

MUNDO MELHOR

Funcionários contam a emoção
que é participar do OneSight

ROUPA NOVA

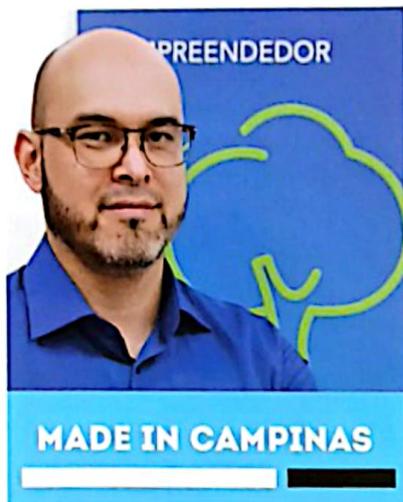
Fábrica recebe novos uniformes:
mais bonitos, seguros e
confortáveis

VISÃO

VISION | LUXOTTICA INTERNAL MAGAZINE

PASSEIOS DE QUALIDADE





O mercado brasileiro sofreu uma significativa desaceleração em relação ao que vínhamos passando nos últimos anos. Porém, mesmo estando bem abaixo das expectativas de crescimento, a Luxottica manteve seu posicionamento de liderança em comparação ao mercado nas vendas e produção durante 2016.

O balanço do terceiro trimestre apontou uma redução de 21% sobre a geração de refugo de processo (ou seja, do desperdício de materiais e outros recursos de produção), em comparação com o primeiro semestre de 2016. “Essa eficiência pode ser conferida também na área de Supply Chain, que registrou uma diminuição de 63% no nível de back order – produtos fora de estoque –, na comparação também com o primeiro semestre”, explica **Alexander Pelizzer**, Diretor de Operações Industriais da Planta de Campinas (SP).

“Todos os colaboradores de Operações Industriais têm contribuído para a melhoria dos indicadores de qualidade, nível de serviço e produtividade. São esforços fundamentais para nos prepararmos para 2017, pois ainda será um ano complexo e com grandes expectativas sobre o início da retomada da atividade econômica, porém temos a certeza de que estamos prontos para os desafios que vêm pela frente”, conclui Alexander.

2. NOSSOS RESULTADOS

TRABALHO EM EQUIPE



Devido às oscilações econômicas e incertezas pelas quais o Brasil vem passando neste ano, os volumes foram abaixo do planejado em Jundiaí, entretanto, com o envolvimento de toda a equipe, o controle robusto dos processos e a atuação constante em melhorias, a área de Logística teve uma redução de 60% nas reclamações comparadas ao ano passado e uma redução de 23% no Lead Time (menor tempo entre o pedido e a entrega ao cliente final). “Essa diminuição é fruto de um trabalho que vem sendo desenvolvido ao longo do ano”, diz **Bruno Santini**, Diretor de Logística e Administração de Vendas. “A expectativa é de que ocorra uma melhora com relação ao volume no próximo balanço – e vamos manter o ótimo nível de serviço”, finaliza.

OLIMPIADAS IMPULSIONAM AS VENDAS DA OAKLEY...

A Oakley não para de crescer na América Latina. O balanço do terceiro trimestre registrou aumento de 10% nas vendas em relação a 2015, impulsionado pelo seu canal de e-commerce e pela abertura de novas lojas no Rio de Janeiro durante a Olimpíada.

Nesse período, destaca-se o crescimento de 13% nas vendas da linha Footwear e de 39% em Accessories, criando um clima otimista para o Natal – que representa até 30% do faturamento anual dos lojistas.

Principalmente agosto trouxe uma exposição muito grande graças aos Jogos, por meio dos atletas e produtos usados nas partidas. Os resultados são fruto do trabalho em equipe do time Oakley, que, com muita energia e paixão, faz a diferença.

... E DE SUNGLASS HUT

A Cidade Maravilhosa ocupa lugar de destaque no balanço do terceiro trimestre da Sunglass Hut, que já traça a meta de encerrar o ano com 33 pontos de venda nos principais aeroportos do Brasil. “O Rio teve um trimestre muito positivo em função do grande fluxo de turistas para os Jogos Olímpicos”, comemora o Diretor da Sunglass Hut no Brasil, **Nardeli Gedro**.

