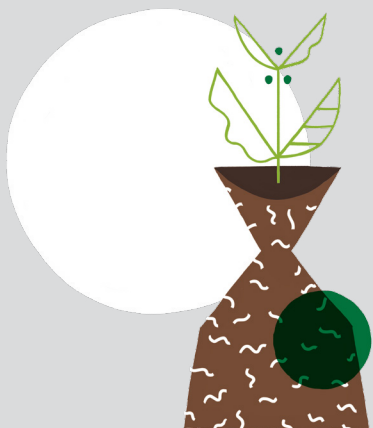
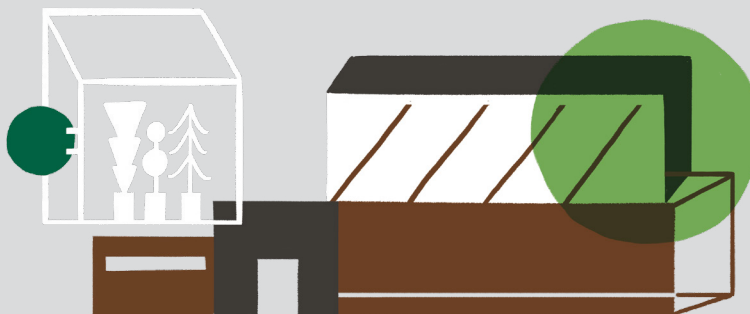
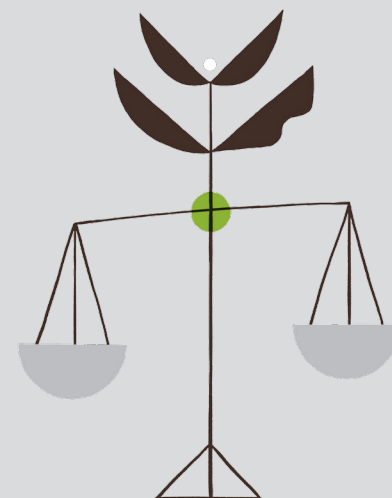




STARBUCKS®

2016
RESULTADOS DE
**IMPACTO
SOCIAL GLOBAL**



Avances positivos.

Nuestro informe Resultados de impacto social global de 2016 refleja nuestros progresos como empresa centrada en los resultados, pero siempre desde la óptica de la humanidad. Gracias al esfuerzo de más de 330 000 colaboradores en 75 países de todo el mundo, hemos cumplido con creces muchos de nuestros objetivos de ayudar a las comunidades a las que prestamos servicio a la vez que, un año más, hemos conseguido un rendimiento financiero récord. Nuestras sólidas colaboraciones estratégicas con organizaciones como Conservation International (CI) y Feeding America, así como con cientos de colaboradores de servicios a la comunidad de todo el planeta, nos permiten utilizar nuestra envergadura para obtener logros positivos.

Este progreso lo hemos conseguido juntos, siendo resueltos en nuestras decisiones y acciones colectivas. Pero, además, tenemos aspiraciones ambiciosas para los próximos años.



Kevin Johnson,
presidente y consejero delegado



Proyectos de futuro.

Nos vamos a centrar en cuatro áreas en las que nuestro compromiso y envergadura pueden ejercer el máximo impacto:

- Convertir el café en el primer producto agrícola sostenible del mundo, desempeñando nuestra labor para mejorar las vidas de un millón de personas en las **COMUNIDADES PRODUCTORAS DE CAFÉ** de todo el planeta.
- Crear y gestionar la mayor **CADENA COMERCIAL ECOLÓGICA** del mundo.
- **CREAR VÍAS** de empleo para un millón de personas.
- **REFORZAR LAS COMUNIDADES** aceptando a todos y generando impacto sobre lo que realmente importa.

CAFÉ
SOSTENIBLE 4

CADENA MÁS
ECOLÓGICA 8

CREACIÓN DE
OPORTUNIDADES 11

REFUERZO DE LAS
COMUNIDADES 15



Nuestro futuro: CAFÉ SOSTENIBLE

En Starbucks estamos orgullosos de haber conseguido obtener el 99 % del café de acuerdo con principios éticos de abastecimiento.

Sin embargo, nuestra tarea no termina aquí. Vamos a continuar trabajando con el uno por ciento restante para sumar a los productores a este proyecto, como sucede con el café de la Starbucks Reserve® del lago Kivu en la República Democrática del Congo, donde trabajamos con los agricultores para expandir nuestros esfuerzos de abastecimiento ético.

Estamos convencidos de que podemos aumentar la prosperidad y capacidad de adaptación de un millón de agricultores y trabajadores que producen nuestro café en las comunidades productoras de todo el mundo. Para lograrlo, vamos a invertir en estas comunidades, a compartir nuestros conocimientos técnicos sobre el café y a innovar con nuevos enfoques. Además de conseguir que el 100 % del café se obtenga de acuerdo con principios de abastecimiento ético, vamos a colaborar con otros actores para que el café sea el **primer producto agrícola sostenible del mundo**.

INVERSIÓN EN LOS AGRICULTORES

Gracias a nuestros colaboradores y clientes, se han donado más de 25 millones de cafetos a los caficultores. Este esfuerzo comenzó en septiembre de 2015, cuando Starbucks lanzó el compromiso One Tree for Every Bag Commitment (Un cafeto por cada paquete), para ayudar a asegurar el suministro de café a largo plazo y el futuro económico de los agricultores. El objetivo era que, a finales de 2016, se hubiesen recaudado fondos suficientes para plantar 20 millones de plántones que permitan sustituir los cafetos que pierden productividad a causa de la edad o las enfermedades, como la roya de las hojas del café. Con la ayuda de nuestros clientes, hemos superado este objetivo en algo más de un año.

Starbucks considera este éxito un trampolín que nos permitirá cuadruplicar el compromiso y proporcionar 100 millones de cafetos sanos a los agricultores en 2025, para lo que vamos a aprovechar las compras de café ecológico en las comunidades productoras de café más afectadas por el cambio climático.

Vamos a trabajar en colaboración con Conservation International (CI) y con nuestros colaboradores sobre el terreno y a transmitir los conocimientos que obtengamos con todo el sector, a fin de asegurarnos de que también se beneficien de este programa otras comunidades agrícolas que necesiten sustituir los cafetos.

Starbucks Global Farmer Fund destina 50 millones de USD a financiar a los caficultores. Estos préstamos les permiten hacer frente a mejoras en los ámbitos de la agronomía, la recuperación y las infraestructuras. Este trabajo influye directamente en la calidad del café, en la sostenibilidad y en los beneficios económicos del sector del café especial.

Para abordar los problemas críticos que sufren las comunidades productoras de café, Starbucks Foundation colabora con organizaciones que poseen experiencia local en la creación de soluciones sostenibles. Desde 2014, ha concedido subvenciones para orígenes destinadas a apoyar a las pequeñas explotaciones familiares de las comunidades productoras de café y té, y que favorecen directa o indirectamente a 47 000 beneficiarios. En 2020, esta fundación tiene previsto ayudar a 250 000 personas.

