession of and control over all copies of the Documentation delivered to it or made by it and shall effect and maintain adequate security measures to safeguard them from access or use by any unauthorised person.

12.

13. 2.8 Except as permitted by any applicable legislation, the Customer may not reverse engineer, reverse compile, disassemble, copy, adapt, modify or correct any errors in the Product or any part of them.

14.

15. 2.9 Save as expressly permitted by the Agreement the Customer agrees that it shall not itself or through any subsidiary, agent or third party copy, sell, transfer, lease, license, sub-license or otherwise deal with the Product, Services or the Documentation.

16.

17. 2.10 The licences granted by clause 2.1 may be terminated:

18.

19. 2.10.1 forthwith by the Company if the Customer commits any material breach of this Agreement;

20.

21. 2.10.2 forthwith by the Company if the Customer being a body corporate shall present a petition or have a petition presented by a creditor for its winding up or shall convene a meeting to pass a resolution for voluntary winding-up or shall enter into any liquidation (other than for the purposes of a bona fide reconstruction or amalgamation) or shall call a meeting of its creditors or shall have a receiver, manager, administrator or administrative receiver appointed over all or any of its undertakings or assets, or shall be deemed by virtue of Section 123 of the Insolvency Act 1986 (or by its successor) to be unable to pay its debts.

22.

23. 3 LICENCE FEES

24.

25. 3.1 The Customer will pay the Fee to the Company on the date of this Agreement in the currency shown in the Charges Schedule without deduction of any bank charges or commissions.

26.

27. 3.2 The Fee [does not include] [includes] the cost of delivering the Product and the Services and installing them which will be the subject of a separate agreement.

28.

29. 3.3 No sum due under this Agreement shall be regarded as paid until the date of the actual receipt of cleared funds by the Company or its bankers.

30.

31. 3.4 The Fee is net and exclusive of any taxes, duties or other additional sums including Value Added Tax, withholding tax, import or other successor duties and any bank charges, commissions or deductions which shall be payable by the Customer.

32.

33. 3.5 If any sum due from the Customer to the Company is not paid by the Customer by the due date in accordance with this clause the Company reserves the right (without prejudice to its other rights and remedies) to charge interest

on the outstanding sum until payment at the rate of 1.5% per month or the outstanding balance. The Customer shall pay such interest on demand.

4. CONFIDENTIALITY

4.1 The Customer agrees that it will at all times keep the Confidential Information secret and confidential, that it shall take all necessary and appropriate action to safeguard the Confidential Information and that the Confidential Information shall be stored and handled in such a way as to prevent unauthorised disclosure.

4.2 The Customer shall not at any time except as expressly permitted by this Agreement or otherwise without the prior written consent of the Company:

4.2.1 use any of the Confidential Information otherwise than for the Permitted Purpose and (without prejudice to the generality of the foregoing) shall not use any of the Confidential Information for research into or development, production or marketing of any product or service which does not form part of the Permitted Purpose; or

4.2.2 disclose any of the Confidential Information to any third party, other than those of its employees or consultants who are required in the course of their duties to receive and acquire the same for the Permitted Purpose; or

4.2.3 permit or procure any third party to act on or use any of the Confidential Information

(whether or not such third party is aware of the confidentiality of such Confidential Information);
or

4.2.4 modify, copy or reproduce the Product or any Confidential Information save to the extent necessary for the Permitted Purpose.

5. DISCLOSURE TO EMPLOYEES

5.1 The Customer shall ensure that those of its employees who become aware of any of the Confidential Information or who use or otherwise come into contact with the Product or Service shall keep the Confidential Information secret and confidential in the manner provided for in this Agreement and shall not use the Confidential Information for any purpose other than the Permitted Purpose.

6.1. The Customer shall notify the Company immediately upon becoming aware of a breach of clause 5.1 and shall give all assistance reasonably requested by the Company in order to take action against any such employee.

6. EXCLUDED INFORMATION

The obligations pursuant to this Agreement shall not apply to any Confidential Information which:

6.1 is already lawfully in the possession of the Customer prior to its disclosure to the Customer by the Company;

6.2 becomes publicly known, otherwise than as a consequence of a breach of any confidentiality obligations arising under the provisions of this Agreement or any other agreement;

6.3 is developed independently by the Customer;

6.4 is disclosed by the Customer to satisfy a legal demand by a competent court of law or governmental body ('Government Authorities') provided that if reasonably possible in these circumstances the Customer shall advise the Company prior to disclosure so that the Company has an opportunity to defend, limit or protect against such production or disclosure. The Customer shall disclose only that portion of the Confidential Information which it is legally required to disclose and the Customer shall exercise its reasonable efforts to obtain a protective order or other reliable assurance from such Government Authorities that confidential treatment will be accorded to any Confidential Information required to be disclosed; or

6.5 is disclosed to a third party pursuant to written authorisation from the Company.