Apesar da crise econômica, a marca segue firme no objetivo de fechar 2016 com 117 pontos de vendas no portfólio e presença cativa nas lojas Dufry e dos principais aeroportos do Brasil, consolidando o Projeto Shop in Shop.





WORKSHOP LEGAL & COMPLIANCE

Com o intuito de orientar as pessoas das mais diversas áreas da empresa a agir de acordo com as leis e os regulamentos aplicáveis, trabalhando preventivamente e reduzindo riscos para a empresa, foi realizado em setembro o Workshop Legal & Compliance no auditório de São Paulo, com transmissão simultânea para Campinas e Jundiaí.

O evento foi dividido em módulos e, de acordo com cada tema, foram convidados funcionários envolvidos naqueles processos. “Nos temas mais genéricos, como Código de Ética e Segurança da Informação, a sessão teve a participação de mais de 150 pessoas em São Paulo, além de pelo menos 50 colaboradores assistindo por vídeo em Campinas e Jundiaí”, diz **Ayesa Meurer Wisintainer**, Gerente de Compliance. O sucesso foi tamanho que 95% dos participantes disseram que os conhecimentos adquiridos no workshop serão úteis em seu dia a dia.

LEGAL & COMPLIANCE WORKSHOP 2016

LUXOTTICA

LUX LEARNING

No mês de setembro, a Luxottica lançou uma plataforma de ensino on-line visando facilitar a disseminação de conhecimentos. Chamada de Luxottica Learning, ela está disponível para todas as áreas da companhia que tenham a necessidade de passar informações aos colaboradores, onde quer que estejam.

O primeiro conteúdo disponibilizado foi o treinamento sobre o Código de Ética da Luxottica, que completou uma série de ações relacionadas a este assunto durante o período de um ano. Entre elas, o lançamento do Canal de Ética, o Treinamento de Assédio Moral, a criação do Comitê de Ética e o Workshop de Legal & Compliance.

Além dos treinamentos on-line, na fábrica de Campinas ocorreram turmas presenciais. “Tudo para atingir o objetivo de capacitar 100% dos colaboradores a fim de que todos cumpram o compromisso diário com a integridade, transparência, respeito e conformidade com aplicação das leis”, dizem **Jonathan Santos** e **Lays Kaufmann**, Analistas de Recursos Humanos.

TREINAMENTO DE REVISORAS



O treinamento de atenção de revisoras iniciou-se em junho com introdução de como revisar produto, depois mostramos às revisoras os principais defeitos e, após isso, o treinamento em setembro de desenvolvimento de atenção, voltado para comportamentos e técnicas neurológicas. Participaram 37 colaboradoras e, segundo **Jonathan Santos**, Analista de RH, o treinamento teve o

objetivo de desenvolver a atenção das colaboradoras, buscando entender os estímulos do ambiente e como afetam a concentração. Para o Gerente de Operações Industriais, **Edgar Rabello**, os resultados que medem a assertividade das revisoras vêm crescendo gradativamente ao longo dos meses, o que contribui para a identificação acurada do defeito, bem como na correta tomada de ação.

OLHANDO PARA FRENTE

A Luxottica está sempre de olho no futuro, e foi pensando nisso que a empresa marcou presença em duas importantes feiras de carreira nos meses de agosto e setembro, em São Paulo e Campinas (SP). Uma chance de ouro para conhecer alguns dos jovens talentos da Fundação Getúlio Vargas e da PUC-Campinas.

Ao todo, mais de 8.000 futuros profissionais passaram pelos eventos e tiveram a oportunidade de conhecer um pouco mais da Luxottica. “Nos próximos meses, a empresa deve ver muita gente promissora participando dos seus processos seletivos de estágio”, afirmam **Jonathan Santos** e **Lays Kaufmann**, Analistas de Recursos Humanos.