En 2016, Starbucks comenzó a financiar **un nuevo proyecto en Oaxaca, México**, en colaboración con Conservation International. Se trata de conseguir un modelo que permita obtener resultados netos positivos para recuperar el café como medio de vida. En otro tiempo, el café especial originario de Oaxaca era reconocido internacionalmente por su alta calidad, pero la productividad ha decaído de forma drástica a causa del cambio climático, de la falta de acceso al mercado, la pobreza, la emigración y otros problemas. CI trabajará con los colaboradores locales para mejorar los sistemas de gestión de sombra de los agricultores y aumentar sus fuentes de ingresos alternativas, con el objetivo de estabilizar las comunidades agrícolas de Oaxaca y permitir que los caficultores sigan cultivando café. CI también impartirá formación a los productores sobre prácticas de ahorro de agua, con el fin de proteger los recursos hídricos, y hará hincapié en garantizar la participación activa de las mujeres, los agricultores indígenas y sus familias.

TRANSMISIÓN DE CONOCIMIENTOS SOBRE EL CAFÉ

En la actualidad, Starbucks gestiona ocho centros de apoyo a los agricultores en los países productores de café de todo el mundo, desde los de Indonesia o Ruanda hasta el último que hemos abierto, el de México. Nuestro enfoque abierto de la agronomía ofrece a los agricultores de estas regiones acceso gratuito a los descubrimientos más recientes de nuestros principales agrónomos, incluidas las nuevas variedades de cafetos resistentes a enfermedades o técnicas avanzadas de gestión del suelo. Sin perder los métodos de cultivo tradicionales, los agricultores podrán continuar mejorando tanto la calidad como el rendimiento de sus cafetales con el fin de aumentar la rentabilidad, lo que garantiza el futuro del café de gran calidad para todos. Con esta red mundial, nuestro objetivo es haber formado a 200 000 caficultores en 2020.

COLABORACIÓN PARA QUE TODO EL CAFÉ SEA 100 % SOSTENIBLE

Somos conscientes de que los principales desafíos del café se pueden solucionar antes si colaboramos e intercambiamos soluciones. Por este motivo, Starbucks es uno de los miembros fundadores del desafío Sustainable Coffee Challenge, un consorcio diverso del sector liderado por Conservation International con la misión de conseguir que el café sea el primer producto agrícola sostenible del mundo. Esta iniciativa comenzó en 2015 durante las conversaciones de las Naciones Unidas sobre cambio climático que tuvieron lugar en París. A partir de ahí, ha crecido hasta integrar a más de 60 miembros de todo el sector, tales como otros tostadores, organizaciones no gubernamentales o los gobiernos de México y Ruanda. En este momento, el desafío consiste en aglutinar los esfuerzos precompetitivos del sector para desarrollar soluciones innovadoras que garanticen la prosperidad

y el bienestar de los agricultores, los trabajadores y las comunidades, un suministro sostenido de café, y la conservación de la naturaleza. En Starbucks, tenemos la oportunidad de colaborar con otros agentes del sector y superar nuestro compromiso de 100 millones de cafetos. Al amparo del desafío Sustainable Coffee Challenge, todo el sector se ha reunido para comprometerse a 1000 millones de cafetos, además de desarrollar principios comunes de renovación responsable. Invitamos a nuestros colaboradores y clientes a compartir esta aventura con nosotros y a seguir la evolución del desafío Sustainable Coffee Challenge en sustaincoffee.org.

NUESTRA PRIMERA EMISIÓN DE BONOS DE SOSTENIBILIDAD

En mayo de 2016 realizamos nuestra primera emisión de bonos corporativos de sostenibilidad en Estados Unidos. La compañía va a utilizar las ganancias netas de esta oferta de 500 millones de USD para mejorar sus programas de sostenibilidad dirigidos a la gestión de la cadena de suministro de café a través de los proyectos que cumplan los requisitos.

MÁS QUE CAFÉ

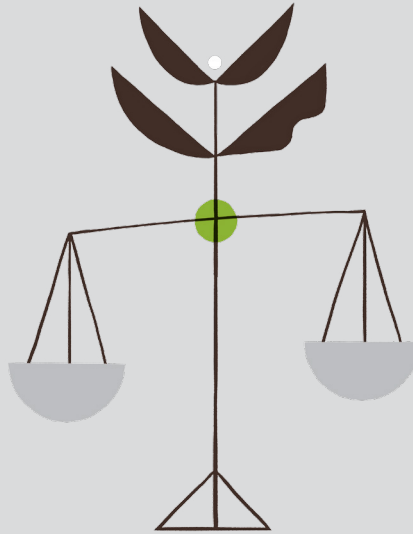
Nuestro compromiso es conseguir que el 100 % del té y el cacao se obtengan de acuerdo con principios de abastecimiento ético. Para obtener información sobre nuestro compromiso y nuestros progresos, visite starbucks.com/social-impact.

OBJETIVOS

CAFÉ SOSTENIBLE

COMPROMISO DE
ABASTECIMIENTO

*100 % del café obtenido
según principios
de abastecimiento
sostenible*



PLANTACIÓN DE CAFETOS

*Entregar 100 millones de
cafetos a los agricultores
para 2025*



ENFOQUE ABIERTO
DE LA AGRONOMÍA

*Transmisión de conocimientos
a 200 000 caficultores
para 2020*



STARBUCKS GLOBAL
FARMER FUND

*Inversión de 50 millones
de USD en financiación
destinada a agricultores
para 2020*

DE NUESTROS AGRICULTORES

Compromiso One Tree for Every Bag Commitment

Catalina Pacheco es una cariñosa abuela que pertenece a la segunda generación de una familia productora de café. Tuesta metódicamente un pequeño lote de café de su explotación, La Finca San José, arropada por las colinas de Guatemala. Su marido, Carlos Lima, y su nieto, Kevin, ejercen de orgullosos guías de su cafetal de más de 25 años de antigüedad y nos presentan los más de 5700 cafetos de la variedad Marsellesa recién plantados, que han recibido gracias al compromiso One Tree for Every Bag Commitment (Un cafeto por cada paquete).

Kevin se adelanta corriendo al grupo y se detiene a observar un nuevo cafeto de esta variedad, resistente a la roya de las hojas del café. Se vuelve para mirar a su abuelo, que está hablando. Kevin afirma orgulloso, "Un día, yo llevaré este cafetal". Carlos Lima se arrodilla junto a la pequeña planta y dice, sonriendo, "Este programa ha sido un regalo para nuestra familia". Sus palabras dibujan una sonrisa aún más amplia en el rostro de Kevin. Se pone de pie y nos guía hasta su hogar, donde Catalina nos sirve café elaborado con grano recién molido, con azúcar y bollos. Los ojos de Catalina, Carlos y su nieto brillan mientras saboreamos la taza de café de su explotación. Con cada sorbo, recordamos a las generaciones de familias, las culturas y los oficios que están beneficiándose del compromiso One Tree for Every Bag Commitment. Con cada cafeto, estamos ofreciendo un prometedor futuro repleto de oportunidades a la siguiente generación.

Hasta la fecha, se han entregado 25 millones de cafetos a los caficultores de México, Guatemala y El Salvador en el marco del compromiso One Tree for Every Bag Commitment. Estas regiones cafeteras quedaron devastadas cuando aproximadamente el 40 % de los cafetos murieron a causa de la roya de las hojas del café. Aunque muchos agricultores tuvieron que dejar la actividad, gracias al compromiso One Tree for Every Bag Commitment se ha renovado la esperanza en el futuro de sus explotaciones, que sus familias llevan cultivando desde hace generaciones.

En colaboración con Conservation International, estamos creando oportunidades positivas para la siguiente generación de caficultores.



STARBUCKS®
**ONE TREE
FOR EVERY BAG**
COMMITMENT

Sentamos las bases para crear una **CADENA MÁS ECOLÓGICA**

Al celebrar un patrimonio de 30 años de liderazgo en protección del medio ambiente, hace tiempo que somos conscientes de que el planeta es nuestro aliado más importante. Por ello, nuestro planteamiento de ser una cadena comercial ecológica continúa con objetivos ambiciosos para 2020 y más allá.

