

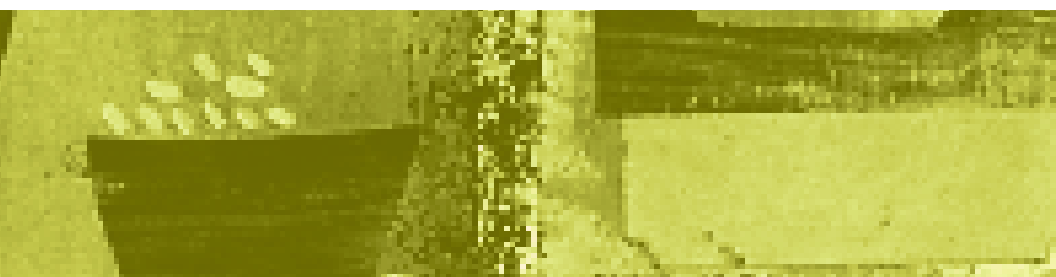
Ética Comercial y Cumplimiento

Estándares de Conducta de Negocios





Starbucks Estándares de Conducta de Negocios





Acerca de los Estándares de Conducta de Negocios

Starbucks autoriza a todos los partners a tomar decisiones que afectan nuestra reputación.

Las acciones individuales en el trabajo determinan la imagen que el mundo tiene de Starbucks, por ese motivo es tan importante que cada uno asuma la responsabilidad por la Misión de Starbucks y actúe con ética en cualquier situación.

Los *Estándares de Conducta de Negocios* respaldan la Política de ética de negocios internacional y brindan una descripción general de algunos de estos estándares legales y éticos que se espera que todos respetemos todos los días. Si no está seguro sobre qué hacer en una situación, tiene respaldo. Hable con su gerente, Recursos Humanos o Ética Comercial y Cumplimiento sobre sus preocupaciones.

Lea cuidadosamente estos *Estándares* en su trabajo. Si tiene alguna pregunta, consulte la sección “Solicitud de Asistencia y Manifestación de Preocupaciones” de este folleto.

Para facilidades por discapacidad, los *Estándares* están disponibles en formatos accesibles.

Comuníquese con diversity@starbucks.com para obtener más información.

Misión de Starbucks

Inspirar y nutrir el espíritu humano: una persona, una taza de café y una comunidad a la vez.



Contenido

Introducción

Mensaje de Howard Schultz	2
Solicitud de asistencia y manifestación de preocupaciones	4
Política anti-represalias	4

Entorno de trabajo

Cómo nos tratamos unos a otros	5
Cómo tratamos a nuestros clientes	5
Diversidad	6
Seguridad y salud en el trabajo	6
Calidad Starbucks y protección del cliente	7
Abuso de drogas o alcohol y armas	7
Reglas sobre salarios y horarios	8

Prácticas comerciales

Cumplimiento de leyes y reglamentaciones	10
Negocios internacionales	10
Tratos con el gobierno	11
Prácticas de venta y publicidad	12
Competencia justa	12
Conflictos de intereses	14
Regalos y entretenimiento	16
Valores	17
Propiedad intelectual e información privilegiada	19
Información confidencial	19
Otros tipos de propiedad intelectual	20
Uso y retención de registros de la compañía	21
Libros y registros	22
Contabilidad financiera, controles internos y asuntos de auditorías	22

Participación en la comunidad

Declaración de misión sobre el medio ambiente	23
Compromiso con el medio ambiente	23
Actividades personales	23
Actividades políticas	24
Relaciones públicas	24

Recursos

Preguntas más frecuentes	25
Marco de trabajo para la toma de decisiones éticas	27
Información de contacto	28



Estimados Partners:

Starbucks es el líder mundial en tostado y venta de cafés de especialidad y se ha convertido en una verdadera marca internacional. Desde un principio, hemos reconocido que ustedes, nuestros partners, tienen un papel fundamental en nuestro éxito continuo. La reputación de Starbucks por el mejor café del mundo, un servicio al cliente excepcional y la más alta integridad, es el resultado directo de nuestros esfuerzos conjuntos. Todos somos responsables de cuidar la reputación de Starbucks. La forma en que conducimos nuestro negocio y cómo tratamos a los demás (a nuestros compañeros, clientes, comunidades, proveedores y accionistas) seguirá determinando la imagen que el mundo tiene de Starbucks.

“La reputación de Starbucks por el mejor café del mundo, un servicio al cliente excepcional y la más alta integridad, es el resultado directo de nuestros esfuerzos conjuntos.”

Cada uno de nosotros es personalmente responsable de respaldar nuestros valores centrales, que requieren el cumplimiento de la ley y la conducta ética. Hemos preparado los *Estándares de Conducta de Negocios* para reafirmar nuestro compromiso de larga data de confirmar esa responsabilidad y brindar asesoramiento a nuestros partners.

A medida que avancemos, los *Estándares* ayudarán a garantizar que nuestros valores continúen reflejándose en cada tienda y actividad comercial de Starbucks. El compromiso con la integridad y con actuar honesta y éticamente, así como el cumplir con la letra y el espíritu de la ley, son elementos críticos de nuestro éxito continuo.

Gracias por su participación.

Cordialmente,



Howard Schultz
presidente y
director ejecutivo



Solicitud de asistencia y manifestación de preocupaciones

Los valores centrales de Starbucks exigen el cumplimiento de la ley, además de una conducta ética. Si cree que estos estándares no se han cumplido, necesita acceder a las políticas o si desea hacer alguna pregunta, solicite asistencia o manifieste sus preocupaciones comunicándose con uno de los siguientes recursos:

- Su gerente o gerente de un nivel jerárquico superior
- Su representante de Recursos Humanos
- Ética Comercial y Cumplimiento

Utilice uno de los métodos a continuación para llegar a Ética Comercial y Cumplimiento. (Consulte “Información de contacto” en el interior de la portada para más detalles).

La Línea de Ayuda de Conducta de Negocios es un número telefónico gratuito que puede utilizar para formular preguntas o manifestar preocupaciones. Está disponible las 24 horas del día, los siete días de la semana, y se puede poner a su disposición un intérprete, si así lo solicita.

La Webline de Conducta de Negocios es una herramienta en línea que sirve como otra forma para que los partners puedan solicitar ayuda o manifestar preocupaciones.

Su inquietud se tomará seriamente y toda la información suministrada a la Línea de Ayuda o Webline se tratará con absoluta confidencialidad. Tenga en cuenta que la información suministrada a Ética Comercial y Cumplimiento está dirigida a Estados Unidos. Se hará todo lo razonablemente posible para proteger la seguridad de cualquier dato personal obtenido durante su llamada y para evitar el uso o la divulgación no autorizados de dichos datos. Las preguntas o inquietudes pueden enviarse a la Línea de Ayuda o Webline en forma anónima.

