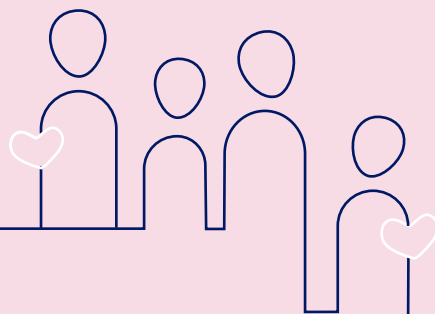




Reputação fortalecida

DE DENTRO
para fora



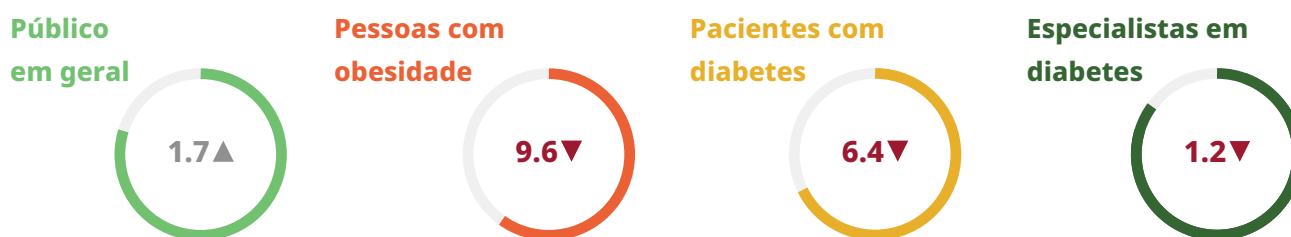
novο nordisk®



Nos últimos anos,

ao expandir os seus estudos e medicamentos para além do tratamento do diabetes, a Novo Nordisk Brasil ganhou ainda mais visibilidade. E esse impacto tornou necessário o investimento em treinamento e capacitação para o fortalecimento da reputação da empresa **DE DENTRO PARA FORA**, ou seja, começando pelo público interno: seus funcionários.

Desde o final de 2022, o cenário era de queda nos índices de reputação na afiliada Brasil, especialmente entre pessoas com condições médicas, devido a fatores como maior descrença na indústria farmacêutica como um todo, alta inflação e falta de medicamentos e novos tratamentos.



Diferença entre os índices de reputação da Novo Nordisk Brasil (Q2 2021 X Q2 2022),

Para reverter o quadro, a empresa começou a desenhar um plano integrado de comunicação, com ações que olhassem para a **gestão da reputação da Novo Nordisk Brasil como integrada e transversal**.

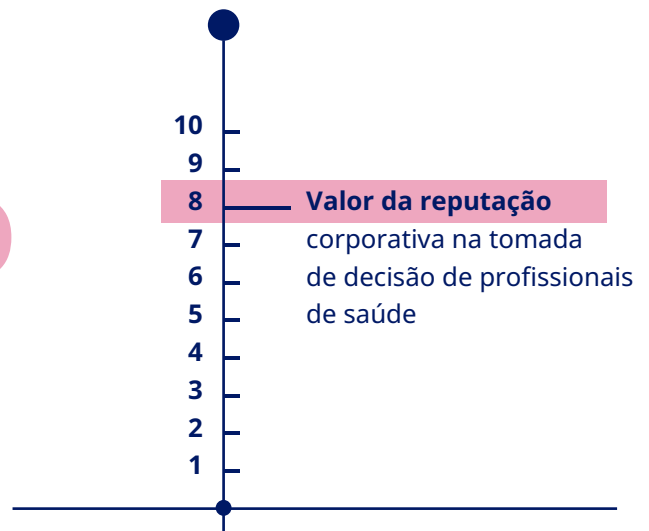
Fundada em 1923

e com sede na Dinamarca, a Novo Nordisk é uma empresa global de saúde que nasceu com o propósito de derrotar doenças crônicas graves. Hoje, sua atuação vai muito além do tratamento do diabetes, condição para a qual foram desenvolvidos os seus primeiros medicamentos.