LOCALES MÁS ECOLÓGICOS

Starbucks se enorgullece de haber creado más de 1200 locales que han obtenido la certificación LEED® (siglas en inglés de Liderazgo en el diseño energético y medioambiental) en 20 países. Somos el mayor constructor de locales ecológicos de nuestro sector y nuestros establecimientos representan el 20 % de los proyectos de cadenas comerciales que han obtenido la certificación LEED® en todo el mundo. Ahora, Starbucks va a profundizar en este compromiso de ser una cadena comercial respetuosa con el medio ambiente desarrollando un programa de verificación de locales que impulse la innovación, la sostenibilidad y la eficiencia en todos los establecimientos. Nuestro objetivo de lograr 10 000 locales de la cadena más ecológicos en 2025 abarca tanto los ya existentes como los nuevos. Este objetivo pasa por evaluar y desarrollar estándares de construcción, fijar objetivos de ahorro de energía y agua, y obtener el compromiso de nuestros colaboradores. Este nuevo programa pone a Starbucks en situación de aprovechar realmente su envergadura para ejercer un efecto positivo y supone un avance hacia la realización de nuestra ambición de ser la cadena comercial más ecológica del planeta.

INNOVACIÓN PARA CREAR UNA TAZA MÁS ECOLÓGICA

Starbucks ha realizado avances significativos para conseguir una taza más ecológica y reconocer que todavía falta mucho por hacer. Fuimos la primera empresa en ofrecer un descuento a nuestros clientes por traer una taza reutilizable, los primeros en incluir un 10 % de fibras de consumo recicladas (PCF) en las tazas para bebidas calientes y hemos liderado el sector en el desarrollo de la infraestructura de reciclaje. Si bien ya podemos reciclar las tazas en muchas comunidades, vamos a continuar

trabajando con los gobiernos e interesados locales con el fin de aumentar el reciclaje en todos los mercados de nuestra compañía. Nuestros objetivos para 2022 se han diseñado con la finalidad de acelerar los progresos hacia la consecución de una taza más ecológica. 1) Nuestro objetivo es duplicar el contenido reciclado de la taza para bebidas calientes y explorar materiales alternativos para las de bebidas frías. 2) Mantenemos nuestro compromiso de reciclar y vamos a esforzarnos por duplicar la cantidad de establecimientos y comunidades que tienen acceso al reciclaje de tazas. 3) Vamos a promover e incentivar el uso de tazas para utilizar en el establecimiento (no para llevar) y reutilizables.

INVERSIÓN EN ENERGÍA MÁS ECOLÓGICA

Desde 2005, Starbucks invierte en energías renovables. El año pasado logró un hito con la compra del equivalente al 100 % del consumo de electricidad de los establecimientos de la compañía en todo el mundo utilizando principalmente créditos de energías renovables (REC, Renewable Energy Credits) de Estados Unidos y Canadá, así como mediante contratos de suministro de electricidad ecológica en Europa. Starbucks es el principal comprador de electricidad procedente de fuentes renovables de su sector en la lista Green Power Partnership National Top 100 de la EPA. El año pasado, Starbucks se sumó a la iniciativa RE100 de The Climate Group, una coalición integrada por algunas de las mayores empresas del mundo comprometidas con el uso de electricidad procedente de fuentes renovables. Con vistas al futuro, Starbucks se va a centrar en identificar nuevas formas que sean pertinentes para cada área geográfica de adquirir energías renovables e integrar nuevos proyectos alternativos en las redes de los países en los que operamos.

CAPACITACIÓN PARA COLABORADORES MÁS ECOLÓGICOS

Insistimos en estimular a nuestros colaboradores (empleados) apasionados por la sostenibilidad para que inspiren y enseñen a los demás. En 2016 llevamos a cabo la experiencia piloto del programa Greener Apron™ (Delantal más ecológico) con colaboradores pertenecientes o no a la cadena comercial. Se trata de un programa de certificación voluntaria que ayuda a los colaboradores a aprender sobre la sostenibilidad medioambiental mediante tres breves módulos creados en colaboración con la School of Sustainability de la Arizona State University. Más de 1100 colaboradores han participado en la experiencia piloto. En primavera de 2017, vamos a ampliar el programa a los colaboradores de EE. UU., Canadá, Reino Unido y Países Bajos. Nuestro objetivo es haber formado a 10 000 colaboradores de todo el mundo en 2020 y crear una red de defensores de la sostenibilidad.

CADENA MÁS ECOLÓGICA

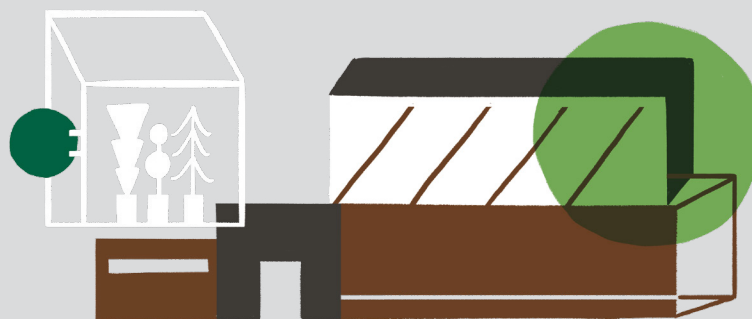
OBJETIVOS

LOCALES MÁS ECOLÓGICOS

Crear y gestionar 10 000 locales más ecológicos en todo el mundo para 2025

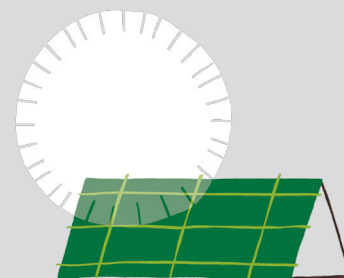
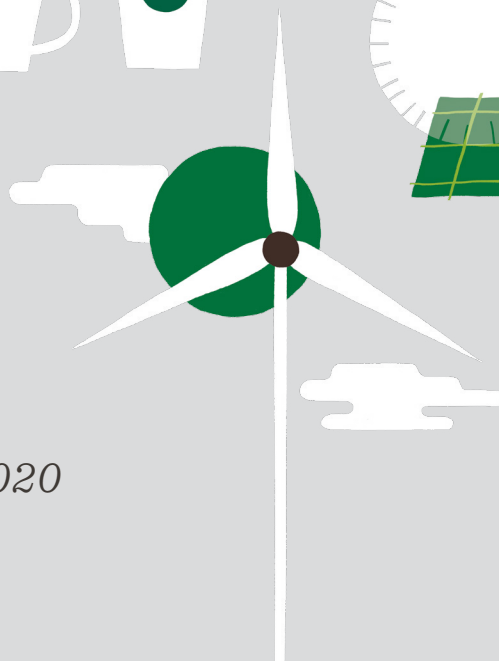
TAZA MÁS ECOLÓGICA

Duplicar el contenido reciclado de nuestras tazas, así como la capacidad de reciclarlas y reutilizarlas, para 2022



PROGRAMA GREENER APRON

Capacitar a 10 000 colaboradores en todo el mundo de modo que sean defensores de la sostenibilidad para 2020



ENERGÍA MÁS ECOLÓGICA

Invertir con objeto de lograr el 100 % de energías renovables en nuestras operaciones de todo el mundo para 2020

DE NUESTROS COLABORADORES

Prácticas empresariales más ecológicas

Tawny Villain es colaboradora de Starbucks desde hace 10 años y ha trabajado en tres estados distintos de EE. UU. El último de ellos ha llevado a Tawny a Austin, Texas, donde brilla el sol todo el año y puede hacer realidad sus dos pasiones: la sostenibilidad y las oportunidades de aprendizaje. Los intereses de Tawny la han llevado por distintos caminos. Sin embargo, su atención continúa enfocada en el impacto que los seres humanos ejercemos en el medio ambiente en el que vivimos y la importancia de que todos comprendamos la función que desempeñamos. El programa Greener Apron™, ofrecido en colaboración con la Arizona State University (ASU), le ha permitido continuar su formación en sostenibilidad y le permite aportar sus conocimientos a sus compañeros de establecimiento y a los clientes.