Política anti-represalias: Starbucks no tolera represalias o persecución de ningún partner que exprese preocupaciones o que formule preguntas sobre una supuesta violación de los *Estándares de Conducta de Negocios* o cualquier otra política de Starbucks, que él o ella crea razonablemente que se han producido.

Entorno de trabajo

Cómo nos tratamos unos a otros

Starbucks promueve igualdad de oportunidades en sus prácticas de contratación, toma las decisiones de reclutamiento en base a criterios relacionados con el empleo solamente y no está a favor del trabajo forzado. Cuando se emplean partners menores de 18 años, los gerentes deben cumplir con todas las limitaciones establecidas por Starbucks o requeridas por ley relacionadas con la edad mínima de contratación, horas de trabajo y tareas realizadas por los partners, a fin de garantizar que el trabajo realizado no impide la educación, la salud, la seguridad y el desarrollo mental o físico del niño.

En Starbucks, nos tratamos unos a otros con respeto y dignidad. Esto significa que todos los partners tienen derecho a trabajar en un ambiente libre de acoso, intimidación o discriminación.

El acoso, la intimidación y la discriminación toman muchas formas, entre ellas:

- Comentarios, gestos o contacto físico inadecuados
- Mostrar o hacer circular fotografías u otros materiales ofensivos, derogatorios o de contenido sexual explícito por cualquier medio, incluyendo por correo electrónico o por Internet
- Chistes o comentarios ofensivos o derogatorios (explícitos o indirectos)
- Abusos o amenazas verbales o físicos

P: Uno de mis compañeros de trabajo me envió por correo electrónico un chiste inapropiado a mí y a otros compañeros del equipo. Me resultó ofensivo, pero no sé si debo plantearle mi preocupación. ¿Qué debo hacer?

R: Cada uno de nosotros tiene la obligación de garantizar que Starbucks sea un gran lugar para trabajar para todos los partners y un comportamiento ofensivo como este no resulta aceptable. Si se siente incómodo hablando con su compañero de trabajo directamente, comuníquese con su gerente, Recursos Humanos o Ética Comercial y Cumplimiento.

Cómo tratamos a nuestros clientes

El excepcional servicio al cliente que nos caracteriza es una prioridad máxima para Starbucks. Nos esforzamos para hacer que la experiencia de cada uno de nuestros clientes sea agradable y satisfactoria, y tratamos a nuestros clientes igual que nos tratamos entre nosotros, es decir, con respeto y dignidad. Esto significa, por ejemplo, que nunca acosamos ni discriminamos a nuestros clientes.

“Tratamos a nuestros clientes igual que nos tratamos entre nosotros, es decir, con respeto y dignidad.”

Diversidad

Starbucks crea y estimula de forma activa un entorno que incluya a todas las personas y sus habilidades, puntos fuertes y diferencias particulares, y promueve la diversidad como una ventaja comercial competitiva y estratégica de la compañía.

“Respetamos la diversidad entre nosotros, nuestros clientes y proveedores, y entre todos aquellos con quienes nos relacionamos.”

A medida que seguimos creciendo, hacer de la diversidad un componente esencial en todos los aspectos de nuestro negocio, desde la forma en que trabajamos juntos hasta la forma en que obtenemos bienes y servicios, es vital para nuestro éxito a largo plazo. Respetamos la diversidad entre nosotros, nuestros clientes y proveedores, y entre todos aquellos con quienes nos relacionamos. Nuestro objetivo es ser la compañía que más incluya a nivel mundial, trabajando con miras a la equidad, inclusión y acceso totales para aquellas personas que se cruzan en nuestro camino.

Seguridad y salud en el trabajo

Se espera que los partners sigan todas las reglas y prácticas de seguridad, cooperen con los funcionarios que verifican el cumplimiento de dichas reglas y prácticas, sigan los pasos necesarios para protegernos a nosotros mismos y a otros partners, asistan a sesiones de capacitación sobre seguridad e informen inmediatamente todos los accidentes, lesiones y prácticas o condiciones inseguras.

Para mejorar la seguridad en el trabajo, usted debe conocer y seguir la información que se le proporcione en sesiones de capacitación sobre seguridad en el trabajo.

P: Nuestros estándares de seguridad exceden ampliamente los exigidos por la ley en donde yo trabajo y nuestros competidores sólo respetan los requerimientos locales. ¿No deberíamos hacer lo mismo?

R: No. Debemos respetar nuestras políticas de seguridad de la compañía. Starbucks se compromete a brindar a los partners un entorno seguro en todos los lugares que operamos, incluso si esto significa que excedamos los requerimientos locales.

Calidad Starbucks y protección del cliente

El compromiso de Starbucks con la calidad significa también que tomamos las medidas necesarias para proteger la salud y seguridad de nuestros clientes. Usted puede aportar su parte siguiendo todos los procedimientos adecuados relacionados con el almacenamiento, manejo, preparación y servicio del café y otros productos de Starbucks®; esforzándose para garantizar que las condiciones de limpieza, sanidad y seguridad de todas nuestras instalaciones sean excelentes, y explorando continuamente nuevas formas de mantener y mejorar los estándares y prácticas de calidad de Starbucks.

Por favor, póngase inmediatamente en contacto con su gerente si percibe cualquier cosa que indique que algún producto, proceso o situación puede representar un riesgo para la salud o la seguridad. Starbucks ha establecido procesos para abordar dichas situaciones y su gerente sabe cuáles son los pasos que hay que tomar.

Abuso de drogas o alcohol y armas

Starbucks cuenta con una estricta política sobre armas y abuso de drogas o alcohol. Los partners no pueden tomar ni poseer bebidas alcohólicas en las instalaciones de la compañía, excepto en los eventos sociales patrocinados por Starbucks, en que Starbucks permita el alcohol. Con respecto a la posesión o uso de alcohol, una de las excepciones aplicables es si su trabajo involucra la venta de alcohol, pero en ese caso, usted no puede consumir bebidas alcohólicas y debe participar en toda capacitación especial requerida para llevar a cabo dicho trabajo.

No puede consumir ni poseer drogas o sustancias controladas en la propiedad de Starbucks o cuando participe en una actividad relacionada con el trabajo. Los partners no pueden acudir a trabajar bajo los efectos de alcohol, drogas o sustancias controladas.