O pioneirismo nas pesquisas e nos **tratamentos inovadores** se estende também à obesidade, às doenças hemorrágicas raras, aos distúrbios do hormônio de crescimento e às chamadas OSCD (*other serious chronic diseases – outras doenças crônicas graves*).

A Novo Nordisk emprega mais de 64 mil pessoas em 80 países e comercializa seus produtos em cerca de 170 nações. No Brasil desde 1990, a empresa conta atualmente com mais de 2 mil funcionários por aqui, com escritórios em São Paulo (SP), São José dos Pinhais (PR) e Montes Claros (MG), onde fica a maior fábrica de insulinas do Brasil e da América Latina.

Mas a reputação importa mesmo?



Fonte: Brands in Motion Health Pulse

Com certeza.

Ainda mais quando falamos em saúde. Além das características funcionais de um medicamento, como eficácia e segurança, a reputação corporativa é o fator número 1 na tomada de decisão de um profissional de saúde ao prescrever ou recomendar uma terapia. Em uma escala de 1 a 10 (sendo 10 o mais importante), a reputação corporativa foi classificada em 8 pelos profissionais de saúde (dados da pesquisa Brands in Motion Health Pulse).

Mas como fazer isso?

Entendemos que o papel dos funcionários no fortalecimento da reputação da Novo Nordisk seria central! Em todas as áreas e frentes de trabalho, tínhamos poderosos embaixadores e porta-vozes, que precisavam de instrumentos para apoiar o posicionamento da empresa.

Com esse olhar, trouxemos a **reputação** para o centro do planejamento, transformando-a em um dos Objectives and Key Results (OKRs) da estratégia para o ano de 2023 e oficializando a ambição de “sermos a empresa farmacêutica mais confiável, reconhecida por sua ética, sustentabilidade e compromisso com a sociedade”.

OKR – OBJETIVOS E RESULTADOS CHAVE

ESTRATÉGIA BRASIL 2023

AMBIÇÃO

REPUTAÇÃO

Somos a empresa **farmacêutica mais confiável**, reconhecida por sua **ética, sustentabilidade** e nosso compromisso com a **sociedade**.

CENTRADO NA SOCIEDADE

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS (O)

4

Impactamos vidas, melhorando o acesso a **cuidados inovadores** e reduzimos as emissões de carbono em nossa cadeia de valor.

5

Inspiramos práticas de negócio **éticas e justas**, ao viver o Novo Nordisk Way.

O cuidado com a reputação também tornou-se um dos pilares da Visão 2025 para LATAM e Brasil, lançada em 2023, em que apostamos na ênfase no engajamento dos nossos funcionários como parte do processo de construção e fortalecimento dessa jornada, abrindo caminho para as ações práticas que vieram a seguir.



Reimagine Health Together



Somos uma organização empoderada, focada e inovadora com o movimento WELATAM.



Vivemos os princípios do WELATAM:

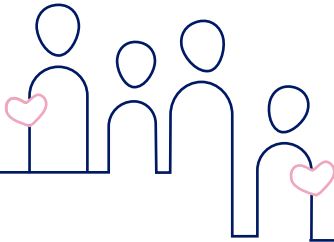
- Ser ouvidos e (des) priorizados
- Amar a ideia por 5 minutos
- Experimentar e aprender
- Capacitar e encorajar
- Viver o espírito NÓS

**E O QUE É O SUCESSO?**

Evolução
Percepções positivas dos comportamentos do WELATAM em toda a Região.

Demonstração
Sólida demonstração do movimento WELATAM (perspectiva mais ampla, melhor priorização e execução mais rápida)





Mãos à obra: ações práticas

1

Educação e conscientização

Ao longo de todo o ano de 2023, a Novo Nordisk Brasil desenvolveu conteúdos focados na conscientização e na educação dos funcionários sobre os processos internos da empresa e sobre temas que permeavam o noticiário, a fim de garantir transparência e pleno entendimento por parte de nossas equipes.

Esses conteúdos foram distribuídos via e-mail, em comunicados, em nossa TV corporativa ou na newsletter semanal interna, sempre com orientações claras e precisas (inclusive sobre o que é permitido ou não nas redes sociais, nos assuntos relacionados à empresa) e atualizações importantes para o senso de pertencimento de cada um com o nosso negócio.

