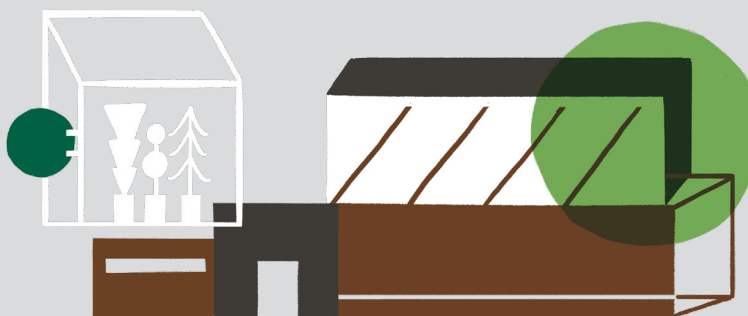
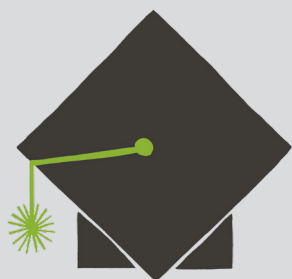
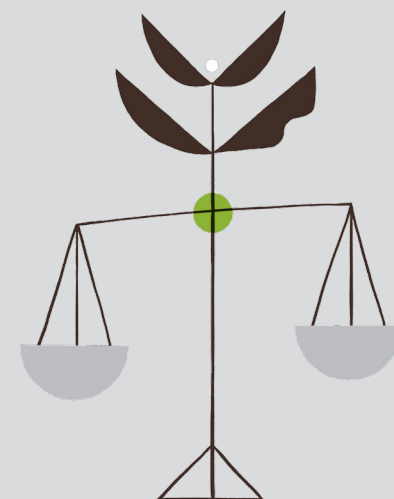
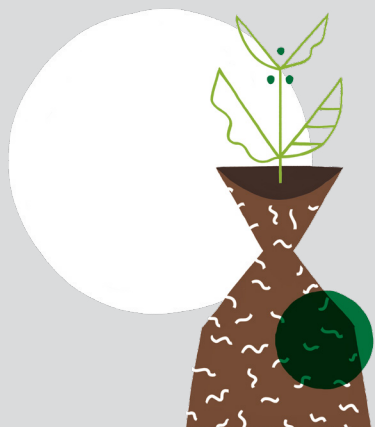


2016

IMPACTO SOCIAL GLOBAL

DESEMPENHO

STARBUCKS®



Nosso relatório Impacto Social Global – Desempenho de 2016 marca nosso avanço como empresa, um avanço orientado pelo desempenho sob a ótica da humanidade. Graças ao esforço de mais de 330 mil parceiros em 75 países de todo o mundo, excedemos várias das nossas metas de auxílio às comunidades onde estamos presentes e, ao mesmo tempo, atingimos outro ano recorde de desempenho financeiro. Nossas duradouras parcerias estratégicas com organizações como a Conservation International e a Feeding America, além de centenas de parceiros de serviços comunitários em todo o mundo, possibilitam que nossa escala seja usada para o bem.

Esse avanço foi conquistado em conjunto, pois agimos com determinação nas decisões e ações coletivas. Para os próximos anos, temos aspirações novas e audaciosas.

Kein Rollen

Kevin Johnson,
presidente e ceo



O caminho para o futuro.

Daremos destaque a quatro áreas nas quais nosso compromisso e nossa escala são capazes de causar o maior impacto:

- Transformar o café no primeiro produto agrícola sustentável do mundo, fazendo nossa parte para melhorar a vida de 1 milhão de pessoas nas **COMUNIDADES CAFEIEIRAS** de todo o planeta
- Criar e gerenciar o maior **NEGÓCIO DE LOJAS VERDES** do mundo
- **CRIAR CAMINHOS** para empregar 1 milhão de pessoas
- **FORTALECER COMUNIDADES** mediante o acolhimento e a criação de impacto em questões importantes

CAFÉ
SUSTENTÁVEL 4

VENDAS MAIS
VERDES 8

CRIANDO
OPORTUNIDADES 11

FORTALECENDO
COMUNIDADES 15



Nosso futuro em CAFÉ SUSTENTÁVEL

A Starbucks se orgulha de ter alcançado o marco de 99% de café de origem ética.

Mas ainda não estamos satisfeitos. Continuaremos a trabalhar com esse último 1% para trazer produtores para nos fazer companhia nessa jornada, como fazemos com o café Starbucks Reserve® Eastern D.R. Congo Lake Kivu: trabalhamos com agricultores para expandir nossas atividades de compra ética.

Acreditamos que podemos aumentar a prosperidade e a solidez de 1 milhão de agricultores e funcionários que cultivam nosso café em comunidades cafeeiras de todo o mundo. Para tal, investiremos nas comunidades cafeeiras, dividiremos com elas nosso conhecimento técnico sobre o assunto e inovaremos com novas abordagens. Para além do nosso compromisso de compra 100% ética, estamos nos unindo a outras pessoas para fazer do café o **primeiro produto agrícola sustentável do mundo**.

INVESTIMENTO NOS AGRICULTORES

Graças aos nossos parceiros e clientes, mais de 25 milhões de pés foram doados aos produtores de café. Tudo começou em setembro de 2015, quando a Starbucks lançou o compromisso One Tree for Every Bag (Um Pé a Cada Pacote) para ajudar no abastecimento de café em longo prazo e também no futuro econômico de seus produtores. A meta era levantar fundos suficientes até o final de 2016 para plantar 20 milhões de mudas de café que substituirão árvores com produção em declínio por conta de idade e doenças, como a ferrugem-do-café. Com auxílio dos nossos clientes, excedemos essa meta em pouco mais de um ano.

Com esse sucesso, a Starbucks quadruplicará esse compromisso assumido, fornecendo 100 milhões de cafezeiros saudáveis para agricultores até 2025, para tal comprando café verde nas comunidades cafeeiras mais afetadas pelas mudanças climáticas.

Trabalharemos em colaboração com a Conservation International (CI) e nossos parceiros no local de produção, dividindo com todo o setor o que aprendermos. Assim, outras comunidades agrícolas

que precisarem substituir os pés de café poderão se beneficiar desse programa.

O Starbucks Global Farmer Fund (Fundo Global para Agricultores da Starbucks) é uma reserva de US\$ 50 milhões para financiamento aos produtores de café. Com esses empréstimos, os agricultores podem gerar melhorias em agronomia, restauração e infraestrutura. Esse trabalho tem influência direta sobre a qualidade do café, a sustentabilidade e o benefício econômico para a indústria do café especial.

Para dar conta das questões fundamentais que as comunidades cafeeiras vêm enfrentando, a Starbucks Foundation e organizações com experiência local formaram parcerias para gerar soluções sustentáveis. Desde 2014, a Starbucks Foundation concedeu subvenções de origem para atender agricultores de pequena escala em comunidades produtoras de café e chá, alcançando cerca de 47 mil beneficiários diretos e indiretos. Até 2020, a intenção é atingir 250 mil pessoas.