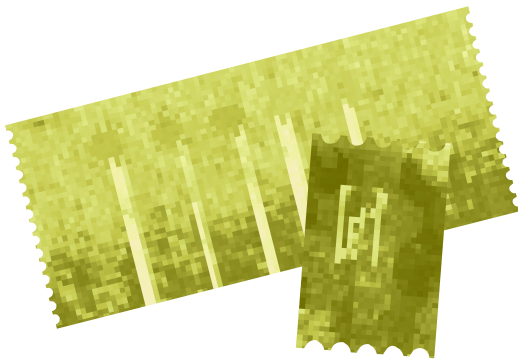
Los partners no pueden tener ningún arma mientras estén en una tienda, planta u otra propiedad de Starbucks. Starbucks toma sus reglas relativas a la seguridad y salud en el trabajo muy en serio. Es esencial que usted comprenda y acate dichas políticas, así como cualquier otra información más detallada que se le proporcione al respecto.

Reglas sobre salarios y horarios

Starbucks se compromete a acatar todas las leyes y reglamentaciones relativas a salarios y jornadas de trabajo. Para asegurarnos de que todo el trabajo llevado a cabo para Starbucks se compense correctamente, es esencial que todo el tiempo trabajado se informe y registre de forma precisa con el procedimiento local establecido.

P: En los últimos tiempos mi tienda ha tenido mucha actividad y resultó difícil encontrar el momento para hacer la limpieza rutinaria. En la reunión de la tienda de esta mañana, nuestro gerente nos dijo que si no completábamos nuestras tareas antes de nuestro horario de salida deberíamos quedarnos después de hora para hacerlas. ¿Está bien que nuestro gerente nos solicite esto?

R: No. Trabajar después de hora está estrictamente prohibido en Starbucks. Starbucks se compromete a garantizar que todos los partners reciban la remuneración precisa por el trabajo que realizan. Cualquier pedido de trabajar después de hora debe informarse a Recursos Humanos o Ética Comercial y Cumplimiento.



Prácticas comerciales

Cumplimiento de leyes y reglamentaciones

Starbucks se compromete a cumplir todas las leyes, normas y reglamentaciones de los países donde opera. Usted también debe cumplir con todas las leyes, normas y reglamentaciones aplicables al desempeñar sus funciones.

Cuando crea que existe un conflicto entre estos *Estándares* y una ley, norma o reglamentación aplicable, o si tiene alguna pregunta sobre la legalidad de su conducta o la de otros partners, debe consultar con su gerente o con otra persona, tal como se describe en la sección “Solicitud de Asistencia y Manifestación de Preocupaciones” de este folleto.

Negocios internacionales

Starbucks se acoge a los estándares éticos más elevados en todas las operaciones comerciales. Los partners deben acatar todas las leyes, normas y reglamentaciones aplicables al realizar negocios en nombre de Starbucks.

“Starbucks presentará información precisa y veraz al declarar sus operaciones comerciales a las dependencias gubernamentales.”

Los pagos que se efectúen a cualquier agente extranjero deben cumplir con la ley y estar sujetos a las leyes estadounidenses y del país extranjero. Los pagos realizados por Starbucks, o en nombre de Starbucks, a agentes extranjeros o funcionarios del gobierno, se realizarán únicamente en concepto de servicios desempeñados, y la cantidad pagada deberá ser apropiada considerando la naturaleza de dichos servicios. Bajo ninguna circunstancia, el partner efectuará pagos en contravención de las leyes ni inducirá a funcionarios del gobierno a establecer relaciones de negocios con Starbucks.

Los partners deben cumplir todas las leyes locales y extranjeras referentes a aduanas y comercio. Starbucks presentará información precisa y veraz al declarar sus operaciones comerciales a las dependencias gubernamentales. Toda información que un partner facilite a un funcionario del departamento de aduanas o a cualquier agente que Starbucks haya contratado para ocuparse de los trámites de importación y exportación, debe ser precisa y veraz. Si realiza negocios internacionales en nombre de Starbucks, asegúrese de comprender en su totalidad estas leyes y saber lo suficiente acerca de terceros que operen comercialmente en nombre de Starbucks para garantizar que tomen las decisiones apropiadas en nombre nuestro.

En ningún momento se permite a los partners de Starbucks influir en el resultado de ninguna decisión comercial mediante el intercambio de sobornos de ningún tipo.

Tratos con el gobierno

Starbucks se compromete a cumplir todas las leyes, reglamentaciones y códigos locales, y a colaborar de forma justa y honesta con los funcionarios gubernamentales y otras personas de nuestras comunidades. Al hacer esto, nuestras acciones deben satisfacer los más elevados estándares éticos y legales. Va en contra de las políticas de Starbucks (y puede constituir una violación legal) ofrecer o hacer un pago o regalo de cualquier tipo para facilitar un proceso o para influir en un funcionario gubernamental local.

“Los partners deben tratar con las autoridades gubernamentales de forma sincera y directa.”

Si se pone en contacto con usted un representante del gobierno o de cualquier autoridad administrativa y le solicitan que dé información o que permita una inspección, usted deberá informarlo de inmediato a su gerente. Su gerente tomará las medidas adecuadas o se pondrá en contacto con el departamento adecuado para obtener asistencia.

La política de Starbucks consiste en mantener relaciones justas y honestas con las autoridades gubernamentales, y cumplir con todos los procesos y requerimientos válidos del gobierno. Los partners deben tratar con las autoridades gubernamentales de forma sincera y directa, y no deben solicitar o animar a otro partner o a cualquier otra persona a que proporcione información falsa o engañosa a un funcionario o representante del gobierno. Los partners no deben solicitar o animar a ninguna otra persona a que destruya información relevante para una investigación.

P: Utilizamos un agente para facilitar las relaciones con los funcionarios del gobierno local. Hace poco tiempo, nos pidió que aumentáramos su comisión y sospecho que desea entregar este dinero a los funcionarios locales. ¿Qué debo hacer?

R: Si sospecha que el agente está haciendo pagos ilegales en nombre de Starbucks, la compañía tiene la obligación de investigar si esto es así y detener estos pagos. Debe informar sus sospechas a su gerente o a Ética Comercial y Cumplimiento.

El compromiso de Starbucks de trabajar de forma justa y honesta con el gobierno incluye todas las interacciones con funcionarios gubernamentales.

Determinados partners serán notificados y capacitados regularmente a los fines de cumplir con las leyes federales pertinentes, incluyendo aquellas relativas a la divulgación de lobbying, anti-soborno y anti-corrupción.