Tawny es una de los muchos colaboradores que se han matriculado en el plan universitario Starbucks College Achievement Plan (SCAP) de la ASU. Decidió obtener un grado en sostenibilidad. Este grado concreto es el único del SCAP que exige a los alumnos completar un periodo de prácticas en empresas antes de graduarse. El equipo de Impacto social global y política pública ha aprovechado la oportunidad de beneficiarse del rigor académico de este programa ofreciendo un proyecto piloto de becas de investigación de sostenibilidad a estos estudiantes.

Tawny, con otros dos colaboradores, ha completado los requisitos de las prácticas remotamente con el equipo de Sostenibilidad de Starbucks. Su trabajo, centrado en determinar y comprender el panorama de los residuos en Austin, servirá como caso práctico a la compañía en nuestro afán por mejorar la gestión de residuos.

“La beca de investigación, combinada con el programa de sostenibilidad de la ASU, me ha hecho concienciarme más sobre este tema y su importancia”, afirma Tawny. “Ha sido apasionante visitar el Starbucks Support Center de Seattle y ver personalmente los proyectos en los que están trabajando los equipos, tan estrechamente ligados a todo lo que me interesa. Ahora estoy todavía más orgullosa de ser colaboradora de Starbucks. Estoy agradecida por esta experiencia profesional, basada en mi profesión de barista”.

CREACIÓN DE OPORTUNIDADES

Ayudamos a las personas a alcanzar sus sueños.

En Starbucks, líder en la contratación de un excelente talento, siempre intentamos crear oportunidades para nuestros colaboradores y clientes en las comunidades a las que prestamos servicio, y vamos a seguir haciéndolo.

EMPLEO PARA JÓVENES NEET

Starbucks acoge y contrata a decenas de miles de jóvenes con edades comprendidas entre los 16 y los 24 años que han quedado desconectados del empleo y de la escuela, para ayudarles a alcanzar su sueño y lograr nuestro futuro compartido. Starbucks lideró el lanzamiento de la iniciativa 100 000 Opportunities Initiative con otras 50 empresas en 2015. Se trata de la principal coalición por el empleo dirigida por empresarios de EE. UU. Con el compromiso de crear itinerarios laborales significativos para jóvenes, este consorcio ha alcanzado el objetivo de contratar a 100 000 jóvenes NEET (que no estudian, no trabajan ni reciben formación) dos años antes del plazo previsto.

Starbucks tiene el compromiso de contratar a 100 000 jóvenes NEET para 2020 y la coalición ha adoptado el objetivo sectorial de crear 1 millón de oportunidades para 2021. El grupo va a continuar compartiendo sus prácticas de empleo y recursos humanos adaptadas para la contratación, la retención y el desarrollo profesional de los jóvenes NEET.

Además, en Estados Unidos estamos abriendo locales en comunidades de renta baja y media equipados con centros de formación en los que trabajamos con organizaciones sin ánimo de lucro locales para impartir formación laboral a los jóvenes. En todo el mundo ofrecemos a los jóvenes formación y apoyo coherentes con sus necesidades y oportunidades.

CONTRATACIÓN DE VETERANOS DEL EJÉRCITO Y CÓNYUGES DE MILITARES

Contratar y honrar a los veteranos del ejército y a los cónyuges de los militares nos permite disfrutar de su liderazgo, su experiencia y su espíritu de servicio. En 2013, Starbucks asumió el compromiso de contratar al menos a 10 000 veteranos del ejército y cónyuges

de militares para 2018. En marzo de 2017, hemos anunciado que este objetivo se ha cumplido con 18 meses de antelación y lo hemos ampliado a 25 000 para 2025. Se trata de un compromiso que no se limita a la contratación. Incluye la posibilidad de que los colaboradores que son miembros de las Fuerzas Armadas estadounidenses o veteranos del ejército amplíen las prestaciones del plan universitario College Achievement Plan a su cónyuge o sus hijos. Además, hemos creado lugares donde las comunidades de veteranos del ejército y las familias de militares pueden interrelacionarse entre sí, crear oportunidades de voluntariado y sacar partido de sus experiencias de liderazgo únicas para contribuir positivamente a modelar nuestra compañía y el mundo en el que vivimos.

ACOGIDA A LOS REFUGIADOS

Los refugiados representan una población que busca una oportunidad para reconstruir sus vidas y poder empezar de nuevo en circunstancias extraordinariamente complicadas. En consonancia con nuestro dilatado historial de creación de oportunidades para todos e inversión en personas que formen parte de las comunidades en las que operamos, Starbucks lidera un esfuerzo mundial que, en los próximos cinco años, pretende acoger y emplear a 10 000 refugiados cuyo talento, experiencia y capacidad de adaptación enriquecerá las comunidades a las que prestamos servicio en todo el planeta. En Estados Unidos nos centraremos en intérpretes, personal y sus familias que hayan prestado servicio en colaboración con las Fuerzas Armadas estadounidenses.

AMPLIACIÓN DEL PLAN UNIVERSITARIO STARBUCKS COLLEGE ACHIEVEMENT PLAN

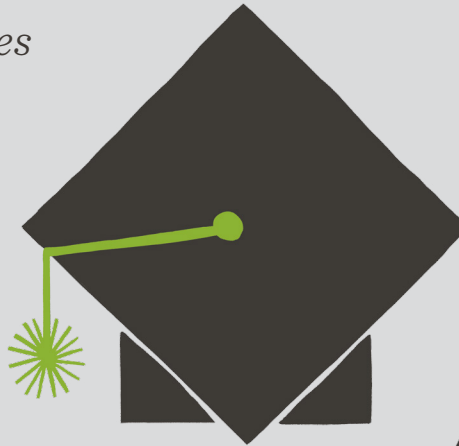
A finales de 2016, teníamos más de 6000 colaboradores participando en el plan universitario Starbucks College Achievement Plan, 227 de ellos ya graduados. En marzo de 2017, anunciamos el programa Pathways to Admission (Itinerarios de admisión), que proporciona a los colaboradores la capacidad de trabajar para obtener una beca de estudios.

OBJETIVOS

CREACIÓN DE OPORTUNIDADES

PLAN UNIVERSITARIO
STARBUCKS COLLEGE
ACHIEVEMENT PLAN

*25 000 colaboradores
graduados para
2025 y aumento
de la accesibilidad
y el rendimiento*



VETERANOS DEL EJÉRCITO
Y CÓNYUGES DE MILITARES

*Contratar y honrar a
25 000 veteranos del ejército
y cónyuges de militares
para 2025*

REFUGIADOS

*Acoger y emplear
a 10 000 refugiados
en todo el mundo
para 2022*



JÓVENES NEET

*Acoger y emplear
a 100 000 jóvenes
NEET para 2020*

DE NUESTROS COLABORADORES

Itinerarios académicos más accesibles

Para Hagar Johnson, la decisión de entrar a trabajar en Starbucks no se basó únicamente en nuestro entorno laboral favorable y un salario estable, sino también en la posibilidad de cursar estudios universitarios.