Em 2016, a Starbucks deu início ao financiamento de **um novo projeto em Oaxaca, no México**, com a Conservation International, focado na entrega de um modelo que gera mais energia do que consome (o chamado "net positive") para restabelecer o café como forma de subsistência. Oaxaca já foi origem de importância internacional para café especial de alta qualidade, mas a produtividade sofreu uma grande queda por conta de mudanças climáticas, falta de acesso ao mercado, pobreza, migração e outros desafios. A CI trabalhará com parceiros locais para melhorar os sistemas de gestão de sombra dos agricultores e aumentar os fluxos de receita alternativa, com o objetivo de estabilizar as comunidades agrícolas em Oaxaca e permitir que os agricultores continuem a cultivar café. Com o intuito de proteger os recursos hídricos, a CI também treinará produtores quanto à conservação da água e trabalhará para garantir a participação ativa de mulheres, produtores indígenas e suas famílias.

TROCANDO CONHECIMENTOS SOBRE CAFÉ

A Starbucks atualmente opera oito Farmer Support Centers (Centros de Suporte ao Agricultor) nos principais países produtores de café: de Indonésia e Ruanda até o nosso mais novo centro, no México. A abordagem agrônômica aberta permite aos agricultores dessas regiões acesso livre às descobertas mais recentes dos nossos principais agrônomos, inclusive novos variedades de árvores resistentes a doenças e técnicas avançadas de tratamento do solo. Melhorar os métodos de cultivo tradicionais ajudará os agricultores tanto a aperfeiçoarem a qualidade e o rendimento das safras quanto a aumentarem a rentabilidade, garantindo um futuro de café de alta qualidade para todos. Com essa rede global, nosso objetivo é treinar 200 mil produtores de café até 2020.

TRABALHO EM CONJUNTO PARA UM CAFÉ 100% SUSTENTÁVEL

Sabemos que os maiores desafios do café podem ter uma resolução mais rápida se colaborarmos e trocarmos soluções. É por isso que a Starbucks é uma das fundadoras do Sustainable Coffee Challenge (Desafio do Café Sustentável), uma coalizão de diversas indústrias liderada pela Conservation International cuja finalidade é fazer do café o primeiro produto agrícola sustentável do mundo. O desafio começou em 2015, nas conversas das Nações Unidas sobre o clima ocorridas em Paris, e cresceu para mais de 60 participantes em todo o setor, incluindo outros torrefadores, organizações não governamentais e os governos do México e de Ruanda. Reunindo toda a indústria antes da fase competitiva, pelo desafio são desenvolvidas soluções inovadoras para garantir a prosperidade e o bem-estar dos agricultores, trabalhadores e comunidades, além do fornecimento sustentável de café e preservação da natureza. Na Starbucks, temos a oportunidade de criar parcerias para ir além do

nosso próprio compromisso de 100 milhões de pés. No Sustainable Coffee Challenge, a indústria se reúne para conceder 1 bilhão de pés, desenvolvendo princípios em comum para renovação responsável. Convidamos nossos parceiros e clientes a seguirem nessa jornada conosco e acompanharem o desafio pelo endereço sustaincoffee.org.

EMIÇÃO DO NOSSO PRIMEIRO GREEN BOND

Em maio de 2016, emitimos nosso primeiro green bond ("título verde") de sustentabilidade, o U.S. Corporate Sustainability Bond. A empresa usará os lucros líquidos da oferta de US\$ 500 milhões para melhorias em seus programas de sustentabilidade do gerenciamento da cadeia de abastecimento de café através de projetos de sustentabilidade qualificados.

MAIS DO QUE CAFÉ

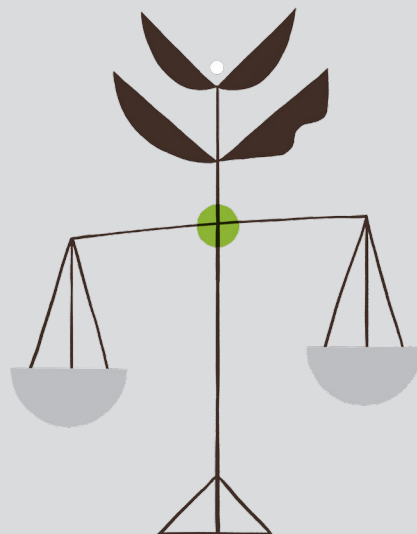
Temos compromisso inabalável com a compra ética de chá e cacau. Para saber mais sobre nosso compromisso e nosso progresso, visite starbucks.com/social-impact.

METAS

CAFÉ
SUSTENTÁVEL

COMPROMISSO
DA COMPRA

*Café produzido de
forma 100% ética*



PLANTAÇÃO DE ÁRVORES

*Fornecer 100 milhões
de pés de café aos
agricultores até 2025*



AGRONOMIA ABERTA

*Treinar 200 mil produtores
de café até 2020*

STARBUCKS GLOBAL
FARMER FUND

*Investir US\$ 50 milhões
em financiamento para
agricultores até 2020*

DOS NOSSOS AGRICULTORES

Compromisso "One Tree for Every Bag"

Catalina Pacheco, avó carinhosa e integrante da segunda geração de uma família produtora de café, torra metodicamente alguns grãos de café da sua propriedade, a La Finca San José, aninhada nas colinas da Guatemala. O marido, Carlos Lima, e o neto, Kevin, cheios de orgulho, nos guiam pela plantação de café que já pertence à família há mais de 25 anos e entre os mais de 5.700 pés de Marsellesa recém-plantados recebidos mediante o compromisso "One Tree for Every Bag".

Kevin se distancia correndo do nosso grupo e vai até o novo pé da variedade Marsellesa, resistente à ferrugem-do-café. Ele se vira para fitar o avô, envolvido em uma conversa. Kevin diz, com orgulho: "Um dia eu mesmo vou tocar esta propriedade." Carlos Lima se ajoelha em frente ao novo pé de café e diz suavemente, com um sorriso no rosto: "Esse programa foi um presente para nossa família." Um sorriso ainda mais largo aparece no rosto do Kevin. Ele se levanta e nos leva de volta à sua casa, onde Catalina acabou de moer e passar um café fresquinho, adoçado com açúcar e servido com pão doce. Os olhos de Catalina, de Carlos Lima e do neto brilham enquanto saboreamos a xícara de café direto da propriedade. Basta beber um pouco para lembrarmos das gerações de famílias, culturas e artesãos impactados pelo compromisso "One Tree for Every Bag". Vemos um futuro promissor repleto de oportunidades apresentadas à próxima geração com cada pé de café.

Até agora, o compromisso "One Tree for Every Bag" forneceu 25 milhões de pés de café a produtores do México, da Guatemala e de El Salvador. Essas regiões ficaram devastadas quando cerca de 40% dos pés de café foram atingidos pela ferrugem-do-café. Muitos agricultores precisaram deixar suas propriedades. Mas, com o compromisso "One Tree for Every Bag", vemos uma esperança renovada no futuro das propriedades que as famílias cultivam há gerações.

Junto com a Conservation International, estamos criando oportunidades positivas para a próxima geração de produtores de café.