Prácticas de venta y publicidad

En todas las ventas y publicidad, Starbucks compete en base al mérito de sus productos y servicios. Nuestras comunicaciones con los clientes actuales o potenciales deben ser verdaderas y precisas. Cuando decimos algo sobre nuestros productos y servicios, tenemos que ser capaces de probarlo. Vendemos la calidad de lo que hacemos y no menospreciamos a la competencia.

Competencia justa

Las leyes de competencia justa tienen por objeto promover una competencia dinámica en un mercado libre. A Starbucks le interesa estimular una competencia libre y abierta. Starbucks debe tomar sus decisiones de negocios sin llegar a acuerdos o entendimientos con competidores o proveedores que restrinjan la competencia. Consideramos que el cumplimiento de estas leyes es de vital importancia.

Todos los partners deben cumplir los siguientes principios al desempeñar funciones en representación de Starbucks.

- No hablar de precios, producción o mercados con la competencia o con los clientes
- No establecer precios de reventa con los clientes o proveedores
- Presentar siempre los servicios y productos de Starbucks de forma que coincida con nuestros valores centrales
- No inducir a terceros a incumplir un contrato existente
- No actuar nunca de manera que se pueda interpretar como la exclusión de competidores actuales o potenciales, o como un intento de controlar el precio de mercado

P: Voy a una exposición. ¿Puedo visitar el stand de un competidor?

R: Sí. Puede visitar el stand y recolectar cualquier material de distribución pública. Sin embargo, si habla con alguien del stand, identifíquese como partner de Starbucks y evite conversaciones relativas al negocio. Si desea hacer alguna pregunta, una buena práctica es consultar a Asuntos legales y corporativos para obtener asesoramiento antes de asistir a la exposición.

P: Un vendedor de la competencia y yo somos amigos. De vez en cuando, hablamos sobre planes de mercadotecnia. ¿Debo preocuparme por eso?

R: Sí. Está divulgando información confidencial en la que Starbucks ha invertido tiempo y dinero para desarrollarla. También puede estar violando las leyes de competencia que prohíben las discusiones sobre mercadotecnia y fijación de precios.

Conflictos de intereses

Todos estamos obligados a evitar los conflictos de interés. Un conflicto de interés ocurre cuando un interés o actividad personal interfiere o parece interferir con los deberes que usted desempeña o tiene que desempeñar en o para Starbucks. Un conflicto de interés puede influir inconscientemente incluso en la persona más ética y la sola apariencia de conflicto puede causar que los actos o la integridad de un partner sean cuestionados.

Además de la divulgación anual, los posibles conflictos de interés deben divulgarse al gerente de partners o al vicepresidente a cargo del departamento de partners o la unidad de negocios, quien se pondrá en contacto con el director general de cumplimiento. Si el partner prefiere, la divulgación puede realizarse directamente al director general de cumplimiento a través de Ética Comercial y Cumplimiento.

P: Tengo un pariente al que desearía contratar para hacer algunos trabajos en Starbucks. Dado que este es un proyecto legítimo que se debe realizar, y mi pariente está capacitado para hacer este tipo de trabajo, ¿está bien si lo contrato?

R: Si bien el trabajo es legítimo, esta situación crea la aparición de un conflicto. Las circunstancias de esta situación deben presentarse a Ética Comercial y Cumplimiento de modo que se pueda realizar una revisión independiente antes de efectuar la contratación. Esto ayudará a protegerlo a usted, a su pariente y a Starbucks si alguna vez se cuestiona la relación.

Estos son ejemplos de algunas situaciones en que pueden producirse conflictos de interés:

- Ser empleado o dirigir una firma (incluida consultoría) que hace negocios o desea hacer negocios con Starbucks o que compite con Starbucks (por ejemplo, trabajar en una tienda de la competencia dedicada a la venta de café)
- Hacer una inversión directa importante en una firma de este tipo (ya sea usted directamente o por conducta de un integrante de su familia inmediata)
- Actuar en representación de alguien que no sea Starbucks en cualquier operación comercial con Starbucks (por ejemplo, ayudar a alguien para que venda productos o servicios a Starbucks)
- Participar personalmente en operaciones en las que Starbucks tenga algún interés



Regalos y entretenimiento

No se debe aceptar ni ofrecer ningún regalo o favor si éste pudiera crear algún tipo de obligación, comprometiera su juicio profesional o creara la apariencia de que podría hacerlo. Al decidir si un regalo es apropiado, usted debe tomar en cuenta su valor y que, si el regalo se hiciera de conocimiento público, lo avergonzaría a usted o a Starbucks.

“Dar o aceptar regalos o entretenimiento valiosos puede constituir un intento impropio de influir en la relación entre las partes.”

Nunca debe aceptar o entregar un regalo monetario. (Algunos partners, sin embargo, pueden aceptar las propinas habituales por haber proporcionado un buen servicio). Como regla general, los partners deben limitar los regalos a o de cualquier proveedor o socio comercial a US \$75 por año. Se puede dar o aceptar un regalo de valor nominal si es un detalle común del negocio; por ejemplo, muestras de café, una taza para café, bolígrafo u objetos de poco valor similares.

Sin embargo, durante la tradicional temporada de entrega de regalos en áreas en las que es habitual intercambiar regalos monetarios (como China, Japón, Singapur, Malasia y Tailandia), los partners no deben pedir pero pueden intercambiar dinero con socios comerciales no gubernamentales en montos nominales no mayores al equivalente de US \$20.

Está estrictamente prohibido comercializar objetos de valor con otras empresas, incluidos tiendas y restaurantes.

Usted no debe alentar o solicitar a ninguna persona con quien Starbucks haga negocios, o que desee hacer negocios con Starbucks, que lo invite a comer o le proporcione algún tipo de entretenimiento. Dar o aceptar regalos o entretenimiento valiosos puede constituir un intento impropio de influir en la relación entre las partes.

P: ¿Puedo aceptar una comida de negocios de un proveedor?

R: En la mayoría de las circunstancias, se aceptan las comidas de negocios modestas y poco frecuentes. Sin embargo, cada vez que un proveedor paga una comida, siempre considere las circunstancias específicas y si su imparcialidad se vería afectada o podría verse afectada a la vista de los demás. Si la comida se ofrece durante negociaciones de contratos, siempre debe rechazar la invitación con amabilidad. Hable con su gerente si no está seguro.

Los partners pueden ofrecer o aceptar comidas y entretenimiento, siempre y cuando sea razonable y habitual, apropiado y ocurra infrecuentemente y no sea costoso. Consulte las pautas de gastos de su unidad o departamento comercial para obtener orientación adicional al respecto.