ENTREGA MAIS RÁPIDA

A Luxottica se prepara para entrar 2017 servindo ainda melhor seus parceiros estratégicos. Trata-se do projeto PRIME, um novo conceito logístico para um atendimento até 30% mais eficiente aos clientes STARS e Top Accounts. “O objetivo é diminuir o tempo de espera do cliente, reduzindo em até um dia para entregas na Grande São Paulo e até três dias úteis para as capitais do País”, explica o Diretor de Logística e Administração de Vendas em Jundiá (SP), **Bruno Santini**. A iniciativa envolve as equipes de Administração de Vendas e Logística e as áreas de Importação, Warehouse e Transportes, contando com mais de dez colaboradores no projeto.

NOVINHO EM FOLHA

Cuidar do planeta e reduzir o desperdício na fábrica são tarefas que podem andar lado a lado. Essa é a premissa do Projeto Novo-de-Novo, uma iniciativa desenvolvida pelas equipes de Design, Engenharia e Planejamento da Luxottica que já economizou mais de R\$ 840 mil à empresa por meio da reutilização de componentes excedentes no estoque e em risco de descontinuação.

Funciona assim: a cada quatro meses, os times se reúnem para analisar em detalhes todo o material excedente da fábrica de Campinas. Os itens aprovados são priorizados para utilização pela equipe de Planejamento de Materiais. “O projeto nasceu da necessidade de consumir materiais que estavam em excesso no estoque gerando custos extras”, explica o Analista de Planejamento de Materiais **Felipe Kawatake**. E os resultados já podem ser vistos: hoje, o segundo lugar em vendas da Platini é um dos filhos do programa. “O sucesso é tanto que já se prevê uma economia de R\$ 800 mil só nos próximos dois lançamentos do tipo”, finaliza Felipe.



GINCANA PARA FICAR POR DENTRO

Em agosto, o tema Olimpíadas agitou o pessoal do After Sales de Jundiaí, em mais um Quiz anual promovido para estimular o aprendizado e a reciclagem sobre os processos e as políticas internas da área. A atividade envolveu colaboradores de todas as subáreas do departamento.

Divididos em seis equipes, todos puderam criar gritos de guerra e apresentações bem animadas. As perguntas seguiram formatos divertidos, sempre em torno de questões do fluxo de trabalho de cada área.

“É o terceiro ano que realizamos o Quiz, e o bacana é que todos se animam para rever nossos processos. É uma forma lúdica de reciclagem”, explica a Coordenadora de Customer Experience, **Ana Carolina Barros**. E, como reconhecimento, os vencedores ainda levaram produtos das marcas Luxottica.



VEM AÍ A CONFRATERNIZAÇÃO DE FIM DE ANO DE CAMPINAS!

Chegamos à reta final de mais um ano e, para celebrar os resultados e o desempenho de nossos colaboradores, a fábrica de Campinas oferecerá a tradicional Confraternização de Fim de Ano, que ocorrerá dia 18 de dezembro, das 11 às 17 horas, no Premium Paulínia. “A Confraternização de Fim de Ano é como um bônus por nosso trabalho durante o ano que passou e um momento único, no qual podemos saborear um delicioso churrasco e brindar com nossos colegas de trabalho”, informa **Cahue Silva**, Gerente de Recursos Humanos de Campinas. A grande festa, conhecida por proporcionar

RECORDE DE LOGÍSTICA EM JUNDIAÍ

Speed & Synchro é um indicador responsável por mensurar toda a logística desde a importação até a entrega final. Fechamos o primeiro semestre de 2016 com o número recorde de nove dias. O impacto é enorme, pois afeta diretamente o cliente final, que tem o seu produto em mãos muito mais rapidamente. Isso significa maiores vendas para a área comercial, assim como menores custos para a logística.

Vários profissionais da Luxottica estão diretamente ligados a este bom resultado, desde importação, armazenagem até a equipe de transporte, que é responsável pela entrega final.

Este é um projeto multiáreas, em que os setores envolvidos se reúnem semanalmente em prol de melhorias para nosso cliente final.

O bom resultado é reflexo do desempenho da equipe, que vem amadurecendo e pensando no negócio como um todo. É gratificante ver este KPI, assim como outros índices de performance, evoluindo a cada mês. “Este recorde é uma vitória de todos”, comemora **Bruno Santini**, Diretor de Logística e Sales Adm.



ambiente informal e descontraído, também contará com o som da Banda SR JOTA e uma atração surpresa! Anote em seu calendário e programe-se para curtir essa festa que estamos preparando!