STARBUCKS
**ONE TREE
FOR EVERY BAG**
COMMITMENT

Abrindo o caminho para **LOJAS MAIS VERDES**

Comemorando um legado de 30 anos como líderes em assuntos ambientais, não é de hoje que percebemos que o planeta é nosso parceiro mais importante. Nossa abordagem quanto às lojas verdes continua com metas ambiciosas para 2020 e além.

LOJAS MAIS VERDES

A Starbucks tem o orgulho de ter construído mais de 1.200 lojas com a certificação LEED® (Leadership in Energy and Environmental Design, Liderança em Energia e Design Ambiental) em 20 países. Somos quem mais constrói lojas verdes no nosso setor, sendo elas responsáveis por 20% dos projetos com certificação LEED® em todo o mundo. Agora a Starbucks aprofundará o comprometimento com lojas ecologicamente responsáveis ao desenvolver um programa de verificação de lojas para incentivar inovação, sustentabilidade e eficiências em todo o portfólio. Nossa meta de conquistar 10 mil lojas mais verdes até 2025 englobará as novas e as existentes ao avaliar e desenvolver padrões de construção, metas de eficiência de uso de luz, água e gás e engajamento de parceiros. Mediante esse novo programa, a Starbucks alavancará sua escala para o bem e cumprirá a meta de se tornar a maior loja verde do mundo.

A INOVAÇÃO DE UM COPO MAIS VERDE

A Starbucks fez grandes avanços para deixar o copo mais verde e reconhece que ainda há um longo caminho a percorrer. Fomos a primeira empresa a oferecer desconto aos nossos clientes que trazem um copo reutilizável, a primeira a incluir 10% de fibras pós-consumo nos copos para bebidas quentes e fomos pioneiros na indústria ao defendermos um aumento da infraestrutura de reciclagem. Apesar de atualmente podermos reciclar o copo em várias comunidades, continuaremos a defender, junto a governos locais e interessados, o aumento da reciclagem em todos os nossos

mercados. Nossas metas para 2022 foram concebidas para acelerar o progresso para conseguir um copo mais verde. 1) Pretendemos dobrar o conteúdo reciclado do copo para bebidas quentes e explorar materiais alternativos para os copos de bebidas frias. 2) Permanecemos comprometidos com a reciclagem e trabalharemos para dobrar o número de lojas e comunidades com acesso à reciclagem de copos. 3) Promoveremos e incentivaremos o uso de copos para uso na loja e reutilizáveis.

INVESTIMENTO EM ENERGIA MAIS VERDE

Desde 2005, a Starbucks investe em energia renovável. No ano passado, a empresa alcançou um marco ao compensar o equivalente a 100% de consumo de eletricidade das lojas operadas pela empresa em todo o mundo, utilizando principalmente créditos de energia renovável dos EUA e do Canadá e contratos de abastecimento de eletricidade verde na Europa. A Starbucks é a compradora número um de eletricidade renovável do setor a figurar na lista National Top 100 da Green Power Partnership da EPA. No ano passado, a Starbucks entrou para o RE100 do The Climate Group, uma coalizão de algumas das maiores empresas do mundo comprometidas com o uso de eletricidade renovável. De olho no futuro, a Starbucks se concentrará na identificação de formas novas e geograficamente relevantes de comprar energia renovável e trazer novos projetos renováveis para o radar dos países onde estamos presentes em todo o mundo.

CAPACITANDO PARCEIROS MAIS VERDES

Estamos focados em estimular nossos parceiros (funcionários), verdadeiros apaixonados por sustentabilidade, a inspirar e ensinar. Em 2016, demos asas ao programa Greener Apron™, com parceiros do setor de varejo e de fora – um programa de certificação voluntária que ajuda os parceiros a saberem mais sobre sustentabilidade ambiental por meio de três módulos curtos criados em conjunto com a Escola de Sustentabilidade da Arizona State University. Mais de 1.100 parceiros participaram do lançamento do piloto. No segundo trimestre de 2017, expandiremos o programa para parceiros dos EUA, do Canadá, do Reino Unido e da Holanda. Nossa meta é engajar 10 mil parceiros em todo o mundo até 2020 e criar uma rede de defensores ("champions") da sustentabilidade.

VENDAS MAIS VERDES

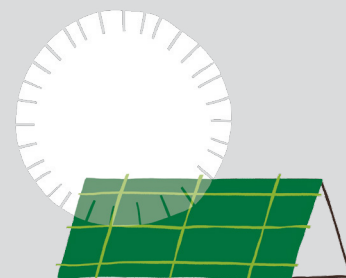
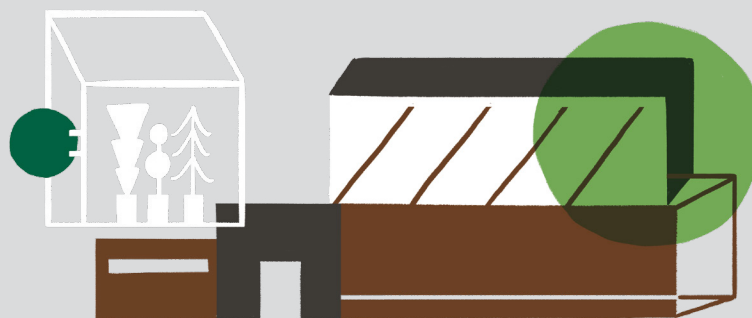
METAS

LOJAS MAIS VERDES

Construir e operar 10 mil lojas mais verdes em todo o mundo até 2025

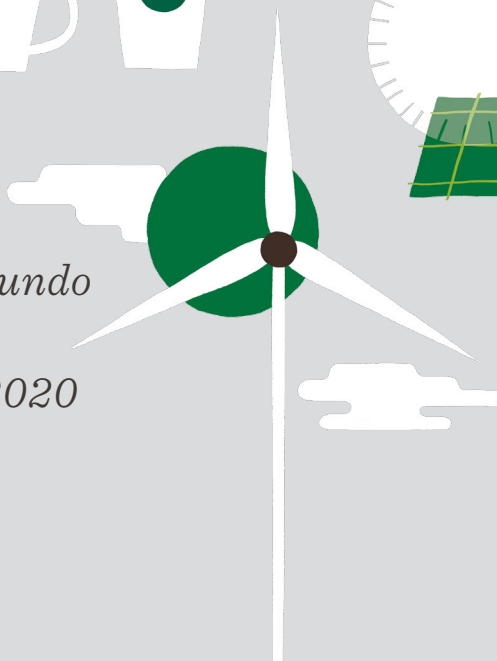
COPO MAIS VERDE

Dobrar o conteúdo reciclado, a capacidade de reciclagem e a reutilização do nosso copo até 2022



GREENER APRON

Capacitar 10 mil parceiros em todo o mundo a serem defensores da sustentabilidade até 2020



ENERGIA MAIS VERDE

Investir em energia 100% renovável para operações em todo o mundo até 2020

DOS NOSSOS PARCEIROS

Criando práticas comerciais mais verdes

Tawny Villain é parceira da Starbucks há 10 anos – e em três estados diferentes. Mais recentemente, Tawny se estabeleceu em Austin, no Texas, onde o sol brilha o ano todo e ela pode se dedicar às suas paixões: sustentabilidade e oportunidade de aprender. Os interesses da Tawny a levaram a várias direções, mas o que continua a prender sua atenção é o impacto dos humanos sobre nosso meio ambiente e como é importante que todas as pessoas entendam o papel que desempenham. O programa Greener Apron™, oferecido em parceria com a Arizona State University (ASU), foi uma saída para ela continuar a educação em sustentabilidade e lhe dá a oportunidade de oferecer conhecimento a parceiros e clientes da loja.