Starbucks prohíbe ofrecer, dar, solicitar o recibir, cualquier tipo de soborno o incentivo. Esta conducta conlleva multas severas.

P: Un proveedor con el que trabajo finalizó un proyecto importante para mí a tiempo y cumpliendo con el presupuesto. Deseo mostrarle mi gratitud con un regalo. ¿Qué es apropiado?

R: Cuando damos regalos, establecemos el tono en que realizamos negocios, puramente en consideraciones comerciales. Tenga esto en cuenta cuando selecciona un regalo para un proveedor. Como regla general, los partners deben limitar los regalos a o de cualquier proveedor o socio comercial a US \$75 por año. También tenga en cuenta la política de regalos y entretenimiento de la compañía para la que él trabaja. Del mismo modo que deseamos que los demás respeten nuestros estándares, debemos ser respetuosos de los suyos.

Valores

Como partner, usted puede llegar a tener conocimiento de información confidencial e importante sobre el negocio de Starbucks, normalmente denominada “información importante no pública”. Los partners no pueden comprar ni vender acciones (incluido el ejercicio de las opciones sobre acciones) ni ningún otro valor utilizando como base esta información. Para evitar posibles problemas, usted debe interpretar el término “información importante no pública” de forma amplia.

Algunos ejemplos de información importante incluyen:

- Información financiera
- Desarrollo de nuevos productos o servicios
- Una adquisición, un acuerdo de colaboración empresarial (joint venture) o una fusión propuestos
- Investigaciones gubernamentales
- Cambios de personal clave

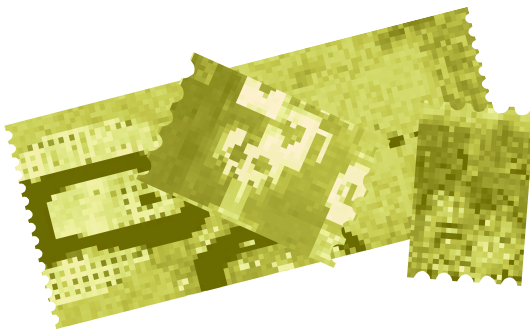
Se considera que la información no es pública, a menos que se haya divulgado adecuadamente al público. Son ejemplos de divulgación adecuada al público las presentaciones de información hechas por la compañía a las autoridades reguladoras de valores así como sus comunicados de prensa.

También debe haber transcurrido un tiempo adecuado para que el mercado haya procesado la información. Starbucks exige que la información se haya hecho pública durante un día laboral como mínimo, antes de que usted pueda negociar valores de Starbucks. Ciertos ejecutivos y partners que tienen acceso regular a información importante no pública tampoco pueden negociar valores durante los períodos sujetos a restricciones temporales, determinados por Starbucks.

P: Mi familia y amigos con frecuencia me preguntan sobre Starbucks y si deben comprar acciones. Por lo general, les digo lo que sé sobre nuestro negocio y sugiero que compren acciones. ¿Representa esto un problema?

R: Las mismas reglas sobre información interna se aplican a si debe comprar o vender acciones o si brinda información a otra persona, conocido como actuar en base a un consejo obtenido con información privilegiada. Si un pariente o amigo compra o vende acciones en base a información no pública que usted le proporcionó, ambos pueden ser responsables de la violación de la legislación sobre valores. Además, puede constituir una violación sólo por compartir información importante no pública, al margen de si esta persona la utiliza o se beneficia a partir de ella.

Para obtener más información, consulte [Uso de información privilegiada en negociación de valores](#), que puede obtener comunicándose con [Ética Comercial y Cumplimiento](#).



Propiedad intelectual e información privilegiada

Información confidencial

Durante el transcurso de su relación de trabajo con Starbucks, todos los partners tienen acceso a conocimientos e información no públicos y que pertenecen a Starbucks. Se confía a los partners la responsabilidad de mantener la confidencialidad de esta valiosa información.

“La información de Starbucks sólo se debe usar para propósitos de la compañía y no se debe divulgar a ninguna persona ajena a Starbucks.”

La información confidencial incluye cuestiones tales como: información sobre proveedores, tecnologías de Starbucks, recetas, fórmulas, mezclas de cafés, planes de mercadotecnia y de negocios, comunicaciones internas de la compañía, e información sobre productos actuales o futuros.

La información de Starbucks sólo se debe usar para propósitos de la compañía y no se debe divulgar a ninguna persona ajena a Starbucks. Incluso dentro de la compañía, sólo las personas que realmente necesitan la información para desempeñar su trabajo, deben tener acceso a la información confidencial. Si usted deja de trabajar en Starbucks, estará obligado a devolver todo material y propiedad de la compañía, incluidas las copias.

La información confidencial debe:

- Guardarse en un sitio seguro y no dejarla donde otros puedan verla
- Estar claramente marcada como confidencial
- No enviarse a máquinas de fax o impresoras desatendidas
- No hablar de ella donde otros puedan oírla

Starbucks se compromete a actuar con equidad en las áreas de información y materiales confidenciales. De igual modo que protegemos nuestra información, Starbucks respeta la información de otros.

Éstas son unas normas básicas que se deben respetar:

- No traiga a Starbucks ningún material de empleadores previos
- No acepte ni utilice la información confidencial de otros (ni acepte mantener la información de otros en confidencia)
- No solicite información confidencial de empleados o proveedores actuales o anteriores de otra compañía
- No “espíe”; sea transparente al obtener información sobre el mercado

P: Puedo comenzar temprano mi día devolviendo llamados durante mi viaje en tren hacia el trabajo. ¿Representa esto un problema?

R: Debe tener precaución de no discutir información no pública de la compañía en lugares públicos en donde otras personas pueden escucharlo como, por ejemplo, taxis, ascensores o en conferencias y exposiciones. Cuando sea necesario realizar una llamada telefónica en un lugar público, tenga en cuenta los alrededores.

Otros tipos de propiedad intelectual

En su calidad de partner, las cosas que crea para Starbucks son propiedad de la compañía. Esto incluye invenciones, descubrimientos, ideas, mejoras, programas de software, obras de arte y trabajos de autoría. Este producto del trabajo es propiedad de Starbucks si se crea o desarrolla, en parte o en su totalidad, durante las horas de trabajo en la compañía, al desempeñar sus deberes laborales o al utilizar los recursos o información de la compañía.

Los partners deben divulgar inmediatamente por escrito a Starbucks este producto del trabajo y cooperar en los esfuerzos de la compañía por obtener información para Starbucks.

Para asegurar que Starbucks se beneficie del trabajo llevado a cabo por consultores externos, es esencial contar con un contrato por escrito apropiado o con un documento de renuncia de derechos antes de iniciar cualquier trabajo.

