



Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto
Universidade de São Paulo



Monica Herrero

Palestra - Pessoa Empreendedora

Disciplina: RAD2103 – Empreendedorismo
Prof.a Dra. Simone Vasconcelos Ribeiro Galina



Mônica

Mãe da **Carolina** e
do **Felipe**.

Formação Acadêmica

- Graduada em Matemática - PUC
- MBA – FGV
- Digital Transformation Programme - INSEAD
- Pós-graduada em Psicologia Positiva - PUC
- Mestrado FEARP/USP – Minter (em curso)

Orientador : Prof. Dr. João Luiz Passador



MONICA HERRERO

EX-CEO Brasil

- **Eleita** em 2019 pela **Forbes** entre os **melhores CEO's do Brasil.**
- **Eleita** em 2018 pela **Forbes** entre as **mulheres mais poderosas do Brasil.**
- **Reconhecida** pela mídia entre as **5 mulheres mais influentes de tecnologia.**

Experiência Profissional

- SERPRO
- Banco Multiplic
- Banco Garantia
- Stefanini
- Conselho de Empresas
- SPTECH
- BR Angels

Stefanini

41
Países

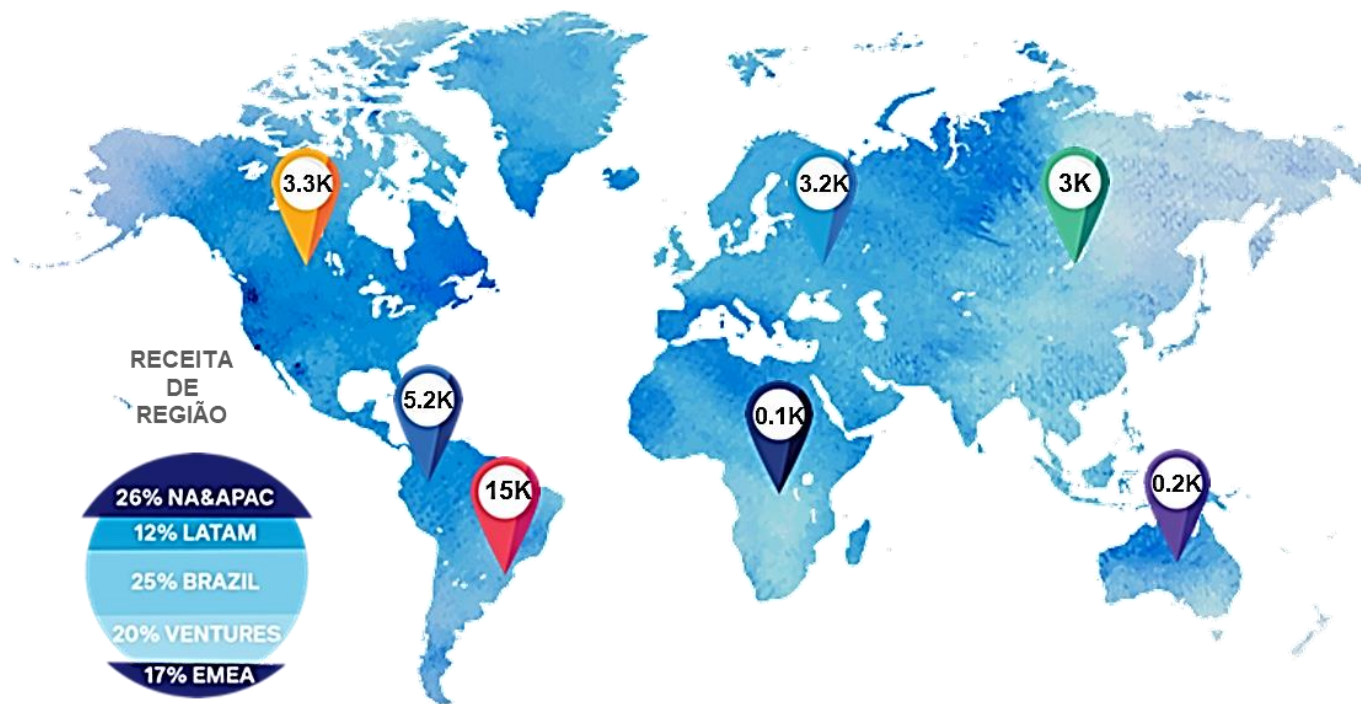