Tawny está entre os vários parceiros inscritos no Starbucks College Achievement Plan (SCAP, Plano de Conquista Universitária da Starbucks) da ASU. Ela optou por formar-se em sustentabilidade. Essa formação em particular é a única do SCAP a exigir que os alunos completem um estágio em campo antes da formatura. A equipe de Impacto Social Global e Políticas Públicas aproveitou a oportunidade para se beneficiar do rigor acadêmico do programa e oferecer uma Fellowship de Sustentabilidade piloto para esses pesquisadores.

Tawny, além de dois outros parceiros, está concluindo a obrigatoriedade de estágio remotamente com a equipe de Sustentabilidade da Starbucks, e o foco do trabalho é mapear e entender o cenário do lixo em Austin, o que servirá como estudo de caso para a empresa, pois buscamos melhorar a gestão de resíduos.

"A Fellowship, de mãos dadas com o programa de sustentabilidade da ASU, só fez aumentar meu conhecimento sobre sustentabilidade e sobre o que isso significa", explica Tawny. "É incrível visitar o Starbucks Support Center em Seattle e ver em primeira mão os projetos em que as equipes estão trabalhando, que estão estreitamente ligados às coisas que me são caras. E isso me deixou ainda mais orgulhosa de ser parceira. Sou grata a essa experiência profissional para incrementar minha formação de barista."

CRIANDO OPORTUNIDADES

Ajudando as pessoas a realizarem seus sonhos.

Líder na contratação de grandes talentos, a Starbucks buscará agora e sempre oportunidades para nossos parceiros e clientes nas comunidades onde estamos presentes.

DANDO UMA OPORTUNIDADE AOS JOVENS
A Starbucks está adotando e empregando dezenas de milhares de jovens entre 16 e 24 anos, que não trabalham nem estudam, para ajudá-los a conquistarem seus sonhos e nosso futuro em comum. A Starbucks liderou o lançamento da iniciativa "100,000 Opportunities" com outras 50 empresas em 2015. No papel da maior coalizão liderada por empregadores comprometidos com a criação de vias para contratação de jovens, a coalizão alcançou a meta de contratar 100 mil jovens – dois anos à frente do prazo.

A Starbucks assumiu o compromisso de contratar jovens inscritos no programa "100,000 Opportunities" até 2020 e a coalizão está se alinhando com a meta de todos os setores de criar 1 milhão de oportunidades até 2021. O grupo continuará a compartilhar novas práticas de recrutamento e recursos humanos feitas para contratar, reter e promover os jovens do programa.

Em comunidades de baixa e média renda dos EUA, estamos também abrindo lojas equipadas com centros de treinamento, nos quais trabalhamos com organizações sem fins lucrativos da área para proporcionar capacitação aos jovens. Em todo o mundo, oferecemos treinamento e suporte aos jovens de formas pertinentes às necessidades e oportunidades deles.

CONTRATAÇÃO DE EX-COMBATENTES E CÔNJUGES DE MILITARES

A contratação e a homenagem a ex-combatentes e cônjuges de militares nos dá o benefício da liderança, da experiência e da dedicação deles. Em 2013, a Starbucks se comprometeu com

a contratação de pelo menos 10 mil ex-combatentes e cônjuges de militares até 2018. Em março de 2017, anunciamos que atingimos a meta com 18 meses de antecedência e expandimos nossa meta para 25 mil até 2025. Nosso compromisso vai além da contratação. Ele inclui a capacidade de os parceiros que sejam ex-combatentes ou atuais membros das Forças Armadas dos EUA a ampliarem o benefício do College Achievement Plan (Plano de Conquista Universitária) a um cônjuge ou filho. Estamos também instituindo locais de convivência para as comunidades das famílias de ex-combatentes e militares, criando oportunidades de voluntariado e aproveitando as experiências de liderança sem igual para moldar positivamente nossa empresa e nosso mundo.

ACOLHIMENTO DE REFUGIADOS

Os refugiados são uma população em busca da chance de reconstruir a vida e recomeçar do zero face a circunstâncias extraordinariamente difíceis. Mantendo nosso longo histórico de criar oportunidades para todos e investir nas pessoas que fazem parte das comunidades onde estamos presentes, a Starbucks está liderando uma atividade global ao longo dos próximos cinco anos para acolher e empregar 10 mil refugiados cujo talento, experiência e resiliência enriquecerão todas as comunidades onde estamos presentes. Nos EUA, nosso foco serão intérpretes, os funcionários e seus familiares que serviram nas Forças Armadas.

EXPANSÃO DO COLLEGE ACHIEVEMENT PLAN

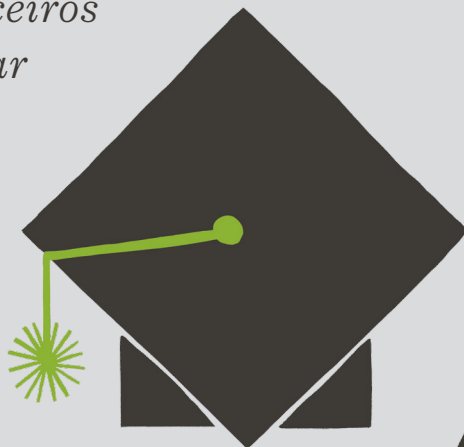
Até o final de 2016, foram mais de 6 mil parceiros participando do programa Starbucks College Achievement Plan, com 227 formados. Em março de 2017, anunciamos o Pathways to Admission (Caminhos para a Entrada), programa que oferece aos parceiros a habilidade de trabalhar a fim de entrar na faculdade e não pagar mensalidade.

METAS

CRIANDO
OPORTUNIDADES

STARBUCKS COLLEGE
ACHIEVEMENT PLAN

*Formar 25 mil parceiros
até 2025 e aumentar
a acessibilidade
e o desempenho*



EX-COMBATENTES E CÔNJUGES
DE MILITARES

*Contratar e homenagear
25 mil ex-combatentes e
cônjuges de militares até 2025*

REFUGIADOS

*Acolher e empregar
10 mil refugiados em
todo o mundo até 2022*



OS JOVENS E O 100,000
OPPORTUNITIES

*Adotar e empregar
100 mil pessoas
até 2020*

DOS NOSSOS PARCEIROS

Caminhos mais acessíveis para a educação

Para Hagar Johnson, a decisão de entrar para a Starbucks não levou em conta só o ambiente de trabalho solidário e o pagamento estável: foi também pela capacidade de conseguir educação de nível superior.

"Eu fui a um Opportunity Fair and Forum (Feira e Fórum de Oportunidades), em Chicago, e a Starbucks me atraiu com a conversa sobre pagar para os funcionários frequentarem a escola via o Starbucks College Achievement Plan", explicou Hagar, supervisora de turnos em Englewood. "Fui contratada na hora e fiquei muito animada com a possibilidade de finalmente terminar meu curso."