“Las marcas son frágiles y deben usarse con cuidado para protegerlas de malos usos.”

Recuerde también que nuestras marcas, incluyendo el nombre Starbucks, son sumamente importantes para el éxito de Starbucks. Las marcas son frágiles y deben usarse con cuidado para protegerlas de malos usos. Consulte las directrices de Starbucks para el uso apropiado de las marcas.

Cuando Starbucks utiliza el producto del trabajo de otros, incluyendo al trabajo artístico y musical, tenemos que asegurarnos de cumplir las disposiciones legales aplicables. Por ejemplo, usted sólo debe utilizar software para el que cuenta con una licencia válida y sólo debe usar dicho software según los términos de su licencia. Los materiales escritos y la música pueden estar sujetos a protección de derechos de autor y sólo deben copiarse cuando así se permita. Actúe con cautela, porque no todos los materiales protegidos por derechos de autor llevan un aviso al respecto.

Uso y retención de registros de la compañía

La política de manejo de información de Starbucks expresa que los partners manejarán información de forma tal que respalde las necesidades del negocio a la vez que garantice la eficiencia, seguridad y cumplimiento con los requerimientos legales o reglamentaciones. Esta política es de aplicación para todos los registros mantenidos por Starbucks en cualquier formato, incluidos los contenidos en formato escrito y electrónico.

Si es responsable de preparar o mantener cualquier registro de Starbucks, familiarícese con *el Manual de manejo de registros de Starbucks*, el *Cronograma de conservación de registros de Starbucks* y específicamente con los períodos de conservación que se aplican a los registros que conserva. Recuerde también que hay estrictas normas a seguir referentes al procesamiento y manejo de la información privada y secreta. Estas normas se refieren a la recolección, el almacenamiento, el uso, las modificaciones, la divulgación y la destrucción de la información.

- Los registros deben prepararse siempre de forma precisa y confiable, y guardarse correctamente según el *Manual de manejo de registros de Starbucks* y el *Cronograma de conservación de registros de Starbucks*
- Los registros deben reflejar de forma precisa y exacta, dentro de los sistemas de información y contabilidad normales de Starbucks, todas las transacciones requeridas y otros eventos
- No puede haber fondos de la compañía que no estén registrados, así como tampoco bienes ni ningún otro tipo de cuentas clandestinas, cualquiera fuera la razón para justificar dichas cuentas

No debe destruir ni desechar a sabiendas información que esté sujeta a conservación legal. No se pueden destruir ni desechar registros relevantes para una acción legal y éstos deben ser preservados. Si Starbucks recibe una citación legal (o cualquier otro tipo de orden legal), una solicitud de registros u otros documentos legales o, si tenemos razón para creer que una solicitud o demanda de este tipo es probable, es política de la compañía conservar todos los registros que puedan ser pertinentes para ese asunto.

“Hay estrictas normas a seguir referentes al procesamiento y manejo de la información privada y secreta.”

Libros y registros

Todos los partners deben asegurar la exactitud e integridad de los registros corporativos de Starbucks. Esto incluye la fiabilidad y exactitud de libros y registros, así como la honestidad en proporcionar y divulgar información.

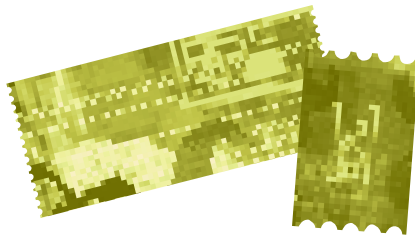
Los libros contables, estados financieros y registros de Starbucks deben mantenerse según lo dictado por las leyes y según los principios de contabilidad generalmente aceptados. Todos los activos y pasivos de Starbucks deben registrarse correctamente en sus libros.

Los costos y las ganancias deben registrarse en los períodos correctos. La venta no se completa oficialmente hasta que haya una prueba de acuerdo de venta, se haya aprobado el título y se pueda determinar el precio de venta y sea razonablemente cobrable. Hasta entonces, registrarla sería falsear los hechos.

Contabilidad financiera, controles internos y asuntos de auditorías

Las dudas referentes a contabilidad, controles internos de contabilidad o asuntos de auditoría deben reportarse prontamente a través de la Línea de Ayuda o Weblínea sobre Conducta de Negocios, que se describe en la sección “Solicitud de Asistencia y Manifestación de Preocupaciones” de este folleto. Los informes pueden hacerse en forma anónima y serán tratados con confidencialidad.

Dependiendo de su clasificación, los informes de este tipo serán enviados a Ética Comercial y Cumplimiento, al Director General de Cumplimiento o al Director Jurídico en la sede central de Starbucks en EE.UU, al Comité de Auditorías y Cumplimiento del Consejo de Administración o al director independiente que presida el Directorio.



Participación en la comunidad

Declaración de misión sobre el medio ambiente

Starbucks tiene el compromiso de establecer un liderazgo en relación con la defensa del medio ambiente en todos los aspectos de nuestro negocio.

Cumplimos esta misión mediante el compromiso de:

- Entender los problemas del medio ambiente y compartir información con nuestros partners
- Desarrollar soluciones innovadoras y flexibles para generar el cambio
- Esforzarnos por comprar, vender y utilizar productos que no son nocivos para el medio ambiente
- Reconocer que la responsabilidad fiscal es esencial para nuestro futuro ambiental
- Inculcar la responsabilidad por el medio ambiente como un valor de la compañía
- Medir y controlar nuestro progreso para cada proyecto
- Alentar a todos los partners a compartir nuestra misión

Compromiso con el medio ambiente

Todos los partners deben buscar formas de tratar proactivamente los impactos ambientales de nuestras operaciones y de incorporar los principios de la declaración de misión sobre el medio ambiente en su trabajo. Como mínimo, todos tenemos que asegurar que las prácticas y actividades comerciales de Starbucks cumplan con la letra y el espíritu de la ley y con todas las políticas de la compañía.

Starbucks entiende que la responsabilidad por el medio ambiente es necesaria si tenemos la esperanza de preservar nuestro mundo para las próximas generaciones. Nuestro compromiso de contribuir positivamente con el medio ambiente es de vital importancia para nuestra compañía. Seguimos avanzando en este compromiso en 1992 cuando adoptamos nuestra declaración de misión sobre el medio ambiente, que guía nuestro enfoque para minimizar nuestra huella ecológica. Starbucks siempre ha evolucionado y ha expandido nuestra definición de responsabilidad por el medio ambiente y lo que significa ser un líder en la defensa del medio ambiente.