7. RETURN OF CONFIDENTIAL INFORMATION

7.1 The Company may demand the return of the Confidential Information from the Customer

at any time by written notice to the Customer.

7.2 The Customer shall within 7 days from the receipt of notice, served under the provisions of Clause 7.1, deliver or procure the delivery to the Company or to its order each and every copy of the Product, in whole or in part, in any form as well as all original and copy documents and things reproducing, containing, embodying or made according to the Confidential Information ('Confidential Material'), together with a certificate signed by a director of the Customer certifying that such documents and things so delivered comprise all Confidential Material in the Customer's power, possession or control and that no Confidential Material has been retained by the Customer or in circumstances where it may come to the power possession or control of the Customer. Any document which physically is incapable of being delivered or has been created by or by an employee or professional adviser of the Customer and includes Confidential Information of the Company shall be destroyed in lieu of its being delivered to the Company, the Customer shall include particulars of any such document and its destruction in the certificate referred to above.

8. TITLE

All Confidential Information of the Company is acknowledged by the Customer to be the property of the Company and the disclosure of the Confidential Information shall not be deemed to confer any rights to that Confidential Information on the Customer. All intellectual property rights in the Product shall remain vested in the Company and shall not pass to the Customer and the Customer shall receive no rights to the Product or to use the Product other than those rights

specifically granted to it under this Agreement.

9. DISCLAIMER

9.1 Any Confidential Information shall be supplied solely to assist the Customer to carry out the Permitted Purpose and is accepted by the Customer on the basis that although the Company has made reasonable efforts to ensure that the Confidential Information will be helpful, the Company gives no assurance as to its accuracy, completeness or adequacy for that purpose. The Customer shall rely exclusively on the results of its own investigation.

9.2 The use by the Customer of the Product shall be at the sole risk of the Customer. The Customer shall be responsible for ensuring that the integrity of its other systems and data are not affected by the Product and the Company shall not be liable to the Customer for any loss or damage caused by or arising from the use by the Customer of the Product whether direct, indirect or consequential other than liability which cannot be excluded by law.

10. PUBLIC ANNOUNCEMENTS

The Company shall be entitled to refer to the Customer as a customer of the Company on any and all marketing material and shall be entitled to issue a press release regarding the use of the software by the Customer and shall be entitled to use the Customers logo and/or any trade mark subject to the Customers prior approval which shall not be unreasonably withheld or delayed.

11. REPRESENTATIONS AND WARRANTIES

11.1 Each party represents and warrants to the other that it is a corporation duly organised and validly existing in the jurisdiction of its incorporation. Each party represents that it has full corporate power and authority to enter into this Agreement, and to do all things necessary for the performance of the Agreement. The Company warrants that the Confidential Information has not been provided in breach of any other agreement with any third parties.

11.2 The express terms of this Agreement are in lieu of all warranties, conditions, terms, undertaking and representations implied by statute, common law, custom, trade usage, course of dealings or otherwise, which are excluded to the fullest extent permitted by law.

12. INDEMNITY AND LIMITATION OF LIABILITY

12.1 The Customer agrees to indemnify the Company on a full indemnity basis and to keep the Company fully indemnified at all times against all liability arising from any failure by the Customer to perform its obligations under this Agreement and all claims, demands, actions, liabilities, proceedings, judgments, damages, costs (including legal costs) and expenses which are suffered, made or brought against or incurred by the Company in respect thereof.

12.2 Nothing in this Agreement excludes or limits the liability of either party for death or personal injury caused by that party's negligence or for fraudulent misrepresentation.

12.3 The liability of the Company in respect of physical damage caused to the Licensee's property as a result of the Company's negligence shall not exceed one million euros in respect of any one event or series of events.

12.4 Other than as specified in clauses 12.2 and 12.3 Agreement the Company shall not be liable for any direct loss or damage howsoever arising which may be suffered by the Licensee in respect of any breach of this Agreement or any representation or tortious act or omission (including negligence and breach of statutory duty) arising under or in connection with this Agreement.

12.5 The Company shall not be liable for any indirect or consequential loss or damage including (without limitation) loss of profit, loss of business, loss of custom, loss of revenue, loss of goodwill and loss of data howsoever arising which may be suffered by the Licensee in respect of any breach of this Agreement or any representation or tortious act or omission (including negligence and breach of statutory duty) arising under or in connection with this Agreement.

12.6 If notwithstanding the provisions of clauses 12.4 and 12.5 the Company is found liable for any loss or damage suffered by the Customer for which it would not otherwise have been held liable, the aggregate liability of the Company (other than the liability referred to in clauses 12.2 and 12.3) in respect of all losses, damages, costs, claims or expenses suffered by the Customer during the Term or thereafter and arising out of or in connection with:-

12.6.1 any and all breaches of the terms of the Agreement; and

12.6.2 any and all torts or breaches of statutory duty committed by the Company (or by any officer, employee, sub-contractor or agent of the Company) in connection with the performance or purported performance of its obligations under the Agreement;

shall not exceed € 1,000 (one thousand euros).