WEGOVY® SEGRE O CORAÇÃO E ESPERE SO MAIS UM POUCO

Aqui você pode obter o medicamento Wegovy® (semaglutina 2,4 mg) sem precisar esperar mais um dia.

Devido à alta demanda do produto nos países onde ele já foi lançado (Estados Unidos, Alemanha e França), a Novo Nordisk está globalmente a trabalhar para garantir o acesso ao produto e a conscientização na maioria dos países, inclusive no Brasil.

O OBJETIVO É PROTEGER OS PACIENTES, garantir a continuidade do tratamento iniciado, e evitar que pacientes não tenham acesso ao produto, levando a problemas de saúde, como a perda de peso e o aumento do risco de doenças.

A Novo Nordisk, globalmente, tem investido muito no aumento de sua capacidade produtiva, para lidar com essa demanda. No Brasil, isso inclui a construção de uma nova fábrica, que está sendo concluída e que será capaz de produzir o medicamento em escala comercial.

Até que a decisão para o lançamento de Wegovy® no Brasil aconteça, a força de vendas ORESIDAR seguirá promovendo SAKINDA®.

Último lembrete: Este é um medicamento injetável. Não é um medicamento oral. Não é um medicamento que pode ser usado para tratar a obesidade. Não é um medicamento que pode ser usado para tratar a diabetes.

Próximos passos: A Novo Nordisk está trabalhando para garantir o acesso ao produto e a conscientização na maioria dos países, inclusive no Brasil.

ATENÇÃO NAS REDES SOCIAIS

Lembre-se de sempre usar as regras de todas as redes sociais da Novo Nordisk. Não compartilhe informações sobre o produto ou a empresa em redes sociais. Não compartilhe informações sobre o produto ou a empresa em redes sociais.

WEGOVY® É APROVADO NO BRASIL, PARA TRATAR CRIANÇAS E ADOLESCENTES

A Novo Nordisk apresenta uma nova indicação de Wegovy® (semaglutina 2,4 mg) e agora o tratamento para sobrepeso e obesidade também é indicado para uso em crianças e adolescentes a partir de 12 anos, além de um plano alimentar com redução calórica e aumento da prática de atividade física.

A segurança e a eficácia do tratamento em crianças e adolescentes são apoiadas por estudos (STEP 1/2023 - 2023) realizados com Wegovy® no período entre 12 e 17 anos durante 56 semanas. Os pacientes que tomaram Wegovy® 2,4 mg tiveram uma redução de 10,1% no peso corporal, em comparação com 2,8% dos que tomaram placebo.

Obesidade na infância e na adolescência

A obesidade é uma condição crônica que pode causar problemas de saúde e afetar a qualidade de vida. A Novo Nordisk está trabalhando para garantir o acesso ao produto e a conscientização na maioria dos países, inclusive no Brasil.

Wegovy® (semaglutina 2,4 mg) é o primeiro medicamento aprovado no Brasil para tratar a obesidade em crianças e adolescentes a partir de 12 anos, além de um plano alimentar com redução calórica e aumento da prática de atividade física.

ANVISA APROVA O REGISTRO DE WEGOVY® NO BRASIL

A Anvisa aprovou o registro de Wegovy® (semaglutina 2,4 mg) no Brasil, o primeiro e único medicamento injetável da Novo Nordisk aprovado para sobrepeso e obesidade, inclusive a aprovação regulatória da Anvisa no Brasil.

DEDICAÇÃO DE ASSUNTOS REGULATÓRIOS

A Novo Nordisk tem uma equipe dedicada a lidar com a aprovação regulatória de Wegovy® no Brasil. A equipe está trabalhando para garantir o acesso ao produto e a conscientização na maioria dos países, inclusive no Brasil.

EFICIÊNCIA NA PERDA DE PESO

A Novo Nordisk tem uma equipe dedicada a lidar com a aprovação regulatória de Wegovy® no Brasil. A equipe está trabalhando para garantir o acesso ao produto e a conscientização na maioria dos países, inclusive no Brasil.