Antes da Starbucks, Hagar frequentava a Georgia Southern University, mas problemas de saúde fizeram com que ela precisasse desistir. Já na Starbucks, ela se inscreveu no College Achievement Plan. Infelizmente, as notas não se encaixavam nos requisitos.

Hagar está entre os cerca de 15 mil parceiros da Starbucks que desejam obter um diploma, mas que não se qualificam para o College Achievement Plan, que oferece a todos os parceiros qualificados nos EUA reembolso integral das mensalidades pelo curso online de bacharelado na Arizona State University (ASU). Para ajudar esses parceiros a atingirem a meta, a Starbucks e a ASU lançaram em março de 2017 o Pathways to Admission, um programa que oferece aos parceiros a possibilidade de trabalharem para serem aceitos sem mensalidade.

Por conta do programa Pathways to Education, Hagar está feliz da vida e prestes a ganhar admissão na ASU.

"Nem todos entram direto na faculdade. Algumas pessoas têm obstáculos e reveses que as impedem de aprimorar suas habilidades e continuar sua educação. A Starbucks se preocupa e quer me ajudar a crescer e a ser uma futura líder de negócios, ou médica, ou qualquer coisa que eu queira ser."



STARBUCKS
COLLEGE
ACHIEVEMENT
PLAN

ASU Arizona State
University



DOS NOSSOS PARCEIROS

Aprendizado na prática

Vários parceiros da Starbucks têm menos de 24 anos de idade – uma faixa etária que se depara com os maiores desafios para conseguir trabalho em meio período e em período integral. Por meio de iniciativas de treinamento e contratação, a Starbucks visa a ajudar os jovens adultos a se prepararem para o mercado de trabalho e garantirem um emprego.

O Starbucks Apprenticeship Programme (Programa de Aprendizizes da Starbucks), lançado em 2012 no Reino Unido, oferece aos jovens a oportunidade de saber mais sobre uma carreira de gerenciamento de loja e cria as habilidades necessárias para incentivar as metas individuais. Em março de 2016, a Starbucks expandiu as atividades e incluiu aquelas com níveis mais altos, permitindo experiências de aprendizado em uma série de disciplinas, como vida digital, direito e administração. Com essa mudança, a Starbucks começou a oferecer experiências de aprendizado de serviços profissionais no U.K. Support Center, além de oportunidades nas lojas da empresa.

Zain Bedar, de 18 anos, ouviu falar do Starbucks Apprenticeship Programme em uma feira vocacional de Londres no início do ano. Ele agora tem nove meses de um programa de Nível 4, com dois anos de duração, como analista financeiro.

“Meu programa permite que eu combine estudo durante o trabalho e, ao mesmo tempo, ganhe experiência e habilidades na prática em um ambiente profissional”, explica. “Fico feliz de ter tomado a decisão de fazer o treinamento vocacional por meio do programa, em vez de ir para a faculdade, e estou muito animado com o futuro que minha carreira reserva.”

Além de ganhar um salário, ele terá qualificação do Chartered Institute of Management Accountant (CIMA) ao final do treinamento na Starbucks.

FORTALECENDO AS COMUNIDADES

O mundo é nosso bairro.

Todas as lojas da Starbucks são parte de uma comunidade, e estamos comprometidos a fortalecer os bairros onde estamos presentes.

DOAÇÃO DE REFEIÇÕES PRONTAS

Nesse espírito da nossa missão e dos nossos valores, parceiros de todo o país defendem uma solução para doar os alimentos não vendidos às comunidades atendidas. Por meio de uma nova e exclusiva parceria estratégica com a Feeding America, resgataremos 100% dos alimentos disponíveis para doação de todas as lojas próprias nos EUA até 2020, posicionando a Starbucks como líder no setor em resgate alimentar.

Por meio da parceria com a Feeding America, estamos aproveitando a maior rede sem fins lucrativos para alívio da fome e resgate alimentar dos EUA para redistribuir alimentos não vendidos a famílias e pessoas lutando contra a insegurança alimentar. Até março de 2017, doamos 1 milhão de refeições. Quando a implementação do programa estiver concluída, esperamos aumentar as doações exponencialmente para 50 milhões de refeições ao ano.

Para viabilizar a doação de alimentos nos EUA, a Starbucks está fornecendo suporte financeiro para bancos de alimentos investirem na infraestrutura do programa, que inclui veículos refrigerados capazes de transportar com segurança os alimentos resgatados.

O programa FoodShare doa refeições e também conecta nossos parceiros aos bancos de alimentos locais para doarem seu tempo em serviços. Além disso, a parceria com o Feeding America não só investe na rede de bancos de alimentos como também dá à Starbucks a oportunidade de apoiar os esforços de amparo acerca dos programas de alívio da fome em níveis nacional e local. Por meio de doação de alimentos, serviço comunitário, investimento financeiro e atividades de amparo, o programa FoodShare trabalha para ajudar a erradicar a fome de todos os lados.

SERVIÇO COMUNITÁRIO

Sempre acreditamos que a Starbucks pode – e deve – exercer um impacto positivo nas comunidades onde estamos presentes. O serviço comunitário reflete nossa missão e nossos valores, quem somos como empresa e uma das melhores formas de nos unirmos individual e coletivamente para ajudar a suprir uma necessidade nas comunidades em que a Starbucks está presente.

Lançamos o Global Month of Service (Mês Global do Serviço) em abril de 2011 para honrar nosso 40º aniversário com uma dedicação de um mês para serviço e, somente em abril de 2016, mais de 50 mil parceiros trabalharam juntos nas comunidades locais. Em 2017, estamos lançando nosso compromisso do ano inteiro e animados em anunciar nossa nova meta de serviço comunitário: cem por cento das lojas da Starbucks® em todo o mundo participarão anualmente do serviço até 2020. Nosso desejo é que todas as lojas participantes do mundo envolvidas em serviço comunitário incentivem os parceiros a liderarem e participarem de projetos vinculados às nossas atividades de impacto social global sobre sustentabilidade, fome, juventude, ex-combatentes e refugiados.

STARBUCKS FOUNDATION

A Starbucks Foundation apoia comunidades do mundo todo em áreas alinhadas com suas prioridades de impacto social:

Oportunidade para os jovens

Em 2016, 63 parcerias em 10 países apoiaram diretamente mais de 20 mil jovens a desenvolverem habilidades de trabalho e liderança e conectá-los ao emprego.

Apoio a comunidades de café, chá e cacau

Nosso compromisso com as comunidades vai além das lojas e inclui as regiões que fornecem o café, o chá e o cacau. A Starbucks Foundation investe em programas pensados para fortalecer o desenvolvimento econômico e social local. Trabalhamos junto com organizações não governamentais que têm experiência e conhecimento no trabalho com comunidades agrícolas nos países onde o café e outros produtos agrícolas são cultivados. Entre os projetos estão melhora do acesso à educação e treinamento em agricultura, serviços de microcrédito e microfinanceiros, melhora da conservação da biodiversidade e níveis cada vez maiores de saúde, nutrição e saneamento hídrico.