30K
Pessoas

44
Línguas

2,500
Cidades

Lucrativo e crescente ano a ano desde a nossa criação em 1987

Funcionários em todo o mundo



Chaves estatísticas

U\$ 1.08 Bi → Receita de 2021

1,010 Clientes Ativos
62% Global / Clientes regionais

Perfil de cliente: 69% multinational –
67% revenue above US\$ 1 Bi

Sede SP – Brasil
Sede Regional: Cidade do México –
MX Southfield – EUA e Bruxelas – BE

97% de satisfação do cliente
11.7 média de anos de
relacionamento com o cliente

Perfil Global do Cliente

Clientes Ativos
1,010

Clientes Globais
105

Clientes Regionais
525

Clientes Multinacionais
69%

Clientes acima de U\$1BI
67%

Clientes com mais de 10k funcionários
57%

Retenção de Clientes
96%

Satisfação de clientes
97%

Média de relacionamento com o cliente
11.7
years

25% FABRICAÇÃO

23% BANCO, SEGURANÇA E SEGUROS

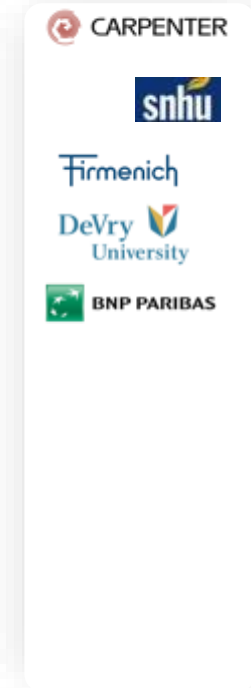
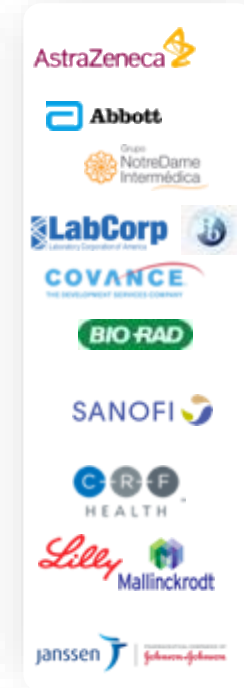
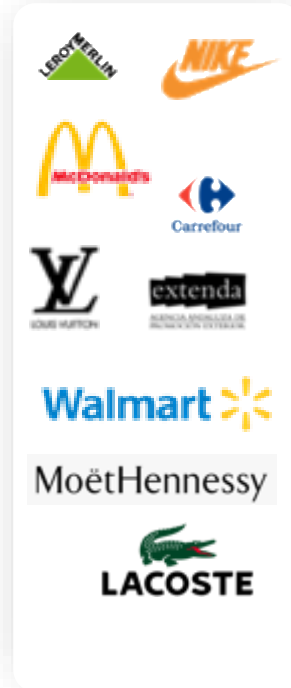
16% VAREJO