Informação de qualidade e em primeira mão

Entendemos também que, além DO QUE informamos aos nossos funcionários, o QUANDO informar também era fundamental. Por isso, apostamos em informações em primeira mão sobre pontos sensíveis, para que nosso público interno não fosse pego de surpresa ao ver uma novidade sobre a empresa no noticiário.

Usamos, então, nossos canais internos para levar aos funcionários posicionamentos de imprensa e matérias de destaque, em tempo real.



Novembro de 2023 - Edição 182



Tudo que você precisa saber sobre as auditorias globais

Prepare-se! Na próxima semana, o time da Novo Nordisk Global estará em nosso escritório de São Paulo para auditorias de qualidade, farmacovigilância e ética. [Confira os detalhes](#) e entenda a importância do comprometimento de cada um para atingirmos o nível satisfatório, um dos nossos OKRs.

Nossa Empresa



On track com o ESSENCE-3

Atingimos antes do prazo a meta de inclusão de participantes no estudo que investiga o efeito da semaglutida subcutânea em pessoas com MASH (artrose chamada de NASH). [Veja](#) quais serão os próximos passos desse projeto estratégico na empresa.



Cuidados para combater a falsa semaglutida

A quantidade de medicamentos falsificados, nas mais diferentes formas, tem aumentado no Brasil. [Saiba o que fazer](#) e, principalmente, o que não fazer ao se deparar com propagandas e ofertas de versões irregulares da semaglutida.



Infográfico: como contratamos pacientes?

Queremos trazer os pacientes para mais perto de nossas atividades. E, para que isso seja feito respeitando códigos de conduta e oferecendo uma experiência positiva para eles, elaboramos um passo a passo que ajuda a mitigar riscos de Compliance. [Entenda](#).

Abril de 2024 - Edição 199



Norditropin® FlexPro® de volta ao mercado

Medicamento voltou para o mercado brasileiro neste mês, porém, ainda dentro de um cenário global de escassez do produto. [Saiba mais](#) detalhes sobre disponibilidade, dosagens e como ficam os pacientes do NovoDia.

3

Proximidade e transparência

Cuidamos para manter a proximidade com os funcionários, posicionando todos sobre onde estamos enquanto empresa, nossas estratégias e objetivos. Para isso, realizamos, em 2023 e 2024, reuniões trimestrais e anuais, tanto com as lideranças do Brasil quanto de LATAM.

Ainda nesse sentido, no Brasil, foram fundamentais as edições do Quarterly Meeting, que ocorreram presencialmente no escritório de São Paulo (SP), com transmissão online, para o compartilhamento de diretrizes, avanços e próximos passos.



Institucional

O próximo **QUARTERLY MEETING** está chegando

Já temos data para este evento: reserve sua agenda

10 de outubro | 9h às 11h

No escritório São Paulo e via Teams.

Realizamos muito neste último trimestre. Agora chegou o momento de ficarmos todos na mesma página e acompanharmos os resultados e aprendizados, porque temos novos desafios por vir.

O encontro será transmitido via Teams, mas também teremos um café da manhã especial no escritório.

Para garantir sua vaga, clique no link abaixo.

Confirmar participação presencial

Em breve, enviaremos o link de acesso para a transmissão online.



4

Ponto alto: nossa Semana de Comunicação Interna

Com o objetivo de mostrar aos funcionários que todos somos porta-vozes da Novo Nordisk, independentemente da posição, realizamos, em 2023, uma semana com cinco workshops sobre reputação e comunicação, incluindo um treinamento sobre risco de imagem.

Tivemos ações presenciais, híbridas e on-line, contemplando o escritório de São Paulo e os funcionários alocados em todo o Brasil.