“Asistí a la feria Opportunity Fair and Forum de Chicago y Starbucks me atrajo porque la posibilidad de que me pagasen por cursar estudios a través del plan universitario Starbucks College Achievement Plan”, explica Johnson, supervisora de turno de Englewood. “Me contrataron allí mismo y estaba entusiasmada por poder terminar por fin el grado”.

Antes de trabajar en Starbucks, Johnson asistió a la Georgia Southern University, pero por motivos de salud tuvo que dejarlo. Una vez en Starbucks, solicitó el plan universitario College Achievement Plan. Por desgracia, sus calificaciones no cumplen los requisitos.

Johnson es una de los aproximadamente 15 000 colaboradores de Starbucks que desean obtener un grado pero no cumplen los requisitos de admisión en el plan universitario College Achievement Plan de la compañía. Este plan ofrece a todos los colaboradores estadounidenses aptos el reembolso íntegro de la matrícula para obtener un grado de la Arizona State University (ASU) a distancia a través de Internet. Con el fin de ayudar a estos colaboradores a alcanzar sus sueños, Starbucks y la ASU lanzaron Pathways to Admission en marzo de 2017. Este programa proporciona a los colaboradores la capacidad de trabajar para obtener una beca de estudios.

Gracias al programa Pathways to Education, Johnson ya está felizmente en camino de conseguir que la admitan en la ASU.

“No todo el mundo accede a la universidad directamente. Algunos han de superar obstáculos e inconvenientes que les impiden desarrollar sus actividades y continuar con su educación”, explica Johnson. “En Starbucks se interesan tanto que me ayudan a crecer y convertirme en directora empresarial, doctora o lo que yo quiera ser en el futuro”.



STARBUCKS
COLLEGE
ACHIEVEMENT
PLAN

ASU Arizona State
University



DE NUESTROS COLABORADORES

Aprendizaje mediante un contrato formativo

Muchos colaboradores de Starbucks tienen menos de 24 años, el grupo de edad para el que resulta más complicado conseguir un empleo a tiempo completo o parcial. Mediante iniciativas de formación y empleo, Starbucks desea ayudar a los jóvenes adultos a prepararse para lograr y conservar un puesto de trabajo.

El programa Starbucks Apprenticeship Programme, lanzado en 2012 en el Reino Unido, ofrece a los jóvenes la oportunidad de formarse en la administración comercial y desarrollar las aptitudes transferibles precisas para cumplir sus objetivos individuales. En marzo de 2016, Starbucks amplió el esfuerzo para incluir a personas con titulaciones más altas, lo que permite aplicar los contratos formativos en diversas disciplinas como la digital, la jurídica o la de administración. Con este cambio, Starbucks comenzó a ofrecer contratos formativos de servicios profesionales en el centro de soporte del Reino Unido, además de las oportunidades en los establecimientos de la compañía.

Zain Bedar, de 18 años, se enteró de la existencia del programa Starbucks Apprenticeship Programme en una feria profesional celebrada en Londres a principios de este año. Ahora lleva nueve meses como analista financiero con un contrato formativo de dos años de nivel 4.

“El contrato formativo me permite compaginar los estudios y el trabajo, mientras obtengo experiencia y aptitudes laborales en un entorno profesional”, afirma. “Estoy contento de haber tomado la decisión de optar por la formación profesional a través de un contrato formativo en lugar de ir a la universidad y me entusiasman las posibilidades profesionales que me ofrece”.

Además de ganar un sueldo, obtendrá la titulación de censor jurado de cuentas del Chartered Institute of Management Accountants (CIMA) al finalizar su formación en Starbucks.

REFUERZO DE LAS COMUNIDADES

El mundo es nuestro barrio.

Cada local de Starbucks forma parte de una comunidad y nuestro compromiso es reforzar los barrios donde operamos.

DONACIÓN DE COMIDAS PREPARADAS

En cumplimiento del espíritu de nuestra misión y de nuestros valores, los colaboradores de todo el país apoyaron la solución de donar los alimentos no vendidos a las comunidades a las que prestamos servicio. A través de una colaboración estratégica única con Feeding America, el objetivo es que, de aquí a 2020, consigamos rescatar el 100 % de los alimentos disponibles para donarlos en todos los establecimientos propiedad de la compañía de Estados Unidos. De este modo, Starbucks se situará en cabeza del sector en el rescate de alimentos.

La colaboración con Feeding America nos permite sacar provecho de la mayor red sin ánimo de lucro nacional de lucha contra el hambre y rescate de alimentos de Estados Unidos y redistribuir los alimentos no vendidos a las familias y las personas que se encuentran en situación de inseguridad alimentaria. Hasta marzo de 2017 hemos donado 1 millón de comidas. Una vez completado el despliegue del programa en su totalidad, esperamos que las donaciones experimenten un aumento exponencial hasta situarse en los 50 millones de comidas al año.

Para permitir la donación de alimentos en EE. UU., Starbucks aporta apoyo económico a los bancos de alimentos que les permita invertir en infraestructura para el programa; esto incluye vehículos refrigerados que permitan transportar de forma segura los alimentos rescatados.

El programa FoodShare dona comidas y también conecta a nuestros colaboradores con los bancos de alimentos locales para donar su tiempo y dedicarlo a proyectos de servicio. Además, la colaboración con Feeding America no solo invierte en la red de bancos de alimentos, sino que también ofrece a Starbucks la oportunidad de apoyar los esfuerzos de apoyo a los programas de lucha contra el hambre de ámbito nacional y local. Gracias a la donación de alimentos, el servicio a la comunidad, la inversión financiera y los esfuerzos de apoyo, el programa FoodShare ayuda a erradicar el hambre desde todos los ángulos.

SERVICIO A LA COMUNIDAD

Desde siempre, tenemos el convencimiento de que Starbucks puede, y debe, ejercer un impacto positivo en las comunidades a las que prestamos servicio. El servicio a la comunidad no solo refleja la misión y los valores de Starbucks, sino también quiénes somos como compañía y una de las maneras más importantes de colaborar de forma individual y colectiva para ayudar a cubrir las necesidades de las comunidades en las que operamos.

Lanzamos la iniciativa Global Month of Service (Mes mundial del servicio) en abril de 2011 para celebrar nuestro 40º aniversario con un mes completo de dedicación al servicio. Solo en abril de 2016 más de 50 000 colaboradores prestaron servicio en sus comunidades locales. A partir de 2017, lanzamos el compromiso anual y nos entusiasma anunciar nuestro nuevo objetivo de servicio a la comunidad: el 100 % de los locales de Starbucks® de todo el mundo tomará parte en esfuerzos de servicio para 2020. Aspiramos a que todos los locales participantes del planeta presten servicio a la comunidad animando a los colaboradores no solo a tomar parte, sino también a liderar proyectos vinculados a nuestros esfuerzos de impacto social global en los ámbitos de sostenibilidad, lucha contra el hambre, juventud, veteranos del ejército y refugiados.

STARBUCKS FOUNDATION

La Starbucks Foundation presta apoyo a las comunidades de todo el mundo en áreas acordes con sus prioridades de impacto social:

Oportunidades para los jóvenes

En 2016, 63 colaboraciones en 10 países apoyaron directamente a más de 20 000 jóvenes a desarrollar aptitudes laborales y de dirección y a vincularlas al empleo.