FORTALECENDO AS COMUNIDADES

DIVERSIDADE E INCLUSÃO

O sucesso do nosso negócio depende da inovação que resulta da união das diferentes experiências, perspectivas e circunstâncias das pessoas que trabalham conosco. Para fomentar esses esforços, criamos o Starbucks Inclusion Council (Conselho de Inclusão da Starbucks), formado por executivos de áreas-chave da nossa corporação, que definem a visão estratégica das atividades de inclusão e diversidade da Starbucks. Essa visão inclui a criação de oportunidades para populações historicamente sub-representadas tanto na contratação quanto na cadeia de abastecimento. Aí inclui-se um foco obstinado em equidade de salários, de forma a garantir que todos os parceiros recebam pagamento justo pelo trabalho realizado. É também um esforço de responsabilidade o fato de nossa alta diretoria representar a diversidade de parceiros e clientes. Quer estejamos buscando entrar em novos mercados, crescer nos existentes ou continuar a incentivar inovação nos nossos negócios, concentrarmo-nos em diversidade e inclusão é essencial nos negócios.

AMBIENTE DE TRABALHO INCLUSIVO

Não existe prioridade maior para nossos negócios que atrair, desenvolver e reter parceiros de talento. Para conquistar isso, precisamos tratar uns aos outros com respeito e dignidade e criar uma cultura de pertencimento onde todos são bem-vindos. Esses são dois dos nossos mais elevados valores. Sucesso é quando nossos parceiros podem vir trabalhar, serem si próprios e darem o melhor de si. Nossas nove redes de parceiros, cada uma destacando uma área de diversidade, representam o amplo espectro do perfil dos nossos parceiros e proporciona uma oportunidade para pessoas de todos os níveis se conectarem, conversarem e assumirem papéis de liderança.

Além disso, oferecemos a oportunidade de construir uma carreira e dar suporte às metas pessoais dos nossos parceiros por meio de benefícios abrangentes para parceiros em meio período e tempo integral, incluindo plano de saúde, licença-maternidade, ações e a chance de obter um diploma universitário sem ter de pagar mensalidades. Por meio do envolvimento com a comunidade, além de parcerias com organizações sem fins lucrativos, líderes cívicos e associações profissionais variadas em nível local e nacional, trabalhamos para garantir que um grupo diversificado de talentos tenha acesso às oportunidades que oferecemos.

Nossa diretoria é um dos comitês corporativos mais diversificados do país. No final de 2016, 43% de todos os nossos parceiros nos EUA eram minorias; 66% eram mulheres. Dos nossos vice-presidentes dos EUA, 19% eram minorias e 48% eram mulheres. Entre os nossos 60 principais líderes nos EUA, definidos como vice-presidente sênior ou superior, 18% eram minorias e 32% eram mulheres.

Continuamos a nos esforçar para fazer mais para aumentar nossa diversidade. É por isso que estabelecemos metas para aumentar o número de mulheres e minorias nos níveis mais seniores da empresa e continuaremos a avaliar nossas atividades a esse respeito. Além disso, continuaremos a contratar e acolher candidatos diversos ao emprego e parceiros de todas as origens para garantir uma força de trabalho que fomente nosso sucesso.

CADEIA DE ABASTECIMENTO DIVERSIFICADA

O Programa de Diversidade de Fornecedores da Starbucks fortalece nossa cadeia de abastecimento e serve como componente essencial do compromisso com a aquisição ética dos nossos produtos. Nosso programa se concentra no desenvolvimento de relacionamentos comerciais com empresas que incluem pelo menos 51% de propriedade e operação por minorias, mulheres, LGBT, ex-combatentes ou deficientes. Ao buscar ativamente fornecedores diversificados, nós apoiamos nossos negócios e, ao mesmo tempo, investimos nas comunidades onde estamos presentes. Isso não só nos ajuda a identificar e entregar serviços e produtos inovadores e de alta qualidade em todos os canais comerciais como também aumenta o valor e o desenvolvimento econômico.

Desde o primeiro relatório de gastos com fornecedores diversos em 2000 – então totalizando US\$ 38 milhões –, nosso programa cresceu e atingiu quase US\$ 700 milhões ao ano. Isso é responsável por aproximadamente 10% do gasto total nos EUA e no Canadá. Estabelecemos metas de crescimento ano a ano com a meta suprema de conquistar 15% de gastos com fornecedores diversificados.

Essa abordagem abrangente à diversidade de fornecedores garante que nosso programa e nossas metas façam parte da base do nosso processo de aquisição estratégica. Além de definir alvos de compra refletidos nas metas da nossa cadeia de abastecimento, nossa equipe de aquisição apoia proativamente o desenvolvimento de fornecedores diversificados. Além de simplesmente identificar candidatos fortes, orientamos e desenvolvemos ativamente os fornecedores que estão de acordo com nossos padrões de diversidade.

FORTALECENDO AS COMUNIDADES

METAS

FOODSHARE

Resgatar 100% dos alimentos disponíveis para doação até 2020 nas lojas próprias nos Estados Unidos

SERVIÇO COMUNITÁRIO

Ter 100% das lojas no mundo todo participando anualmente do serviço comunitário até 2020



DOS NOSSOS PARCEIROS

Ajudando a combater a fome na comunidade

Com sete anos de idade, Esther Ortega-Johnson costumava acordar cedinho nos fins de semana de frio, ser enrolada em roupas bem quentes e ir para o centro de Los Angeles com sua família. A jornada tinha um propósito especial: dar uma refeição quente a quem precisasse dela nas ruas.

"Meu pai organizava a família para fazer tacos e chocolate quente e dar a comida e a bebida para quem estivesse procurando alguma coisa para forrar o estômago", lembra Esther, gerente de loja e esposa de um marinheiro que agora mora em San Antonio, no Texas. "Essa foi minha primeira experiência com a falta de moradia e a fome."

Não demorou para outros familiares e amigos ficarem sabendo da empreitada e se unirem.

"Não trabalhávamos para nenhuma instituição. Só estávamos ajudando os necessitados", explica. "Foi assim que meus pais criaram eu e meus irmãos. Se você é capaz de prover a subsistência de outras pessoas, é sua responsabilidade fazer isso."

Essa experiência na infância foi decisiva para Esther, que é uma das várias parceiras da Starbucks que apoiam as atividades da empresa para expandir o programa FoodShare em San Antonio e em Houston.

Por meio de uma aliança estratégica com a Feeding America, a Starbucks definiu como meta resgatar 100% dos alimentos disponíveis para doar em suas mais de 7 mil lojas próprias nos EUA. Quando a implementação do programa estiver concluída, a Starbucks estima que os parceiros das lojas próprias conseguirão fornecer 50 milhões de refeições nutritivas por ano.



STARBUCKS
FOODSHARE
Hunger relief in action.

DOS NOSSOS PARCEIROS

Retribuindo pelo serviço

Os parceiros da Starbucks têm um longo histórico de retribuição para as comunidades onde vivem por meio de serviço comunitário. Por mais de nove anos, os parceiros de Pequim apoiaram o programa "Cinema for the Blind" (Cinema para Cegos), um projeto beneficente destinado a ajudar os cegos a curtirem melhor filmes locais e estrangeiros, no qual voluntários narram os detalhes na tela.