12.7 The parties have entered into this Agreement after due consideration and in the knowledge that the liability of the Company is to be limited in accordance with the terms of this Agreement on the basis of Permitted Purpose and that the Fee has been set accordingly. The Customer acknowledges that a higher price would have been payable but for such limitations.

13. ASSIGNMENT

13.1 Neither party shall be entitled to assign the benefit or burden of this Agreement.

34. [13.2](#) The Agreement is enforceable by the original parties to it and by their successors in title and permitted assignees. Any rights of any person to enforce the terms of the Agreement pursuant to the Contracts (Rights of Third Parties) Act 1999 (or any successor legislation) are excluded.

14. AMENDMENTS

No amendment or waiver of any of the provisions of this Agreement shall be effective unless made in writing and signed by both parties to this Agreement.

15. ENFORCEMENT

No delay on the part of any party in exercising any right, power or privilege hereunder shall operate as a waiver thereof, nor shall any waiver on the part of any party of any such right, power or privilege, nor any single or partial exercise of any such right, power or privilege preclude any further exercise thereof or the exercise of any other such right, power or privilege. The parties agree that the Company would be irreparably injured by a breach of this Agreement by the Customer and that the Company shall be entitled to equitable relief, including injunctive and specific performance, in the event of any breach of this Agreement by the Customer.

16. ENTIRE AGREEMENT

This Agreement contains the entire agreement of the parties with respect to the subject matter of this Agreement and supersedes all prior agreements between the parties, whether written or oral, with respect to the subject matter of this Agreement. This clause shall not exclude the liability of either party in respect of any fraudulent misrepresentations made by it to the other.

17. SEVERABILITY

In the event that any one or more of the provisions contained in this Agreement shall for any reason be held to be invalid, illegal or unenforceable in any respect, such invalidity, illegality or unenforceability shall not affect any other provision of this Agreement and this Agreement shall be construed as if such invalid, illegal or unenforceable provision had never been set forth herein, and the Agreement shall be carried out as nearly as possible according to its original terms and intent.

18. TERMINATION

The obligations set forth herein shall survive after termination of the Permitted Purpose and after the return of any Confidential Information.

19. EFFECT

This Agreement shall also be binding upon and protect the Confidential Information of any company or organisation within the parties' group of companies (as defined in sections 736 and 726A of the Companies Act 1985) or any organisation which is majority owned by or has majority ownership of that party or of which that party has or is subject to its management control.

20. COUNTERPARTS

This Agreement may be executed in counterparts, all of which shall constitute one agreement.

21. NOTICES

Any notice required or permitted under the terms of the Agreement or required by law shall be in writing in the English Language and shall be delivered in person sent by first class mail, air mail or sent by fax to the Authorised Representative or Authorised Officer of the party to whom the notice is being given at the address or fax number stated in this Agreement. It shall be deemed to have been given upon delivery (if delivered in person) 48 hours after having been posted or 24 hours after having been sent by fax.

22. CHOICE OF LAW AND SUBMISSION TO JURISDICTION

22.1 This Agreement shall be governed by and interpreted in accordance with English law.

22.2 The parties hereby submit to the non-exclusive jurisdiction of the High Court of Justice in England, but this Agreement may be enforced in any Court of competent jurisdiction.

The Parties have shown their acceptance of the terms of this Agreement by signing it below:

PARTICULARS SCHEDULE

Maximum Number of Users:	20 (Twenty)
Product:	MyMint Portal with following capabilities 1. users can change passwords 2. user can enter and edit pilots (additional properties like date of birth, nationality, etc may be included and also maintained) 3. users can perform unlimited grading for pilots with MPL GradeSheet 4. users can run pre-defined evaluations based on the data collected from MPL GradeSheets
Evaluation Period:	The period commencing on 01.07.2014 and ending on 30.09.2016.
Services:	The online Services provided by the Company via the website url mpl.mint-online.com or such other website as notified to the Customer which shall be limited for the Permitted Purpose.
Fee:	€1.00 (one euro)

Apéndice B. Propuesta de American Airlines impuesta a MINT

B). Propuesta de American Airlines impuesta a MINT para observar si MINT puede aportar las soluciones que American Airlines está buscando.

Training Management System

AMERICAN AIRLINES

DOCUMENT VERSION 3.0

02/09/15

American Airlines 

Prepared by
American Airlines, Inc.

Department
Operations Technology

©2002-15, American Airlines, Inc. All rights reserved.
Printed in the U.S.A.

This documentation is the confidential and proprietary intellectual property of American Airlines, Inc. Any unauthorized use, reproduction, preparation of derivative works, performance, or display of this document, or software represented by this document is strictly prohibited.

American Airlines and the American Airlines logo design are trademarks and/or service marks of American Airlines, Inc. All other trademarks, service marks, and trade names are owned by their respective companies.