Actividades personales

Starbucks comprende la necesidad de equilibrar el trabajo, la vida personal y la vida familiar, y alentamos a nuestros partners a que estén involucrados en las actividades de sus comunidades. No obstante, los partners no deben imponer sus creencias u opiniones personales a los otros partners, ni presentar sus opiniones personales como si fueran las de Starbucks.

Puede mantener sus actividades personales fuera del lugar de trabajo en forma confidencial pero siempre tenga en cuenta que usted es un representante de Starbucks. Su conducta puede afectar la percepción de la marca Starbucks y el servicio que provee.

Actividades políticas

Usted puede dedicarse a actividades políticas en su vida personal y usando sus propios recursos. No debe promover ningún punto de vista político ni personal ni creencias (incluyendo la exhibición o distribución de avisos ni otros materiales) en o cerca de las instalaciones de Starbucks, y no debe indicar ni sugerir que habla en representación de Starbucks ni que la compañía respalda su punto de vista.

Relaciones públicas

Toda la información que se divulga fuera de la compañía tiene que ser precisa, completa y consistente, y debe ser comunicada conforme lo indican las políticas de Starbucks. Todos representamos a Starbucks; si alguien le solicita información, por ejemplo, los medios de comunicación o inversores, asegúrese de notificarlo a su gerente o al responsable de departamento. Ellos se pondrán en contacto con la persona o departamento adecuado para asegurarse de que se siga el procedimiento correcto. Por favor, no intente responder a tales preguntas usted mismo.

Los estándares y políticas aquí presentados no son todos los estándares y políticas aplicables de Starbucks ni constituyen una explicación completa o exhaustiva de las leyes aplicables a Starbucks y a sus partners en un país en particular. Todos los partners de Starbucks tienen la obligación permanente de familiarizarse con las leyes aplicables relativas a sus responsabilidades laborales y a todas las políticas de Starbucks. La violación de estos estándares, políticas de Starbucks o de la ley puede resultar en una acción disciplinaria que puede incluir el despido.

Los estándares y políticas aquí comentados pueden modificarse de vez en cuando. Para revisar la versión actual, los partners deben consultar los *Estándares de Conducta de Negocios* publicados en la página web: www.Starbucks.com.

Preguntas más frecuentes

P: ¿Qué es el programa de Ética Comercial y Cumplimiento de Starbucks?

R: Ética Comercial y Cumplimiento de Starbucks, que incluye la Función de políticas de Starbucks, es un programa que respalda nuestra Misión de Starbucks y ayuda a proteger nuestra cultura y nuestra reputación brindando los recursos que ayudan a los partners a tomar decisiones éticas en el trabajo.

P: ¿Qué son los *Estándares de Conducta de Negocios de Starbucks*?

R: Los *Estándares de Conducta de Negocios* son una guía que se distribuye a todos los partners para ayudarlos a tomar decisiones apropiadas en el trabajo. Los *Estándares* son una breve declaración de algunas de las expectativas de la compañía en cuanto a cómo nos desempeñamos laboralmente en Starbucks.

P: ¿Qué esperan que haga con los *Estándares de Conducta de Negocios*?

R: Lea los *Estándares* cuidadosamente en su trabajo y asegúrese de entenderlos. Si desea hacer alguna pregunta o tiene alguna inquietud, consulte a su representante de Recursos Humanos local o comuníquese con Ética Comercial y Cumplimiento a través de la información de contacto detallada en el interior de la portada de este folleto.

P: ¿Qué es la Línea de Ayuda sobre Conducta de Negocios de Starbucks?

R: La Línea de Ayuda sobre Conducta de Negocios es un número telefónico gratuito que sirve para reportar problemas o inquietudes relacionados con cuestiones éticas y legales o supuestas violaciones de la política de Starbucks, lo que incluye a los *Estándares de Conducta de Negocios* y nuestros valores centrales. La llamada es gratuita y es respondida en vivo por un tercero, las 24 horas del día, los siete días de la semana.

P: ¿Puedo llamar a la Línea de Ayuda si no hablo inglés con fluidez?

R: Sí. Puede contar con un intérprete en vivo, si así lo solicita.

P: ¿Qué sucede cuando realizo una llamada a la Línea de Ayuda?

R: Las llamadas a la Línea de Ayuda son respondidas por un tercero ajeno a Starbucks. Especialistas capacitados hablarán con las personas que llaman respecto de preguntas o inquietudes y luego enviarán un informe al partner de Ética Comercial y Cumplimiento que trabaja con la parte o departamento correspondiente para su investigación y cualquier acción pertinente.

P: ¿Puedo llamar a la Línea de Ayuda en forma anónima?

R: Sí. Se le dará un número exclusivo, que le permitirá volver a llamar en forma anónima para verificar el estado de su reporte. Las llamadas a la Línea de Ayuda no son intervenidas y se manejan de manera confidencial. Animamos a los que llaman a dar sus nombres y números de contacto porque puede resultar más difícil investigar los reportes en los que no se proveen dichos detalles.

Starbucks no puede garantizar su anonimato si se identifica o brinda información a partir de la cual puede ser identificado, pero la compañía tomará todas las medidas razonables para asegurar que la identidad de la persona que llama se mantenga tan confidencial como sea posible.

P: ¿Qué es la Webline de Conducta de Negocios y en qué se diferencia de la Línea de Ayuda?

R: La Webline de Conducta de Negocios es una herramienta que sirve como otra forma para que los partners puedan solicitar ayuda o manifestar preocupaciones. Al igual que con la Línea de Ayuda, las inquietudes pueden enviarse en forma anónima y serán tratadas con absoluta confidencialidad.

P: ¿Pueden tomar represalias en mi contra o perseguirme por utilizar la Línea de Ayuda o la Webline?

R: Starbucks no tolera represalias o persecución de ningún partner que exprese preocupaciones o que formule preguntas sobre supuestas violaciones de la política de Starbucks, que él o ella crea razonablemente que se han producido.

P: ¿Cómo encajan la Línea de Ayuda y la Webline con el área de Recursos Humanos y las políticas y procedimientos locales, entre los que se incluye el procedimiento de quejas local?

R: El programa de Ética Comercial y Cumplimiento trabaja con los partners locales competentes para investigar y resolver las inquietudes reportadas a la Línea de Ayuda o Webline. Además de su gerente y representante de Recursos Humanos, hay otras formas en las que los partners pueden expresarse.

P: ¿Quién es mi contacto para obtener más información o las políticas?

R: Comuníquese con el representante local de Recursos Humanos o con el programa de Ética Comercial y Cumplimiento a través de la Línea de Ayuda, la Webline o por correo electrónico.