DESCANSE E DESFRUTE

Aproveite o recesso do fim de ano para recarregar as energias e se divertir com essas dicas de passeios bons e com custos acessíveis – alguns até de graça!

A melhoria do bem-estar e da qualidade de vida de nossos profissionais tem sido um dos principais fatores de abordagem da Luxottica. Instruir nossos colaboradores sobre como conquistar mais qualidade de vida – no trabalho e na vida pessoal – significa mais equilíbrio, tornando a rotina mais saudável tanto física quanto psicologicamente.

Neste ano, os destaques das nossas ações de bem-estar são a Festa dos Veteranos, Campanha de Vacinação, Kit Escolar, Massagem Semanalmente, Palestra e Brindes no Dia da Mulher, Ovos de Páscoa, entre tantos outros. Tornar o ambiente de trabalho mais agradável passou a ser prioridade aqui dentro – e não mais um desejo distante. É possível mensurar na qualidade de nossos produtos como as ações têm feito diferença na disposição e atenção de nossos colaboradores.

Além de proporcionar ações que reflitam tanto na saúde física e psicológica de nossos colaboradores, queremos trazer nesta edição opções de lazer gratuitos e/ou com baixo custo em Campinas e Região, para que todos possam levar a qualidade de vida como lema dentro e fora da Luxottica. Confira:

Observatório Municipal de Campinas

Além do Observatório e dos eventos destinados à astronomia (consulte o site para a programação), o local também possui visual inspirador para quem contempla a natureza. A Pedra Mor, grande paredão vertiginoso, proporciona uma vista deslumbrante das cidades de Itatiba, Morungaba e Bragança Paulista.

Endereço: Estrada Serra das Cabras, s/nº – Joaquim Egídio, Campinas

Expediente: normalmente das 10h às 16h. Em eventos especiais, consultar horário pelo telefone (19) 3298-6566.

Entrada: R\$ 5

Maria Fumaça – Campinas/Jaguariuna

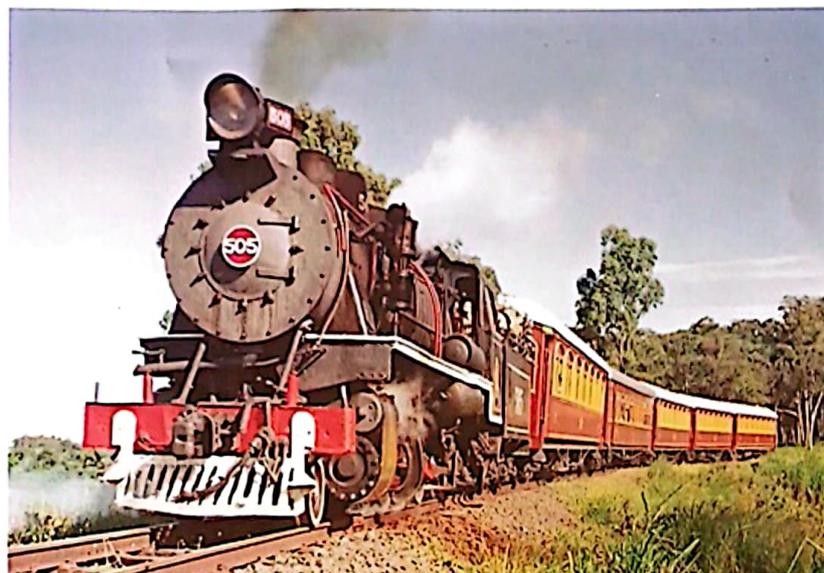
Um passeio encantador com gostinho de nostalgia, a Maria Fumaça leva seus passageiros a estações como Anhumas, Pedro Américo, Tanquinho, Carlos Gomes, começando na estação de Jaguariuna ou Campinas, com duração de 3h30 e percorrendo 48 quilômetros.