Apoyo a las comunidades productoras de café, té y cacao

Nuestro compromiso con las comunidades va más allá de nuestros locales: incluye las regiones que nos suministran el café, el té y el cacao. La fundación invierte en programas diseñados para reforzar el desarrollo local económico y social. Trabajamos en colaboración con las organizaciones no gubernamentales que tienen experiencia y conocimientos en trabajar con las comunidades agrícolas de los países donde se cultivan el café y otros productos. Los proyectos están dedicados, entre otros aspectos, a mejorar el acceso a la educación y la formación agrícola; prestar servicios de microfinanciación y microcréditos; avanzar en la conservación de la biodiversidad; y aumentar los niveles de salud, nutrición y tratamiento de aguas.

REFUERZO DE LAS COMUNIDADES

DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

El éxito de nuestra empresa radica en la innovación resultante de aunar las diversas experiencias, perspectivas y procedencias de las personas que trabajan con nosotros. Para potenciar estos esfuerzos, hemos creado el consejo Starbucks Inclusion Council, compuesto por ejecutivos de las principales áreas de nuestra empresa, cuya misión es establecer la visión estratégica de los esfuerzos de inclusión y diversidad de Starbucks. Esta visión incluye la creación de oportunidades para poblaciones que históricamente están escasamente representadas tanto en la contratación como en la cadena de suministro. Además, incluye una insistencia tenaz en la igualdad salarial, para asegurarnos de que todos nuestros colaboradores reciban un pago justo por el trabajo que desempeñan. Asimismo, hemos de asumir la responsabilidad de que la alta dirección de la empresa represente la diversidad de nuestros colaboradores y clientes. Tanto si se trata de acceder a nuevos mercados, de desarrollarnos en los que ya estamos presentes o de continuar impulsando la innovación en toda la empresa, es fundamental centrarnos en la diversidad y la inclusión.

ENTORNO DE TRABAJO INCLUSIVO

Para nuestra empresa no hay nada más importante que atraer, desarrollar y conservar a colaboradores con talento. Para conseguirlo, tenemos que tratarnos unos a otros con respeto y dignidad, así como crear una cultura de pertenencia en la que todos se sientan bienvenidos. Estos son dos de nuestros principales valores. Cuando nuestros colaboradores pueden acudir a trabajar, ser exactamente tal y como son y realizar su trabajo lo mejor posible, lo consideramos un éxito. Nuestras nueve redes de colaboradores, cada una de las cuales resalta un área de la diversidad, representan el amplio espectro de procedencias de nuestros colaboradores y proporciona a las personas de todos los niveles la oportunidad de interrelacionarse, hacerse oír y asumir funciones de liderazgo.

Además, ofrecemos la oportunidad de desarrollar una carrera profesional apoyamos los objetivos de nuestros colaboradores mediante amplias prestaciones para nuestros empleados a tiempo completo y parcial, desde seguros sanitarios y bajas de paternidad/maternidad hasta retribución en acciones o la oportunidad de obtener una beca de estudios universitarios. Gracias al compromiso con la comunidad y a la colaboración con organizaciones sin ánimo de lucro, líderes civiles y distintas asociaciones profesionales locales y nacionales, trabajamos para asegurarnos de poner las oportunidades que ofrecemos al alcance de una reserva de talento diversa.

Nuestro consejo de administración es uno de los más diversos del país. A finales de 2016, el 43 % de nuestros colaboradores en Estados Unidos pertenecían a minorías y el 66 % eran mujeres. De nuestros vicepresidentes estadounidenses, el 19 % pertenecían a minorías y el 48 % eran mujeres. De los 60 líderes principales de EE. UU. (es decir, vicepresidentes sénior o superior), el 18 % pertenecían a minorías y el 32 % eran mujeres.

Continuamos esforzándonos por seguir aumentando nuestra diversidad. Por este motivo, hemos fijado objetivos para aumentar la cantidad de mujeres y personas pertenecientes a minorías que ocupan puestos en los niveles jerárquicos más altos de la compañía. Además, seguimos evaluando nuestros esfuerzos en este sentido. Además, vamos a continuar contratando y acogiendo a candidatos y colaboradores diversos de todas las procedencias, para asegurarnos de tener una plantilla que potencie nuestro éxito.

CADENA DE SUMINISTRO DIVERSA

El programa Starbucks Supplier Diversity Program refuerza nuestra cadena de suministro y constituye un componente vital de nuestro compromiso con la obtención de productos de acuerdo con principios de abastecimiento ético. Nuestro programa se centra en desarrollar relaciones empresariales con compañías que, al menos en un 51 %, sean propiedad de y estén gestionadas por mujeres, personas pertenecientes a minorías, LGBT, veteranos del ejército o personas con discapacidad. Con la búsqueda activa de proveedores diversos, apoyamos nuestro negocio a la vez que invertimos en las comunidades en las que operamos. Esto no solo nos ayuda a identificar y ofrecer productos y servicios innovadores de gran calidad en todos los canales empresariales, sino también a impulsar el valor y el desarrollo económico.

Desde la primera vez que incluimos en el informe el gasto con proveedores diversos en 2000 (que entonces ascendió a 38 millones de USD), nuestro programa ha aumentado hasta alcanzar los casi 700 millones de USD anuales. Esto representa, aproximadamente, el 10 % del gasto total en EE. UU. y Canadá. Hemos establecido objetivos de crecimiento interanuales con el objetivo último de destinar el 15 % de gasto a proveedores diversos.

Este enfoque holístico de la diversidad de los proveedores garantiza que nuestro programa y nuestros objetivos formen parte de los cimientos de nuestro proceso de abastecimiento estratégico. Además de establecer los objetivos de compras que se reflejan en nuestros objetivos de la cadena de suministro, nuestro equipo de abastecimiento apoya activamente el desarrollo de proveedores diversos. No nos limitamos a identificar a los candidatos fuertes, sino que orientamos y desarrollamos activamente a los proveedores que cumplen nuestros estándares de diversidad.

REFUERZO DE LAS COMUNIDADES

OBJETIVOS

FOODSHARE

Para 2020, rescatar el 100 % de los alimentos disponibles a fin de donarlos en los locales propiedad de la compañía en EE. UU.

SERVICIO A LA COMUNIDAD

Para 2020, conseguir que el 100 % de nuestros locales de todo el mundo participen cada año en el servicio a la comunidad



DE NUESTROS COLABORADORES

Ayuda para erradicar el hambre en la comunidad

Cuando tenía siete años, Esther Ortega-Johnson se levantaba a menudo temprano los fines de semana y, envuelta en prendas abrigadas para combatir el frío, se dirigía al centro de Los Angeles con su familia. Su viaje tenía un propósito especial: ofrecer una comida caliente a las personas necesitadas de la calle.

“Mi padre organizaba a la familia extensa para que preparasen tacos y chocolate caliente y entregaba los alimentos y bebidas a cualquier persona que no tuviera qué comer”, explica Ortega-Johnson, responsable de local y cónyuge de un miembro de la Armada estadounidense que ahora vive en San Antonio, Texas. “Fue mi primera experiencia con las personas sin hogar y el hambre”.

Pronto, más familiares y amigos se enteraron del esfuerzo y se unieron a la iniciativa.

“No trabajábamos para ninguna organización concreta, solo ayudábamos a las personas necesitadas”, explica. “Así es como mis padres nos criaron a mí y a mis hermanos. Si puedes cuidar de otras personas, entonces eres responsable de asegurarte de hacerlo”.

