

INOVAR PARA VALORIZAR A VIDA

Nos últimos dez anos, a Mercur passou por incríveis transformações. Descobrimos juntos um propósito significativo para o nosso trabalho, que deixa de ser apenas uma forma de ganhar dinheiro e passa a ser uma ferramenta de valorização da vida. Deste processo transformador surgiu uma nova Mercur, e agora nosso desafio é garantir a continuidade deste jeito de ser em um contexto competitivo de mercado e crise econômica, operando sempre conforme os nossos Direcionadores.

Construímos esta tese de inovação pois precisamos, nos próximos 5 anos:



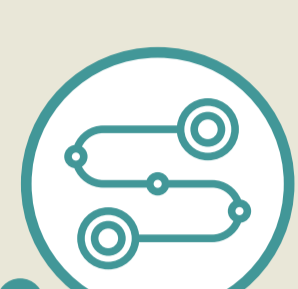
Viabilizar nosso posicionamento

Garantindo a sobrevivência econômico-financeira da Mercur em um mundo que muda cada vez mais rápido.



Entregar experiências transformadoras

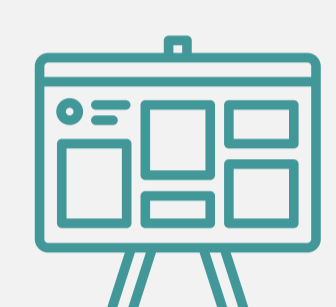
Construindo relações duradouras e significativas com nossos usuários, clientes e parceiros através de produtos, serviços e processos relevantes que valorizam a vida.



Avançar na criação da Mercur de 2050

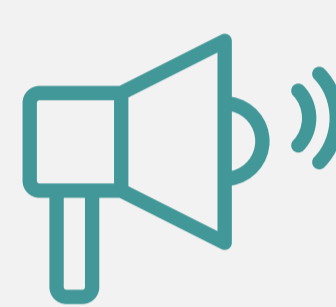
Aprofundar aprendizados, ampliar experiências e aperfeiçoar a organização, para que a Mercur assuma cada vez mais o seu papel de protagonista na criação de um mundo de um jeito bom para todo o mundo.

Para que sejamos capazes de atingir nossos objetivos, algumas vitórias são obrigatórias:



Unir posicionamento e portfólio

Precisamos transmitir melhor em nossos produtos, serviços e processos, o valor do posicionamento da Mercur.



Encontrar entusiastas da Mercur

Comunicar efetivamente nosso propósito a usuários, clientes e parceiros, para encontrar pessoas e desenvolver mercados que valorizam o nosso posicionamento.



Entrar no mundo digital

Avançar na digitalização nos permitirá otimizar a produção, acelerar ciclos de desenvolvimento e conhecer melhor nossos usuários.



Ampliar e nutrir Redes

Precisamos encontrar maneiras ecológica e socialmente responsáveis de resolver necessidades reais das pessoas, crescendo e colaborando junto à nossa rede, bem como a arranjos cooperativos (B2B, B2P, P2P). Descobrir e despertar novas lógicas de acesso e engajamento colaborativos.



Ter um processo ágil de inovação

Gerar um ciclo de inovação contínuo que nos permitirá co-criar produtos, serviços e processos transformadores e inusitados que atendam às reais necessidades das pessoas.

Entendemos que no caminho para atingir estes objetivos, seremos influenciados pelas seguintes tendências:

Tendências Gerais de Mercado

Vivemos em um contexto de mudanças aceleradas. Os padrões de consumo estão mudando – clientes passam mais tempo em casa e consomem mais por meios digitais. Além disso, esperam ter relacionamentos consistentes com as marcas através de diferentes canais (Jornada Omnichannel) e procuram consumir experiências, não somente produtos e serviços.

A pirâmide populacional vem sofrendo alterações, com a população envelhecendo e a renda das pessoas sendo prejudicada diante da crise. Alternativas de consumo natural e sustentável devem encontrar seus nichos de mercado diante das iminentes mudanças climáticas.