28/8

"A comunicação de uma das marcas mais valiosas do Brasil", com a gerente de comunicação Priscilla Cabral

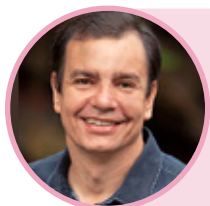
nu



29/8

"Competência comunicativa e oratória", com a fonoaudióloga Glaucia Verena

Lab Voz



30/8

"Todo mundo é mídia – riscos da exposição midiática para a vida pessoal e a marca empresarial", com o jornalista Vinícius Dônola

RÁDIO
BAND
NEWS
FM



31/8

"Competências socioemocionais para melhorar a comunicação", com Bárbara Doro Zachi, professora e fundadora da Escola de Emoções e Liderança ARA

ARA
Escola de Emoções e Liderança



1/9

"Comunicação e reputação", com a jornalista Vânia Bueno

ABERJE

Galeria



“ ***Durante a semana, conseguimos absorver dicas para melhorar a habilidade de comunicar a cada dia. Eu conseguia perceber o quanto os assuntos estavam intimamente relacionados com o momento atual da empresa, com temas que permeiam work-life balance, inteligência artificial, impacto de fake news e a importância das interações em mídias sociais de forma responsável. A agenda foi nitidamente construída com muito carinho e cuidado.*** ”

Heloisa Bueno Negri Polido (HBNE), Gerente de projetos de Pesquisa Clínica.

5



Ouvidos atentos para traçar os próximos passos

Como parte da Semana de Comunicação Interna, lançamos, em parceria com a Indicaflix, uma pesquisa para diagnosticar a percepção dos funcionários sobre a Comunicação Interna da companhia. Os resultados deram origem a iniciativas que já foram implementadas, entre o final de 2023 e o primeiro semestre de 2024, e outras que ainda estão em desenvolvimento. Confira a seguir os principais números e ações que derivam desse estudo:

Pesquisa quantitativa

291

respondentes

de um universo de 458 funcionários

Método:

coleta de dados por meio de questionário online de autopreenchimento

Período:

7/8 a 14/8 de 2023

118

líderes

(68% do universo)

173

equipe

(61% do universo)

Pesquisa qualitativa

Método:

entrevistas em profundidade

Período:

28/8 a 20/9 de 2023

13

líderes

representando todas as áreas da empresa

Com o diagnóstico em mãos, criamos iniciativas em três frentes: mix de canais, reformulação de conteúdos e proximidade com a liderança.

Um novo mix de canais para chegar *mais longe*



Diagnóstico:

falta de segmentação do público e oportunidades perdidas para alinhar assunto, abordagem e momento.



Soluções:

criação de um novo mix de canais internos, com revisão de vocações e segmentação para funcionários, liderança e time de campo, com o lançamento da plataforma Viva Engage.

Pontos de contato **Canais**

 Canal	 Escopo	 Conteúdo	 Formato	 Frequência	 Público
Novo News <i>Newsletter</i>	Canal principal para informar sobre o que está acontecendo na Novo Nordisk	Agenda que impacta toda a empresa em termos de cultura, negócios e reputação	Newsletter enviada pelo Outlook	Semanal (segundas de manhã)	Todos os funcionários
NOVO Minuto Novo <i>E-mail updates</i>	Canal extraordinário para notícias urgentes e datas comemorativas	Campanhas, datas especiais e temas urgentes que não foram destaque na Novo News	E-mail com até três assuntos	Sob demanda (exceto às segundas)	Todos os funcionários
Novo Informa <i>SharePoint</i>	Suporte para o conteúdo enviado por e-mail	Artigos da Novo News, comunicados e conteúdos produzidos por áreas.	Páginas da intranet e conteúdo multimídia	Semanal e sob demanda	Todos os funcionários
NOVO Leadership Group <i>Viva Engage</i>	Conectar, informar e capacitar líderes , fortalecendo suas habilidades de comunicação	Atualizações sobre negócios , notícias urgentes, treinamento e informações de campanha para cascata.	Update, Fast e Guide* Posts, reuniões, treinamentos	Quinzenal e sob demanda	Líderes de pessoas
NOVO REP News <i>Viva Engage</i>	Entregar informações úteis à equipe de vendas, promovendo sua conexão	Tópicos relevantes para nossa equipe de vendas destacados por CI, BUs e RH	Posts e conteúdo multimídia	Sob demanda	Time da Força de Vendas Cardiometabólico e Doenças Raras
NOVO Giro REP <i>Whatsapp</i>	Reforçar a adesão ao Viva Engage , com atualizações sobre a comunidade	Tópicos relevantes para nossa equipe de vendas destacados por CI, BUs e RH	Mensagem de WhatsApp em texto	Quinzenal	Time da Força de Vendas Cardiometabólico e Doenças Raras
Novo TV <i>TV</i>	Canal de suporte para eventos e campanhas	Conteúdo relacionado a eventos, campanhas e questões locais (manutenção, trânsito)	News animada	Sob demanda	Funcionários do escritório