Endereço: Rua Doutor Antônio Duarte da Conceição, 1.501 – Jardim Madalena, Campinas

Expediente: sábados, domingos e feriados

(site: www.mariafumacacampinas.com.br/passeios/horários)

Entrada: Consulte o site www.mariafumacacampinas.com.br/passeio/tarifas



Parque dos Dinossauros – Rocha Moutonnée (Salto/Itu)

Um espaço voltado aos estudos do meio ambiente e às representações da evolução da vida que também apresenta réplicas de dinossauros – inclusive em tamanho real, além de oferecer um dos mais importantes vestígios geológicos do País: a Rocha Moutonnée. É um local com área verde, excelente para levar as crianças, fazer piqueniques, trilhas.

Endereço: Rodovia Rocha Moutonnée (Antiga Estrada das Sete Quedas), s/nº – Salto

Expediente: terça a domingo das 8h30 às 16h30

Entrada: Gratuita



FORTALECIMENTO DE RELAÇÃO

Participação em feiras e convenções aproxima a Luxottica de seus clientes

LUXOTTICA DAY SP

Dos dias 27 de agosto a 2 de setembro ocorreu novamente o Luxottica Day, evento cuja estratégia é oferecer aos clientes em potencial a exclusividade de conhecer em primeira mão os lançamentos das próximas coleções da companhia. A novidade ficou por conta do local escolhido: Parque do Ibirapuera, em São Paulo.

Segundo **Victoria Loureiro**, Analista de Marketing, a ideia foi idealizar o evento nos mesmos moldes que são feitos na Itália, priorizando locais icônicos da cidade. "A experiência foi muito satisfatória pela facilidade de acesso e pela estrutura que o Lounge Bienal disponibiliza."

Participaram 120 clientes de todo Brasil e as vendas foram acima do esperado. "Conseguimos gerar uma experiência com o cliente, que pode entender todos os processos da Luxottica no Brasil, desde a criação até a venda do produto", explica Victoria.



CONVENÇÃO ÓTICAS CAROL

A Luxottica marcou presença na 8ª Convenção Óticas Carol, realizada na Praia do Forte (BA), de 8 a 10 de setembro, com o objetivo de fortalecer a relação com a rede Carol e seus franqueados. Participaram do evento a equipe comercial e também **Stefano Tarascio**, Presidente da Luxottica no Brasil, que esteve na plenária. "Tivemos a venda dentro do estande, destacando o lançamento de uma coleção Ray-Ban exclusiva para a Óticas Carol – e que teve um retorno muito positivo", explica Victoria Loureiro.

FENOPTICA

Com o intuito de crescer ainda mais dentro dos clientes do Norte e Nordeste, a Luxottica participou em outubro da Fenoptica, a maior feira de materiais, produtos ópticos e relógios do Norte e Nordeste, realizada em Fortaleza.

De acordo com Victoria, hoje temos em média 11% das vendas do Norte e Nordeste é realizada em eventos, mostrando a importância dessa plataforma. "É muito interessante pelo ponto de contato que tivemos com clientes dessas duas regiões, que muitas vezes não temos contato pessoal durante o ano", diz, revelando que foram comercializadas mais de 16 mil peças durante o evento.

LUXOTTICA® DAYS

LUXOTTICA DAYS EM MILÃO

A cada trimestre, o Luxottica Days é o maior evento de atacado da nossa companhia. Os clientes voam de todos os lugares do mundo para a Itália e são convidados a explorar as novas coleções e os produtos especiais das nossas marcas. Participaram da edição de novembro, realizada em Milão, 271 clientes.

Com Ray-Ban e Oakley sendo os heróis das nossas marcas, as lentes RX foram um dos principais focos da edição. Graças às novas lentes RX da Ray-Ban, num futuro próximo a Luxottica será capaz de fabricar e vender 100% dos óculos de sol Ray-Ban RX (armação e lentes finalizadas), prontas para serem entregues aos consumidores finais. Por outro lado, as lentes RX da Oakley Prizm foram projetadas especialmente para golfistas, ciclistas e atletas de esportes aquáticos, que vão ter a oportunidade de usá-las em óculos de sol sem perder o conforto e o desempenho.



NOVO LABORATÓRIO DE LENTES NA ITÁLIA E RESULTADOS DO 3º TRIMESTRE

Depois de fechar o terceiro trimestre de 2016 com aumento de vendas líquidas em 3,2%, a Luxottica continua investindo no segundo semestre do ano para apoiar e simplificar a integração do negócio, junto de projetos designados para aprimorar a capacidade tecnológica, a fabricação e a infraestrutura logística do grupo.