Um parceiro Starbucks que vive e respira a missão e os valores da Starbucks, Zheng Tao, parceiro há 11 anos, não só conquistou o Coffee Master na Starbucks do norte da China: ele também sempre se sentiu compelido a estender a mão aos necessitados à sua volta. Ele atua como voluntário no projeto há seis anos para narrar e compartilhar mais de 40 filmes, tendo contribuído com mais de 9 mil horas.

"Quando meu supervisor me contou sobre o envolvimento da Starbucks com o projeto 'Cinema for the Blind' em Pequim, eu imediatamente me dediquei à oportunidade", lembra-se Tao. "Foi incrível conseguir ser os olhos dos cegos e ajudá-los a curtir o filme tanto quanto eu."

Em setembro de 2016, Zheng Tao foi homenageado, junto com alguns dos líderes de negócios, empreendedores e tecnólogos mais influentes da China, como um dos 50 maiores inovadores da China por suas contribuições e seu compromisso com o "Cinema for the Blind" em Pequim. Esse prêmio anual, organizado pela principal publicação de negócios da China, a CBN Weekly, é atualmente um dos rankings mais importantes dos líderes chineses nos negócios, marcas, tecnologia e design, e visa a reconhecer, incentivar e comemorar as buscas e aspirações lideradas pela inovação.



ÁREA DE IMPACTO	META	AF16	ANDAMENTO EM ABRIL DE 2017
COMPROMISSO DA COMPRA	<i>Café produzido de forma 100% ética</i>	99%	Café produzido de forma 99% ética
PLANTAÇÃO DE ÁRVORES	<i>Fornecer 100 milhões de pés de café aos agricultores até 2025</i>	9 MILHÕES	25 milhões de árvores doadas por meio do compromisso One Tree for Every Bag
GLOBAL FARMER FUND	<i>Investir US\$ 50 milhões em empréstimos para agricultores até 2020</i>	US\$ 21,3 milhões	Temos US\$ 21,3 milhões atualmente comprometidos ou investidos em empréstimos para agricultores
AGRONOMIA ABERTA	<i>Treinar 200 mil produtores de café até 2020</i>	nova meta	Oferecemos treinamento atual aos agricultores por meio de oito Farmer Support Centers e começaremos a relatar o impacto no relatório AF17
COPO MAIS VERDE	<i>Dobrar o conteúdo reciclado, a capacidade de reciclagem e a reutilização do nosso copo até 2022</i>	nova meta	Nossos copos atualmente contêm 10% de fibra pós-consumo, temos reciclagem interna em mais de 50% das lojas próprias nos EUA e 1,4% das nossas bebidas são vendidas usando copos reutilizáveis
LOJAS MAIS VERDES	<i>Construir e operar 10 mil lojas mais verdes em todo o mundo até 2025</i>	1.000	Mais de 1.200 lojas com a certificação LEED® em 20 países
ENERGIA MAIS VERDE	<i>Investir em energia 100% renovável para operações em todo o mundo até 2020</i>	nova meta	Compramos créditos de energia renovável para cobrir 100% do uso de eletricidade nas lojas próprias da empresa em todo o mundo, e em abril de 2017 anunciamos um investimento em mais de 100 hectares de painéis solares em Robeson County, na Carolina do Norte.
GREENER APRON	<i>Capacitar 10 mil parceiros em todo o mundo a serem defensores da sustentabilidade até 2020</i>	1.120	Lançamos oficialmente nosso programa Greener Apron™ em quatro países
EX-COMBATENTES E CÔNJUGES DE MILITARES	<i>Contratar e homenagear 25 mil ex-combatentes e cônjuges de militares até 2025</i>	7.745	Em março de 2017, atingimos a meta inicial de 10 mil contratações e expandimos a meta para 25 mil
STARBUCKS COLLEGE ACHIEVEMENT PLAN	<i>Formar 25 mil parceiros até 2025 e aumentar a acessibilidade e o desempenho</i>	227	Mais de 400 parceiros se formaram até o momento, com mais de 6.500 parceiros participando dos programas de formação online da ASU
OS JOVENS E O 100,000 OPPORTUNITIES	<i>Empregar jovens no 100,000 Opportunities até 2020</i>	32.096	Em 2015 estabelecemos uma meta para contratar 10 mil jovens; ultrapassamos essa meta no primeiro ano e a expandimos para 100 mil até 2020
REFUGIADOS	<i>Acolher e empregar 10 mil refugiados em todo o mundo até 2022</i>	nova meta	Em janeiro de 2017, anunciamos nosso compromisso de contratar 10 mil refugiados nos 75 países onde estamos presentes; falaremos sobre nosso progresso no relatório do AF17
FOODSHARE	<i>Resgatar 100% dos alimentos disponíveis para doação até 2020 nas lojas próprias nos Estados Unidos</i>	nova meta	O programa FoodShare foi anunciado no AF16, quando teve início; até o momento, doamos mais de 1 milhão de refeições
SERVIÇO COMUNITÁRIO	<i>Ter 100% das lojas no mundo todo participando anualmente do serviço comunitário até 2020</i>	nova meta	Estabelecemos a base de 25 mil lojas e acompanharemos o progresso daqui em diante

CONSERVATION INTERNATIONAL

"Fornecer plantas saudáveis a agricultores das regiões de cultivo de café deixa as terras existentes mais produtivas e evita que nossa expansão adentre as florestas. Temos o orgulho de ficar ao lado da Starbucks nessa empreitada de longo prazo para garantir que a subsistência e a natureza sejam vibrantes e saudáveis no mundo todo."

Dr. M. Sanjayan,
vice-presidente executivo
e cientista sênior

THE CLIMATE GROUP

"Os membros do RE100 como a Starbucks vão além de simplesmente 'chegar lá'; eles reescrevem as regras de compra de energia. O investimento da Starbucks em infraestrutura solar e tarifa verde revolucionária demonstra um business case e tanto quanto à eletricidade renovável. A abordagem dinâmica, colaborativa e inovadora estabelece um exemplo para negócios e serviços públicos em todos os Estados Unidos, ao mesmo tempo mostrando a milhões de clientes que a Starbucks leva a sério a lentificação das mudanças climáticas."

Sam Kimmins,
chefe de RE100

INTERNATIONAL RESCUE COMMITTEE

"O IRC tem o prazer de formar parceria com a Starbucks quanto ao compromisso poderoso e impactante de contratar 10 mil refugiados em todo o mundo ao longo de cinco anos. Uma das melhores formas para um refugiado se integrar a uma nova comunidade é por meio do emprego, e a promessa da Starbucks de oferecer esses trabalhos necessários será a primeira etapa essencial em prol da autossuficiência dos nossos clientes."

David Miliband,
presidente e ceo

FEEDING AMERICA

"Lançar essa parceria com a Starbucks foi um momento decisivo para nossas atividades de resgate de alimentos. Estamos comprometidos com a identificação de soluções inovadoras para obter comida. Programas como o FoodShare são um passo na direção certa."