Reformulação nos *conteúdos*



Diagnóstico:

a Comunicação Interna está fortemente focada nos pilares de pessoas e menos na perspectiva de negócio.

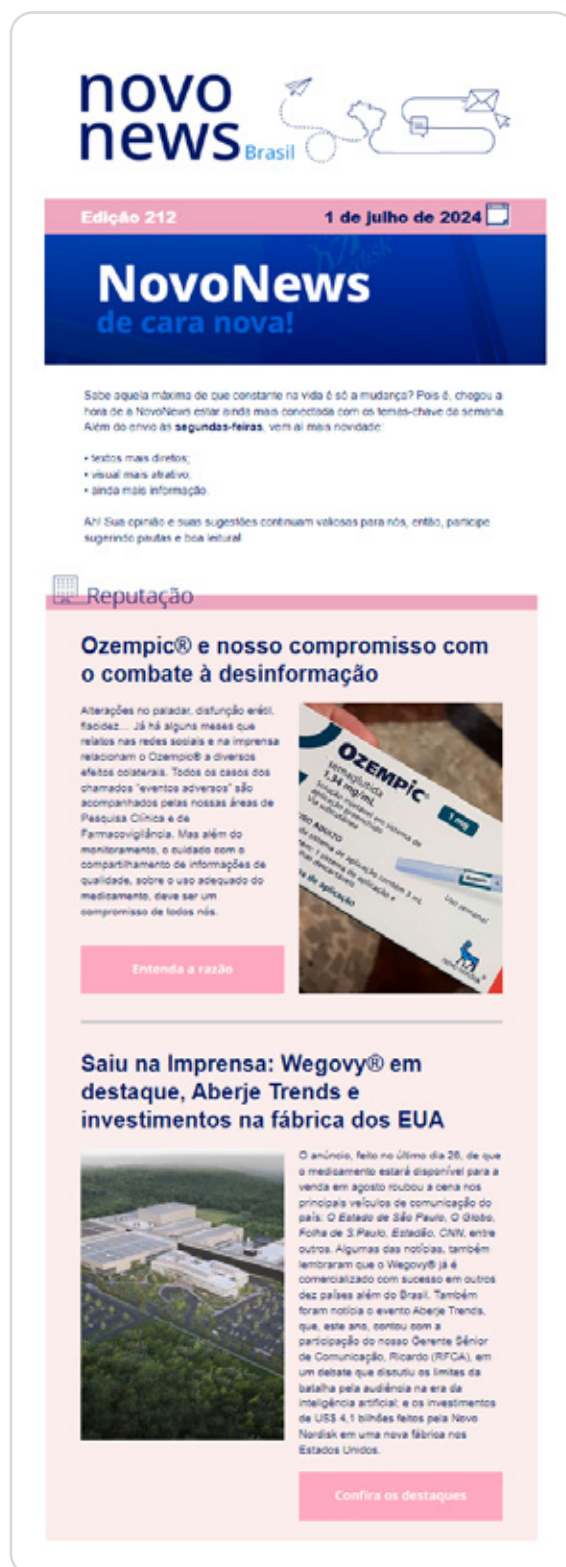


Soluções:

novas diretrizes editoriais com foco nos pilares de OKRs da Novo Nordisk.

O que mudou na Novo News Brasil, principal canal de comunicação com os funcionários?

- Passou a contar com três editorias, que representam a estratégia de 2023 e 2024 da companhia para o Brasil: Cultura, Negócio e Reputação.
- Passou a ter 60% das pautas sobre tópicos extraídos dos OKRs e 40% sobre outras estratégias prioritárias.
- Passou a ter textos mais curtos e objetivos, com maior uso de recursos audiovisuais.