Em Sedico, na Itália, o grupo abriu recentemente o laboratório de produção de lentes oftálmicas que atenderá a Europa, criando um eixo integrado de logística e produção entre as lentes e as armações.

Até o início de 2017, novos laboratórios centrais seguirão em Atlanta (Estados Unidos) e Dongguan (China) para atender a América do Norte e o Pacífico da Ásia. Eles vão produzir lentes oftálmicas perfeitamente adaptadas para cada armação fabricada na Luxottica, com o objetivo de fornecer aos consumidores um par completo de armações prescritas com a mais alta qualidade e estética. A Luxottica oferecerá cuidados com os olhos, providos de um novo modelo de serviço, inigualável no mercado.

NOSSAS CARACTERÍSTICAS

Conheça funcionários que transmitem Imaginação, Empreendedorismo, Paixão, Simplicidade e Rapidez para todos aqui na Luxottica



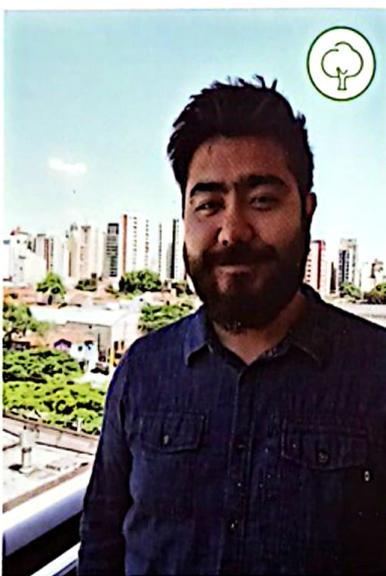
“No dia a dia, preciso ser imaginativo para lidar com as adversidades e assim realizar as tarefas da melhor maneira possível, visando produtividade e o bem-estar dos colaboradores. Temos que ser criativos e imaginativos para buscar melhorias e facilitar o cotidiano – e sempre imaginando possíveis situações”

Jean Kleber Chini, Montagem Final.



“A paixão está em cada atividade que faço. Admiro o que produzimos e me orgulho de saber que ninguém no mundo faz o que fazemos. São quase 20 anos de aprendizado, conquistados com relações interpessoais e experiências. Com humildade e dedicação, tento ser um exemplo para as pessoas do meu trabalho e na vida pessoal”

Marcos Silveira, Líder Técnico – Jundiaí.



“A Característica Empreendedor está no meu dia a dia com o constante desafio do status quo. Sempre acreditei que tudo pode ser melhor e na entrega além do esperado. Empreender exige transformações, correr riscos e assumir responsabilidades, uma posição de dono com as coisas que fazemos. Ser pioneiro na mudança traz ganhos para empresa e, conseqüentemente, para o profissional”

Diego Lima, Gerente de Remuneração e Benefícios Júnior – SP.

“Minha rotina de trabalho envolve assumir responsabilidades sem retrabalho e com muito carinho, atenção, qualidade, simplicidade e rapidez. Meus colegas sempre elogiam a minha produtividade e, quando necessário, ajudo-os a finalizar suas atividades também”

Ivani Ap. de Oliveira Souza, Almoxarifado Kit Campinas.



MULHERES NO CONTROLE

A Luxottica não ficou de fora do Outubro Rosa, campanha mundial contra o câncer de mama, promovendo a Palestra Mulher no Controle e ministrada pelo médico da EMS Eduardo Victoriano. Cerca de 150 funcionárias receberam orientações sobre o câncer de mama, além do funcionamento do corpo feminino em diferentes situações. "As mulheres, de posse de informações sobre seu corpo,

têm o poder de participação social e não ficam expostas a situações de dominação. Assim, elas têm voz ativa, garantem autonomia e autoridade para fazer as mudanças que desejam. Desta forma, garantimos que possam estar cientes sobre a luta pelos seus direitos, como a total igualdade entre os gêneros", ressalta **Fernando Friestino**, Médico do Trabalho de Campinas.