14% COMUNICAÇÃO E SERVIÇOS DE MÍDIA

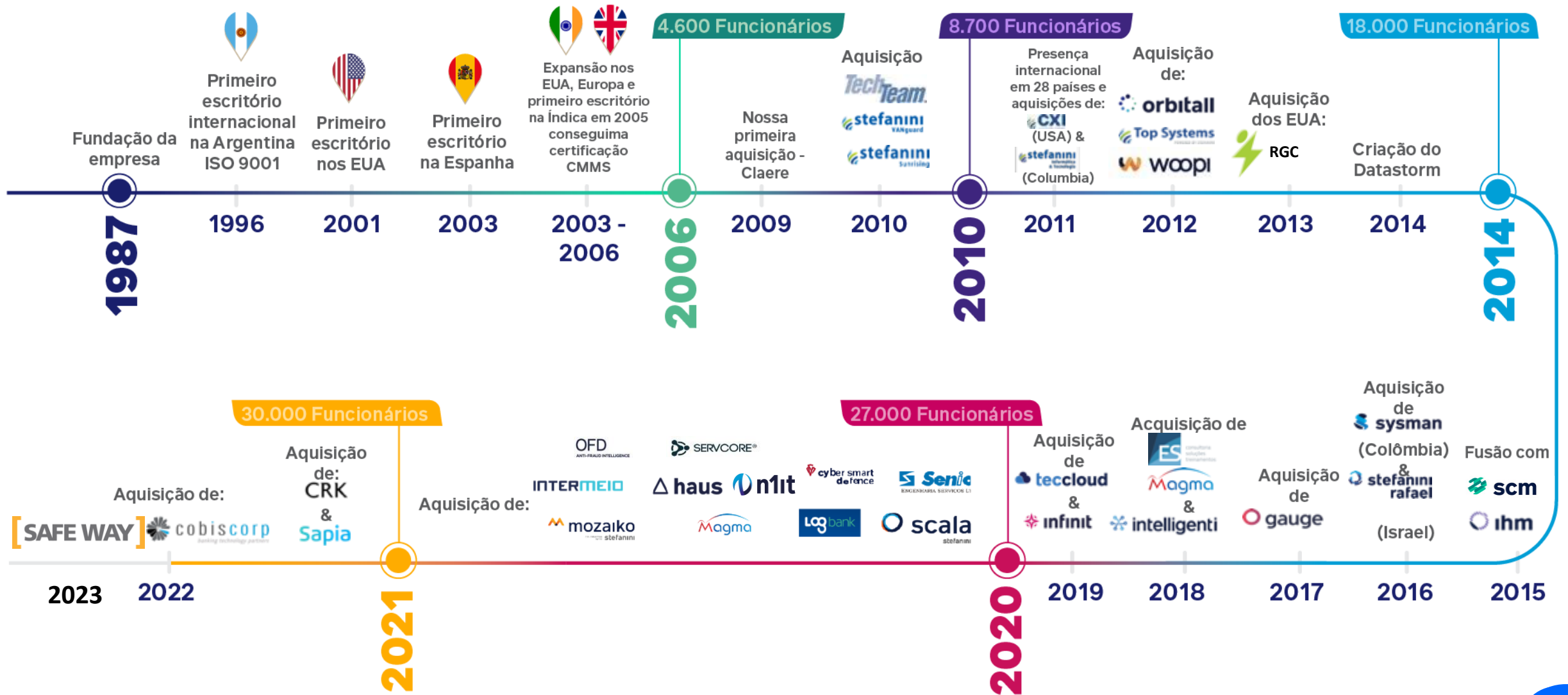
10% CUIDADO E SAÚDE

6% OUTROS

6% SETOR PÚBLICO



Nossa História



O tempo médio que as empresas **brasileiras** levaram para se internacionalizar foi de **31 anos e 4 meses**.

O Instituto Aquila e o Grupo Gautom iniciaram operações no exterior no mesmo ano de sua fundação

*O Banco do Brasil iniciou as operações internacionais **133 anos** após a sua fundação*

Empresas mais jovens (até **29 anos**) têm se internacionalizado mais rápido, em média, **7 anos e 9 meses**

Empresas entre **30 e 60 anos** tomaram, em média, **26 anos e 2 meses** para se internacionalizar

Empresas **acima de 60 anos** são as que mais levaram tempo para se internacionalizar, com média de **53 anos e 8 meses**

5.029.109 EMPRESAS

REGISTRADAS NO CADASTRO CENTRAL DE
EMPRESAS PELO IBGE EM 2017



+28,6%

Em 2007, a quantidade
era de 3.908.091



APENAS **25.431 (0,5%) EMPRESAS
BRASILEIRAS** EXPORTAVAM EM 2017



+8,0%

Em 2007, 23.533 Empresas
brasileiras exportavam

O **BRASIL** POSSUI CERCA
DE **500 EMPRESAS**
INTERNACIONALIZADAS,
O QUE REPRESENTA

**APENAS
0,01%**



Mas por que **internacionalizar** ?