Proximidade com a *liderança*



Diagnóstico:

oportunidades inexploradas na comunicação com a liderança.
Precisamos preparar os líderes para serem uma fonte conversacional de informações.



Soluções:

desenvolvimento de um plano de liderança inspiradora, que contempla um grupo exclusivo para líderes no Viva Engage com iniciativas para promover informação, interação e desenvolvimento.

Novo Nordisk®

Leadership in Action Brasil

*IMAGENS MERAMENTE ILUSTRATIVAS



Período



Todas as iniciativas aqui listadas foram desenvolvidas entre janeiro de 2023 e julho de 2024.

Investimento

Pesquisa de Comunicação

R\$ 97.300,00

Palestrantes

Semana de Comunicação

R\$ 74.708,96

Transmissão on-line

Semana de Comunicação

R\$ 37.930,00

Coffee

Semana de Comunicação

R\$ 15.000,00

Evidências de resultados

2023



95 matérias sobre temas relacionados à reputação na Novo News Brasil

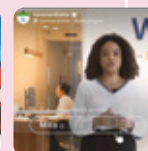
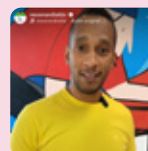
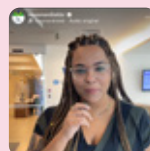
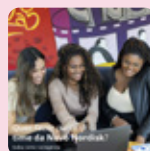


Média de 82% de abertura nos comunicados sobre reputação enviados aos colaboradores

Com a nova estratégia de reputação e as ações internas e externas implementadas ao longo de 2023 e 2024, também vimos os KPIs de imprensa e mídias sociais refletirem resultados bastante positivos!

- **Mais de 12 mil matérias citando a Novo Nordisk na imprensa local, 300% a mais que em 2022.**

- **Média de sete publicações por mês com protagonismo dos funcionários nas redes sociais, considerando LinkedIn e Instagram.**



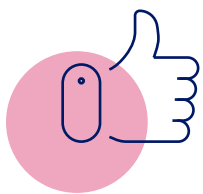
- **A Novo Nordisk Brasil se tornou a terceira maior audiência da companhia no LinkedIn, atrás apenas da Dinamarca e da Índia.**

Em 2023, a Novo Nordisk Brasil aumentou a sua reputação geral em **3,8 pontos, conquistando o melhor resultado desde 2021.**



Pesquisa Great Place To Work (*GPTW*) 2024

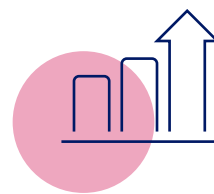
Depois de uma queda em 2022, os números da nossa última pesquisa de clima também cresceram, principalmente ao considerarmos as afirmativas relacionadas à reputação.



O Employee Net Promoter Score (E-NPS) da Novo Nordisk Brasil se manteve como um nível de excelência.



A maioria dos respondentes afirmou que o maior motivo para permanecer na Novo Nordisk Brasil é o alinhamento dos seus valores com os valores da empresa.



Tivemos avanços em índices relacionados ao orgulho de pertencer, propósito do trabalho, desenvolvimento dos colaboradores e credibilidade da liderança e da companhia.

O que aprendemos com essa *jornada*?

A reputação é uma responsabilidade conjunta multifuncional

Estratégias de engajamento interno para instruir sobre a importância desse ativo intangível que é a reputação de uma empresa são fundamentais para capacitar cada funcionário a assumir a responsabilidade e atuar como um embaixador.

Gestão dos stakeholders ajuda a manter e proteger a reputação

Mesmo quando o sentimento das redes sociais é negativo, um relacionamento próximo e consistente com a mídia e outros *stakeholders*-chave ajuda a controlar a narrativa e proteger a reputação.

Investimento contínuo na reputação corporativa é fundamental

Atender às expectativas dos *stakeholders* e assumir um papel de cidadania corporativa é crucial e pode se tornar um forte ativo para proteger a empresa de crises e permitir uma recuperação mais rápida de problemas.