NOVOS UNIFORMES PARA CAMPINAS

Fique atento! A partir de janeiro de 2017, um novo layout de uniformes será implantado para a área fabril de Campinas. Para o desenvolvimento das novas peças, os colaboradores foram ouvidos e tiveram grande participação. Inclusive, algumas das mudanças propostas por eles foram atendidas, como cortes e mais variações de tamanhos.

Entre as mudanças, estão o formato da gola e do porta-crachá, além de modificações nas cores, incluindo novas tonalidades, que fazem referência às Características da companhia e ao logotipo da Luxottica. Outra novidade é que, durante o inverno, os colaboradores que utilizam o uniforme contarão com moletom como parte do conjunto.

A divulgação das datas para troca das vestimentas por setor e as novas regras que serão aplicadas será realizada em breve. É importante que todos fiquem atentos, já que, após a substituição, o colaborador só poderá acessar a empresa se estiver uniformizado com o novo layout.



ONESIGHT BRASIL EM SALGUEIRO



Entre os dias 17 e 27 de outubro, realizamos a Clínica OneSight Brasil em Salgueiro, em Pernambuco. Além de recebermos uma equipe de voluntários Luxotticans do mundo inteiro, novamente contamos com a grande parceria da Fundação Altino Ventura e toda a sua equipe de médicos oftalmologistas, enfermeiros, assistentes sociais, técnicos em exames e tradutores para realização deste grande projeto.

3.832 pessoas atendidas. Destas, 3.248 apresentaram necessidade de uso de lentes corretoras e conseguiram adquirir seu par de óculos/lentes gratuitamente.

252 pacientes foram diagnosticados com outras patologias (catarata, deslocamento de retina, retinopatia diabética, glaucoma e graves problemas de estrabismo).

Nós não vamos parar até que todos possam ver!

CONFIRA DEPOIMENTOS DOS VOLUNTÁRIOS ONESIGHT QUE PARTICIPARAM DAS CLÍNICAS EM NICARÁGUA E RUANDA.

"Foi uma experiência inesquecível! Aprendi muitas coisas, tanto na parte do trabalho prático de uma clínica quanto na convivência com pessoas do mundo todo. Conheci novas culturas, diferentes lugares, mas, acima de tudo, aprendi que o trabalho feito com o coração apenas para fazer o bem a alguém nos traz sentimentos especiais e nos faz repensar valores", Carla Cursi Miguel, Designer – OneSight Nicarágua



"A experiência é ótima e a sensação de estar fazendo a diferença para aquelas pessoas é indescritível. Em Ruanda, algumas pessoas viajam até 400 quilômetros para conseguir um exame oftalmológico e conseguir um par de óculos bons com lentes de qualidade, pois são muito caros! O OneSight está lá para mudar este cenário. Sinto-me orgulhoso de fazer parte disso", Danilo Hermann, Comprador Pleno – OneSight Ruanda



OI, MARIA, TUDO BEM? TENHO QUE TE CONTAR UMA NOVIDADE. COMECEI A NAMORAR O JOÃO!

SIM, ELE MESMO!

É VERDADE, MARIA. VOU HOJE MESMO AVISAR O RH PARA QUE ELES ME ORIENTEM SOBRE COMO PROCEDER. OBRIGADA PELA SUA ORIENTAÇÃO.

O JOÃO, COORDENADOR DA SUA LINHA DE PRODUÇÃO?

ANA, VOCÊ JÁ CONVERSOU COM O RH SOBRE ISSO? LEMBRE-SE DE QUE, NO TREINAMENTO DE CÓDIGO DE ÉTICA, NOS FOI ORIENTADO QUE O IDEAL É EVITARMOS RELACIONAMENTOS AMOROSOS COM NOSSOS SUPERIORES, PESSOAS DO MESMO DEPARTAMENTO OU COM ALGUÉM CUJO TRABALHO TENHA RELAÇÃO COM O NOSSO. ISSO PODE GERAR UM CONFLITO DE INTERESSES E, NESSES CASOS, O RH DEVE SER COMUNICADO PARA QUE NÃO COLOQUE EM RISCO A INTEGRIDADE DO SEU COMPORTAMENTO.