Marco de trabajo para la toma de decisiones éticas

1. Identifique el problema ético.
2. Enumere posibles soluciones (¿qué podría hacer usted?) y los obstáculos que impedirían resolver el problema.
3. Busque la opinión de los demás, si es apropiado.
4. Determine el mejor enfoque al problema (¿qué debería hacer usted?).
 - ¿Es consistente con nuestra Misión de Starbucks, los *Estándares de Conducta de Negocios* y cualquier otra ley o reglamentación aplicable?
 - ¿Su planteamiento lo(a) pondría a usted o a Starbucks en una situación embarazosa?
 - ¿Cómo se vería su planteamiento si se lo publicara en el periódico?
 - ¿Se sentiría usted cómodo con el antecedente que éste establece para la toma de futuras decisiones?
5. Si el camino a seguir no está claro, solicite asistencia.
6. Siga adelante con su decisión.

Usted está facultado

Usted puede lograr que las experiencias de nuestros clientes sean excelentes, sabiendo que Starbucks lo apoya a la hora de hacer lo correcto y trabajar con integridad.

Usted tiene responsabilidades

Usted desempeña un papel fundamental a la hora de garantizar que Starbucks proporcione un entorno laboral excelente y de proteger a nuestra cultura, nuestra reputación y nuestra marca.

Usted cuenta con ayuda

Si no está seguro en cuanto a qué hacer frente a determinada situación, usted tiene recursos a su disposición, entre los que se incluyen su supervisor, su representante de Recursos Humanos, los *Estándares de Conducta de Negocios* y Ética Comercial y Cumplimiento.

Usted puede expresar su opinión

Cuando cree que algo no está bien, usted puede expresarse y compartir sus inquietudes sabiendo que Starbucks desea oírlos y no tolera represalias contra ningún partner.

Información de contacto

El programa Ética Comercial y Cumplimiento brinda información y recursos que respaldan las prácticas comerciales éticas. Si tiene una inquietud relativa al cumplimiento, legal o ética, comuníquese con su gerente, Recursos Humanos o Ética Comercial y Cumplimiento.

Línea de Ayuda sobre Conducta de Negocios

Australia	1-800-45-4956 o 1-800-15-4867	Hong Kong	800-90-8032
Canadá–Inglés	1-800-611-7792	Países Bajos	0800-022-2214
Canadá–Francés	1-866-614-0760	Puerto Rico	1-800-611-7792
Chile	1230-020-5460	República de Irlanda	1-800-55-8618
China–Norte	10-800-711-0718	Singapur	800-110-1584
China–Sur	10-800-110-0661	Suiza	0800-56-1170
Costa Rica	0-800-011-0928	Tailandia	001-800-11-005-7967
Francia	0800-91-5128	Reino Unido	0800-028-3528
Alemania	0800-182-2581	Estados Unidos	1-800-611-7792

Áreas que todavía no cuentan con una Línea de Ayuda local

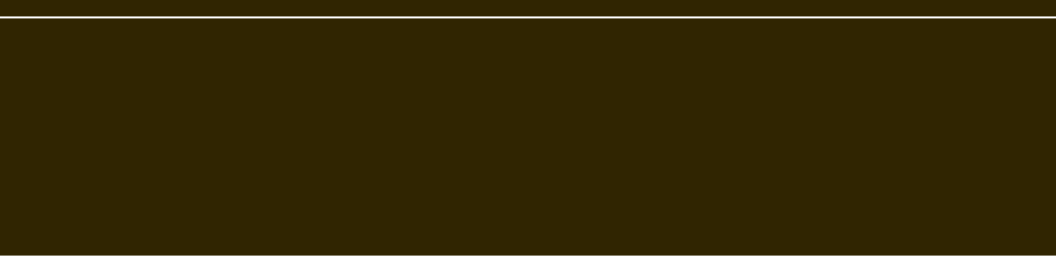
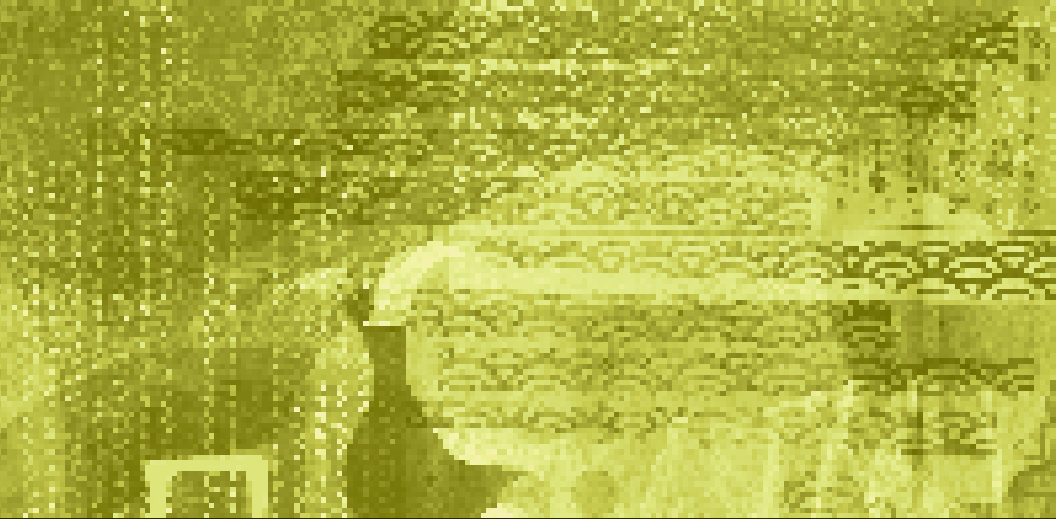
Para hacer una llamada gratuita a la Línea de ayuda o como respaldo de los números arriba citados, comuníquese con su operador local y solicite una llamada “con cobro revertido” o “por cobrar” a Estados Unidos, al número 678-250-7560. Si desea hacer una llamada anónima, diga “Srta. Starbucks” o “Sr. Starbucks” cuando el operador solicite su nombre.

Weblínea de Conducta de Negocios

<https://BusinessConduct.EAWeblínea.com>

Correo electrónico de Conducta de Negocios

BusinessConduct@Starbucks.com



STARBUCKS COFFEE COMPANY

© 2010 Starbucks Coffee Company. Reservados todos los derechos. SKU 1111071 SOBC_SP_v2_01_10
Impreso en los EE.UU. en papel 30% reciclado posconsumidor.
Estándares de Conducta de Negocios SJBQ3080TH-00316