Esta experiencia de su infancia ha influido claramente en Ortega-Johnson, que es una de los colaboradores de Starbucks que apoyan el esfuerzo de la compañía para ampliar el programa FoodShare en San Antonio y Houston.

A través de una alianza estratégica con Feeding America, Starbucks se ha fijado el objetivo de rescatar el 100 % de los alimentos disponibles para donarlos en los más de 7000 locales gestionados por la compañía en EE. UU. Cuando finalice el despliegue del programa, Starbucks calcula que los colaboradores de estos locales podrán proporcionar 50 millones de comidas nutritivas al año.

DE NUESTROS COLABORADORES

Servicio para devolver lo recibido

Los colaboradores de Starbucks poseen un dilatado historial de prestar servicio a las comunidades para devolverles lo que recibimos de ellas. Los colaboradores de Beijing apoyan desde hace más de nueve años el proyecto benéfico Cinema for the Blind (Cine para ciegos). Su finalidad es ayudar a los ciegos a disfrutar mejor de las películas tanto locales como extranjeras, con voluntarios que narran lo que sucede en la pantalla.

Zheng Tao lleva 11 años en Starbucks, donde vive y respira la misión y los valores de nuestra compañía. Por ello, no solo es un consumado Maestro cafetero en la región del norte de China de Starbucks, sino que también se ha sentido siempre impulsado a ofrecer una mano tendida a las personas menos privilegiadas de su entorno. Participa como voluntario en el proyecto desde hace seis años, a lo largo de los cuales ha narrado y compartido más de 40 películas y aportado más de 9000 horas.

“Cuando mi supervisor me habló de la participación de Starbucks en apoyo del proyecto Cinema for the Blind de Beijing, aproveché la oportunidad de inmediato”, recuerda Tao. “Es increíble poder ser los ojos de los ciegos y ayudarles a disfrutar de una película como hago yo”.

En septiembre de 2016, Zheng Tao fue reconocido, entre algunos de los líderes empresariales, empresarios y profesionales de la tecnología más influyentes de China, como uno de los 50 mejores innovadores de China por sus aportaciones y su compromiso con el proyecto Cinema for the Blind de Beijing. Se trata de un premio anual organizado por la principal publicación empresarial de China, CBN Weekly. En la actualidad, constituye una de las clasificaciones más importantes de líderes chinos de los negocios, las marcas, la tecnología y el diseño, con el propósito de reconocer, fomentar y rendir homenaje a sus esfuerzos y aspiraciones en el ámbito de la innovación.



ÁREA DE IMPACTO	OBJETIVO	EJERCICIO 2016	PROGRESO HASTA ABRIL DE 2017
COMPROMISO DE ABASTECIMIENTO	<i>100 % del café obtenido según principios de abastecimiento sostenible</i>	99 %	99 % del café obtenido según principios de abastecimiento sostenible
PLANTACIÓN DE CAFETOS	<i>Entregar 100 millones de cafetos a los agricultores para 2025</i>	9 MILL.	25 millones de árboles donados a través de la iniciativa One Tree for Every Bag Commitment
GLOBAL FARMER FUND	<i>Inversión de 50 millones de USD en préstamos a agricultores para 2020</i>	21,3 mill. USD	Actualmente tenemos 21,3 millones de USD concedidos o invertidos en préstamos a agricultores
ENFOQUE ABIERTO DE LA AGRONOMÍA	<i>Transmisión de conocimientos a 200 000 caficultores para 2020</i>	nuevo objetivo	Ofrecemos formación a los agricultores en nuestros ocho centros de apoyo a los agricultores y comenzaremos a informar del impacto en el informe del ejercicio 2017
TAZA MÁS ECOLÓGICA	<i>Duplicar el contenido reciclado de nuestras tazas, así como la capacidad de reciclarlas y reutilizarlas, para 2022</i>	nuevo objetivo	Nuestras tazas contienen actualmente un 10 % fibras de consumo recicladas (PCF); disponemos de reciclaje directo en más del 50 % de los locales propiedad de la compañía en EE. UU. y vendemos el 1,4 % de las bebidas en una taza reutilizable
LOCALES MÁS ECOLÓGICOS	<i>Crear y gestionar 10 000 locales más ecológicos en todo el mundo para 2025</i>	1000	Más de 1200 locales con la certificación LEED® en 20 países
ENERGÍA MÁS ECOLÓGICA	<i>Invertir con objeto de lograr el 100 % de energías renovables en nuestras operaciones de todo el mundo para 2020</i>	nuevo objetivo	Hemos adquirido créditos de energías renovables (REC) para cubrir el 100 % de nuestro consumo de electricidad en los locales propiedad de la compañía de todo el mundo y en abril de 2017 anunciamos una inversión en una red de energía solar de 105 hectáreas en Robeson County, N.C.
PROGRAMA GREENER APRON	<i>Capacitar a 10 000 colaboradores en todo el mundo de modo que sean defensores de la sostenibilidad para 2020</i>	1120	Hemos lanzado oficialmente el programa Greener Apron™ en cuatro mercados
VETERANOS DEL EJÉRCITO Y CÓNYUGES DE MILITARES	<i>Contratar y honrar a 25 000 veteranos del ejército y cónyuges de militares para 2025</i>	7745	En marzo de 2017 logramos nuestro objetivo inicial de 10 000 contrataciones y lo ampliamos a 25 000
PLAN UNIVERSITARIO STARBUCKS COLLEGE ACHIEVEMENT PLAN	<i>25 000 colaboradores graduados para 2025 y aumento de la accesibilidad y el rendimiento</i>	227	Más de 400 colaboradores se han graduado hasta la fecha y más de 6500 participan en los programas de grado de la ASU a través de Internet
JÓVENES NEET	<i>Acoger y emplear a 100 000 jóvenes NEET para 2020</i>	32 096	En 2015 establecimos el objetivo de contratar a 10 000 jóvenes NEET; superamos este objetivo el primer año y lo hemos ampliado a 100 000 para 2020
REFUGIADOS	<i>Acoger y emplear a 10 000 refugiados en todo el mundo para 2022</i>	nuevo objetivo	En enero de 2017 anunciamos nuestro compromiso de contratar a 10 000 refugiados en los 75 países donde prestamos servicio; divulgaremos nuestros progresos en el informe del ejercicio 2017
FOODSHARE	<i>Para 2020, rescatar el 100 % de los alimentos disponibles a fin de donarlos en los locales propiedad de la compañía en EE. UU.</i>	nuevo objetivo	El programa FoodShare se anunció en el ejercicio 2016 y se inició su despliegue; hasta la fecha hemos donado más de 1 millón de comidas
SERVICIO A LA COMUNIDAD	<i>Para 2020, conseguir que el 100 % de nuestros locales de todo el mundo participen cada año en el servicio a la comunidad</i>	nuevo objetivo	Fijamos el punto de referencia en 25 000 locales y vamos a controlar los progresos en adelante

CONSERVATION INTERNATIONAL

“Proporcionar cafetos sanos a los agricultores de las regiones productoras de café aumenta la productividad de las tierras existentes e impide que le comamos terreno a la selva. Estamos orgullosos de trabajar con Starbucks en este proyecto a largo plazo para asegurarse de que tanto el medio de vida de las personas como la naturaleza de todo el mundo estén sanos y llenos de energía”.