- Ganhar competitividade
- Diversificar o risco
- Inserir-se nas cadeias globais
- Inovar em produtos e serviços
- Criar uma marca Global

- 1 – **Estude** o novo mercado
- 2 – Conheça os seus **concorrentes e não os subestime**
- 3 – Procure conhecer bem o **tamanho daquele mercado** e veja se você cabe nele. **Simule cenários**
- 4 – Conheça as **práticas regulatórias** e veja se você será capaz de atendê-las
- 5 – Conheça as **práticas trabalhistas**, as práticas fiscais, as práticas comerciais e não crie *Liabilities*. Ajuste as suas planilhas de custos e reavalie se vale a pena!

- 6 – Saiba como se **conectar com as pessoas**, aprenda a se comunicar com elas
- 7 – Conheça bem **a cultura local**, os seus costumes, entenda o DNA deste mercado e introduza a melhor parte dele no seu
- 8 – Mas não abra mão do **seu próprio DNA**, apenas **ajuste** a sua identidade
- 9 – Agora que você conhece o novo mercado, pratique os **4 As (Análise, Adapte, Ative e Avalie)**. A conclusão disto serão os ajustes que terá que fazer para os seus produtos e serviços atenderem ao novo mercado

Agora que você fez tudo isso, prepare-se, você está quase pronto para ingressar nas **Cadeias Globais de Valor!**

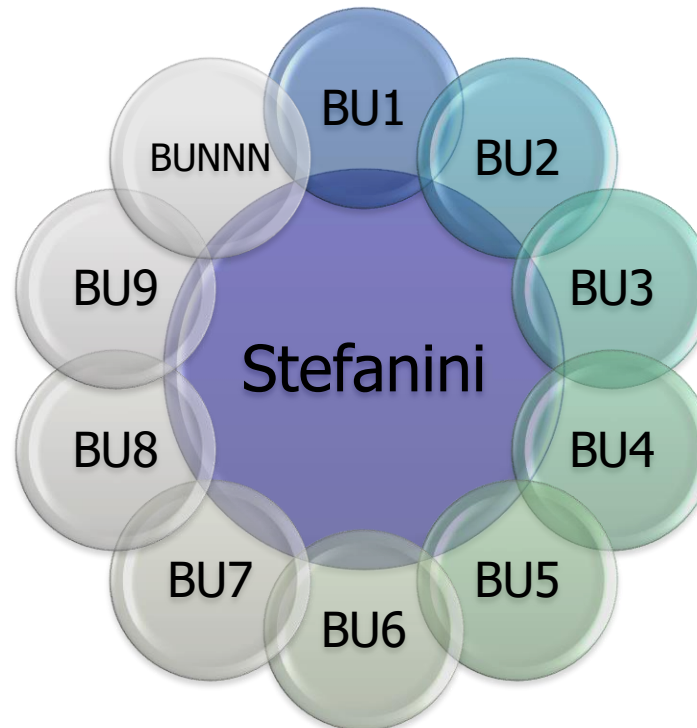
Células ou Business Units

A Stefanini já estava preparada, tinha um modelo de governança perfeito para a internacionalização – Células ou Business Units – Uma Sinergia Perfeita (desde 1993)

Uma Célula (BU) é como uma **microempresa**

Tudo suportado por uma **estrutura organizacional seguindo um padrão**

Todas orientadas a **clientes e a resultados**



Todas com seu **Gerente de Negócios com perfil empreendedor**

Com **metas definidas em conjunto** e acompanhadas pelos Diretores e CEOs

Todas em **Sinergia** com o todo

Com entrega centralizado **pelos deliveries locais** e/ou através **dos hubs offshore/nearshore**

Internacionalização

Internacionalizar era necessário

concluimos isto já no início dos anos 90, num momento em que a empresa crescia mas ainda faturava pouco menos de US\$ 10 milhões