Tendências Saúde

O setor de saúde vem sendo atingido em cheio pela revolução digital - aplicativos auxiliam hospitais, clínicas e pacientes a gerir melhor suas informações. Tecnologias como Wearables e Internet das Coisas (IoT) empoderam os pacientes e permitem maior foco em ações de prevenção, voltadas à saúde e não apenas à doença.



Tendências Educação

O mercado de educação está absorvendo as novidades dos nossos tempos. Cursos completamente digitais já capacitam profissionais nas mais diversas áreas, com baixos custos. Aparelhos de realidade virtual tornam a experiência dos alunos mais empolgante.

A filosofia do Maker Learning inverte a sala de aula e propõe aprendizado através da prática. Conteúdos voltados à Educação Ambiental tendem a ganhar espaço.

Portfólio Saúde

- Embarcar mais tecnologia nos produtos;
- Criar Plataformas/Ferramentas que permitam à Mercur intermediar relações entre profissionais e pacientes;
- Buscar parcerias com HealthTechs, Universidades e outros players para desenvolvimento de produtos;
- Desenvolver produtos e serviços para o público da terceira idade;
- Buscar tecnologias no setor de Wearables para incorporar no portfólio;
- Produtos e serviços voltados à prevenção e à saúde integral (tanto em saúde mental como física);
- Produtos e serviços voltados à reabilitação;
- Estar atento as possibilidades interconectadas e interdependentes como possíveis serviços-produtos-processos conjugados com educação.

Portfólio Educação

- Criar módulos de aprendizagem digitais;
- Vincular portfólio de educação à temática da preservação ambiental;
- Explorar a tendência de Maker Learning, criando experiências educativas que exijam interação dos alunos;
- Utilizar tecnologias de Realidade Virtual para criar experiências educativas;
- Buscar aprofundar, através de nossos produtos e serviços em educação, os relacionamentos com educadores e educandos;
- Estar atento às possibilidades interconectadas e interdependentes como possíveis serviços-produtos-processos conjugados com saúde.

Além das inovações voltadas ao portfólio de Saúde e Educação, promoveremos iniciativas em:

Processo

- Agilizar processos de desenvolvimento de produtos /serviços;
- Identificar conexões/parcerias que acelerem o processo de inovação;
- Viabilizar ganhos de produtividade a partir da digitalização das operações;
- Promover ganhos de produtividade na fábrica a partir de conceitos e tecnologias da indústria 4.0;
- Buscar constantemente matérias primas renováveis;
- Identificar e viabilizar inovações baseadas nos princípios da economia circular (especialmente no que se refere a processos de logística reversa) e economia compartilhada (solidária-cooperativa-colaborativa-comunidades de uso e troca);
- Identificar, viabilizar e/ou promover inovações em processos que gerem externalidades positivas;
- Buscar maneiras escaláveis de fabricar produtos e fornecer serviços personalizados.

Marketing

- Identificar e propiciar meios de aprofundar e compartilhar o nosso conhecimento e compreensão para além do mercado, mas também através do conhecimento que emerge das interações e relacionamentos em rede com diferentes atores e dos atores entre si. Promover a escutatória, a reflexão e a investigação crítica apreciativa;
- Criar ações de comunicação que auxiliem no entendimento do propósito da Mercur pelos usuários, clientes e parceiros;
- Promover ações que melhorem a experiência do cliente com a Mercur;
- Promover ações que deem espaço e voz a toda a cadeia produtiva;
- Identificar e propiciar, através da Educomunicação, ações distribuídas e interativas-inclusivas-multidisciplinares com diferentes atores e dos atores/stakeholders entre si.

Gestão

- Criar fluxos decisórios mais ágeis para iniciativas de inovação;
- Estruturar uma governança de inovação que garanta alinhamento entre as ações de inovação sendo feitas nas diversas áreas da empresa;
- Encontrar parcerias que nos permitam inovar de maneira ágil e incorporar novas tecnologias aos nossos processos produtivos.

Todo este processo permitirá não apenas a sobrevivência da Mercur, mas também a conquista de maior relevância social e local, tornando-a um agente de transformação na sociedade. Trilharemos este caminho respeitando nosso Compromisso Institucional, nossos Princípios de Negócio e nossas Competências Essenciais, e revisaremos esta Tese de Inovação sempre que necessário para garantir o seu alinhamento a estes Direcionadores.