Dr. M. Sanjayan,
vicepresidente ejecutivo
y científico sénior

THE CLIMATE GROUP

“Los miembros de RE100 como Starbucks no se limitan a cumplir los objetivos, sino que crean nuevas normas de adquisición de energía. La inversión de Starbucks en infraestructura de energía solar y en una tarifa ecológica revolucionaria demuestran con argumentos irrefutables el interés empresarial de la electricidad procedente de fuentes renovables. Su enfoque dinámico, colaborativo e innovador es todo un ejemplo para las empresas y las compañías eléctricas de todo el continente americano, además de mostrar a millones de clientes que Starbucks se toma en serio la tarea de ralentizar el cambio climático”.

Sam Kimmins,
responsable de RE100

INTERNATIONAL RESCUE COMMITTEE

“El IRC está entusiasmado de colaborar con Starbucks en el compromiso contundente y vigoroso de contratar a 10 000 refugiados en todo el mundo en cinco años. Una de las mejores maneras de que un refugiado se integre en una comunidad es a través del empleo; el compromiso de Starbucks de proporcionar estos puestos de trabajo tan necesarios será un primer paso vital para la autosuficiencia de nuestros clientes”.

David Miliband,
presidente y consejero delegado

FEEDING AMERICA

“El lanzamiento de esta colaboración con Starbucks ha sido un momento decisivo para nuestros esfuerzos de rescate de alimentos. Tenemos el compromiso de identificar soluciones innovadoras de obtención de alimentos. Los programas como FoodShare son un paso en la dirección adecuada”.

Diana Aviv,
consejera delegada

Información sobre este informe.

ALCANCE

Nuestro informe para el ejercicio 2016 se centra en nuestro rendimiento respecto a los objetivos que establecimos en tres áreas principales: principios de abastecimiento ético, responsabilidad medioambiental e inversiones en la comunidad. También hemos incluido enlaces a información y recursos disponibles públicamente en starbucks.com sobre nuestras políticas sobre finanzas, gobernanza corporativa, entorno de trabajo y diversidad, así como el rendimiento, porque estos compromisos están directamente vinculados a nuestra actividad empresarial. Al elaborar este informe, hemos cubierto temas y cuestiones que son importantes para Starbucks y nuestros accionistas, según nos lo han comunicado en las interacciones y los comentarios durante todo de nuestros defensores e inversores, así como a través de herramientas de fácil acceso para clientes y colaboradores de Starbucks como My Starbucks Idea, los canales de redes sociales de Starbucks (Starbucks y Starbucks Partners en Facebook, Twitter, Instagram) y nuestro equipo de servicio al cliente. Estos esfuerzos se completan mediante análisis del sector y de las tendencias, que llevan a cabo la firma de asesoría estratégica SustainAbility y el departamento de relaciones públicas de Edelman, además de mediante conversaciones directas con las numerosas organizaciones con las que trabajamos. Garantizar el compromiso tanto interno como externo es esencial para nuestra forma de operar; nos aseguramos de que nuestros programas, políticas y el contenido de este informe sean esenciales para nuestra actividad empresarial y nuestros accionistas.

LÍMITES

Al igual que sucede en los informes de responsabilidad globales anteriores, el informe de este año resalta el trabajo que estamos llevando a cabo en principios de abastecimiento ético, inversiones en la comunidad y responsabilidad medioambiental. Estas áreas no solo son fundamentales para nuestra empresa, sino que también sabemos que en ellas podemos y conseguimos lograr la máxima repercusión. De acuerdo con los esfuerzos de compromiso de nuestros accionistas, también consideramos que estas áreas son importantes para nuestros clientes y colaboradores, las organizaciones no gubernamentales (ONG) y los inversores. Además, los asuntos relacionados con la salud y el bienestar y las políticas del lugar de trabajo son elementos vitales de nuestra empresa y revisten un interés considerable para los principales accionistas. Si bien nuestros compromisos son globales, el informe (excepción hecha de las adquisiciones de café) se centra en gran medida en los locales de la cadena comercial Starbucks de EE. UU.

y Canadá gestionados por la compañía y en las operaciones de la cadena de suministro global. Estas operaciones, junto con nuestras adquisiciones de café, representan en este momento el segmento más significativo de repercusiones de Starbucks en los ámbitos social, medioambiental y económico en función del porcentaje de ingresos y el número de locales cubiertos. La información proporcionada se refiere al café vendido y servido de todas las marcas de Starbucks de todo el mundo y en los locales de la cadena comercial gestionados por la compañía o en régimen de franquicia.

Starbucks utiliza el programa CREDIT360 para gestionar nuestros datos de sostenibilidad con el fin de elaborar informes al respecto y realizar el seguimiento de los indicadores clave de rendimiento, que ofrecen visibilidad continua de nuestras operaciones y repercusiones para toda la empresa, además de con fines de aprobación y auditoría. Seguimos trabajando para validar y mejorar nuestros esfuerzos globales de generación de informes, a fin de poder comunicar nuestro rendimiento de manera precisa y uniforme.

EJERCICIO AL QUE SE REFIERE EL INFORME

El ejercicio fiscal Starbucks 2016 (del 28 de septiembre de 2015 al 2 de octubre de 2016), a no ser que se indique otra cosa.

MONEDA

Todas las referencias a la moneda son en dólares estadounidenses (USD), a no ser que se indique otra cosa.

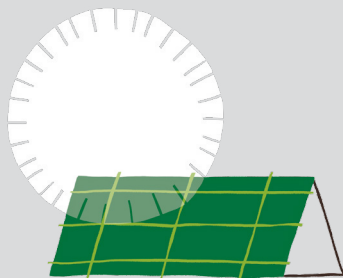
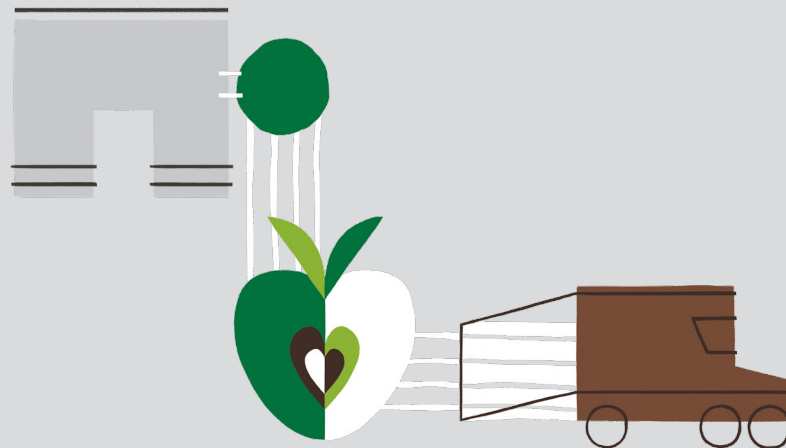
INFORMES ANTERIORES

Starbucks ha elaborado un informe anual desde 2001. Los informes de responsabilidad global anteriores están disponibles en nuestro sitio web.

INTEGRIDAD DE LA INFORMACIÓN

La dirección de Starbucks es responsable de la elaboración e integridad de la información que se incluye para el ejercicio fiscal 2016. Gracias a un sistema de controles internos, incluido un exhaustivo proceso de verificación en el que participan expertos en la materia de la empresa, consideramos que esta información representa con exactitud nuestras actividades de responsabilidad global y nuestros resultados de rendimiento para el ejercicio fiscal 2016. Moss Adams LLP se encarga de la verificación externa.

Toda la infografía relacionada con el rendimiento de nuestros objetivos son representaciones visuales del progreso que no respetan la escala exacta.



Le invitamos a compartir sus ideas con nosotros en
MY STARBUCKS IDEA