Globalização – uma via de duas mãos

Players Globais passaram a desembarcar com força no Brasil, atraídos pelo tamanho do nosso Mercado interno de TI e isto nos sinalizou a necessidade de também operar em outros mercados

Acreditar no nosso potencial

sempre acreditamos na competência, na força e criatividade da mão-de-obra brasileira e isto nos possibilitou alavancar negócios no competitivo mercado de exportação de software e serviços

Implementar novo modelo de atuação

onde fosse possível atender aos clientes de maneira distribuída, inicialmente no Brasil e posteriormente em diversos países

Avançar e conquistar novos mercados

e a partir daí iniciar uma estratégia de globalização visualizando um crescimento e posicionamento que nos permitisse um dia estar entre os grandes players mundiais

O Processo de Internacionalização

1996

greenfield

- ▶ Argentina o início
- ▶ Baixo Risco
- ▶ Teste de Internacionalização
- ▶ "Taste the taste"

1ª onda

2000-2002

greenfield

- ▶ USA, Chile, Mexico, Peru, Colombia.
- ▶ Um momento mais ousado apoiado por um modelo que fornece crescimento orgânico global apoiado por referências locais

2ª onda

2003-2009

greenfield

- ▶ Europa, Índia, Canada.
- ▶ Conquistar novos mercados e novos clientes locais
- ▶ Estratégia da empresa internacional e maturidade de posicionamento

3ª onda

2010 & beyond

M&A

- ▶ Aquisições
 - ▶ Consolidação
 - ▶ Sinergias
 - ▶ Análise de Cenários
 - ▶ Seleção de Geografias

4ª onda

2010 – Crise e Oportunidade

“As oportunidades não existem para aqueles que as recebem, mas para aqueles que as enxergam”

**AGORA, NÓS É
QUE COMPRAMOS**

GRAÇAS AO RITMO DE AQUISIÇÕES,



AS EMPRESAS
BRASILEIRAS
INVESTIRAM
5,4 BILHÕES
DE DÓLARES
NO EXTERIOR

se movimento de rompimento de fronteiras, o cenário da economia mundial tem ajudado. O Brasil saiu da crise relativamente rápido, enquanto a Europa luta contra a crise do euro,

*oportunidades
aqueles que
mas sim para aqu
que as enxergam.*

Valores Stefanini - 7 Atitudes

É importante ter valores na organização e levá-los consigo para onde quer que vá

1. **Inovar** com os Clientes
2. Fazer a **diferença**
3. **Liderar** pelo Exemplo
4. Agir como **empreendedor**
5. **Ser Ético** e agir de acordo com o que fala
6. Acreditar e **respeitar as pessoas**
7. **Ter humildade** em aprender

EU PRECISAVA INOVAR...

Estava no auge da minha carreira e decidi começar de novo, e como seriam meus próximos 35 anos...

- Só vale se tiver um propósito.
- Tem que ter muito impacto e transformação.
- Tem que ser com gente boa e do bem.
- Tem que ter aprendizagem e troca genuína.
- Senso de utilização e foco na diminuição da desigualdade social.

CONSELHOS EM EMPRESAS



INVESTIDOR ANJO



Plataforma SMART

+200

CEOs e empresários

+6.000

Startups impactadas por ano

+100

Leads gerados por mês para Startups

+80

Parceiros estratégicos

65 MM

De investimento anjo

26 START UPS INVESTIDAS

VÍDEO BR ANGELS

<https://www.youtube.com/watch?v=L3b5rIX7e40>

The logo for BR Angels Smart Network is centered on a black rectangular background. It features the text "BR Angels" in a large, white, sans-serif font, with "BR" in a slightly smaller size than "Angels". Below this, the words "SMART NETWORK" are written in a smaller, all-caps, white, sans-serif font.

BR Angels
SMART NETWORK



Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto

Universidade de São Paulo



Obrigada!

Monica Herrero

Palestra - Pessoa Empreendedora

Disciplina: RAD2103 – Empreendedorismo
Prof.a Dra. Simone Vasconcelos Ribeiro Galina