Diana Aviv,
ceo

Sobre este relatório.

ESCOPO

Nosso relatório para o ano fiscal de 2016 se concentra no desempenho com relação às metas definidas em três áreas-chave: compras éticas, gestão ambiental e investimentos na comunidade. Também incluímos links para informações e recursos disponíveis publicamente no site starbucks.com quanto às políticas financeiras, de governança corporativa, de ambiente de trabalho e de diversidade, e também ao desempenho, porque esses compromissos estão diretamente ligados aos nossos negócios. Ao desenvolver este relatório, cobrimos tópicos e questões importantes para a Starbucks e para nossas partes interessadas com base no engajamento do ano todo e no feedback de defensores e investidores, e por meio de ferramentas facilmente acessíveis para clientes e parceiros da Starbucks, como My Starbucks Idea, canais de mídias sociais da Starbucks (Facebook, Twitter e Instagram da Starbucks e dos parceiros da Starbucks) e nossa equipe de Atendimento ao Cliente. Essas atividades são complementadas por uma análise do setor e de tendências conduzida pela firma de consultoria estratégica SustainAbility e pela firma de relações públicas Edelman, além de conversas diretas com as várias organizações com que trabalhamos. Garantir engajamento interno e externo é um componente essencial de como fazemos negócios – ajudamos a garantir que nossos programas, políticas e o conteúdo deste relatório sejam pertinentes para nossos negócios e partes interessadas.

LIMITES

Assim como nos relatórios de responsabilidade global anteriores, o relatório deste ano destaca o trabalho que estamos fazendo em compras éticas, investimentos na comunidade e gestão ambiental. Essas áreas são essenciais para nossos negócios e também são aquelas onde sabemos que podemos criar o maior impacto – e o fazemos. Com base nas atividades de engajamento dos nossos interessados, também acreditamos que essas áreas são importantes para clientes, parceiros, organizações não governamentais (ONGs) e investidores. Além disso, questões relacionadas à saúde e ao bem-estar e às políticas do ambiente de trabalho são elementos vitais dos nossos negócios e de considerável interesse aos principais interessados. Ainda que nossos compromissos sejam globais, nosso relatório – com exceção da compra de café – é amplamente focado nas lojas operadas pela empresa da Starbucks dos EUA e do Canadá

e nas operações da cadeia de abastecimento global. Essas operações, junto com a compra de café, atualmente representam o segmento mais significativo dos impactos sociais, ambientais e econômicos da Starbucks com base na porcentagem de receita e no número de lojas abrangidas. As informações fornecidas se referem ao café vendido e servido por todas as marcas globais da Starbucks e lojas próprias ou licenciadas.

A Starbucks usa o programa CREDIT360 para gerenciar dados de sustentabilidade para os objetivos de criar relatórios sobre indicadores-chave de desempenho e acompanhá-los, fornecendo visibilidade contínua às nossas operações e impactos em toda a empresa, além de fins de aprovação e auditoria. Continuamos a trabalhar para validar e melhorar as atividades de relatórios globais, a fim de podermos criar relatórios consistentes e exatos sobre nosso desempenho.

ANO DO RELATÓRIO

Ano fiscal de 2016 da Starbucks (28 de setembro de 2015 a 2 de outubro de 2016), a menos que observado em contrário.

MOEDA

Todas as referências a moeda estão em dólares norte-americanos, a menos que observado em contrário.

RELATÓRIOS ANTERIORES

A Starbucks produz relatórios anuais desde 2001. Relatórios de responsabilidade global dos anos anteriores podem ser encontrados no nosso site.

INTEGRIDADE DAS INFORMAÇÕES

A gerência da Starbucks é responsável pelo preparo e pela integridade das informações relatadas para o ano fiscal de 2016. Por meio de um sistema de controles internos, inclusive um processo de verificação abrangente envolvendo especialistas internos, acreditamos que essas informações representam com precisão nossas atividades de responsabilidade global e os resultados do desempenho para o ano fiscal de 2016. A verificação externa é fornecida por Moss Adams LLP. Todos os infográficos relacionados ao nosso desempenho das metas são representações visuais do andamento, não tendo escala exata.

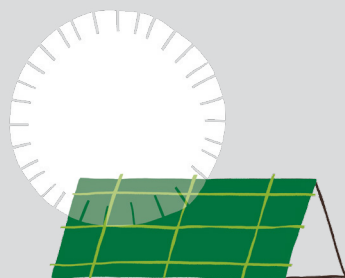
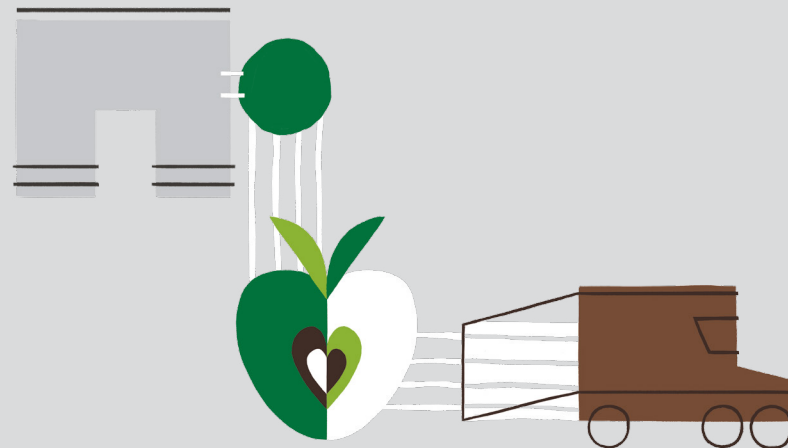
PROJEÇÕES FUTURAS

Nosso relatório sobre responsabilidade global para o ano fiscal de 2016 inclui projeções futuras sobre os negócios da empresa e os planos, iniciativas, metas e objetivos futuros para os negócios. Essas declarações prospectivas são baseadas em informações operacionais, financeiras e da concorrência disponíveis atualmente e estão sujeitas a uma série de incertezas e riscos significativos. Os resultados futuros reais podem diferenciar substancialmente dependendo de diversos fatores, incluindo, entre outros, disponibilidade e preços de cafés, de produtos lácteos e de outras matérias-primas; execução bem-sucedida dos planos de crescimento da empresa e outras estratégias; redução de custos e outras iniciativas; flutuações nas economias e moedas internacionais e dos EUA; o impacto da concorrência; o efeito de processos legais; e outros riscos detalhados nos arquivos da empresa com a Securities and Exchange Commission, inclusive a seção "Fatores de risco" do *Relatório Anual da Starbucks* no Formulário 10-K para o ano fiscal findo em 2 de outubro de 2016. A empresa não assume a obrigação de atualizar nenhuma dessas projeções futuras.



Trabalhamos para inspirar e nutrir o espírito humano, uma pessoa, um copo e um bairro por vez. É nossa função e nossa responsabilidade permanecermos fiéis à nossa missão e aos nossos valores.

Agir com propósito e convicção, todos os dias, em todas as comunidades onde estamos presentes.



Convidamos você a compartilhar suas ideias conosco em
MY STARBUCKS IDEA

