

Normas de Conducta Comercial



NUESTRA MISIÓN

Con cada taza, con cada conversación, con cada comunidad: nutrimos las posibilidades ilimitadas de la conexión humana.

NUESTROS VALORES

Cuando damos lo mejor de nosotros, alcanzamos nuestros logros a través de un enfoque humano:

DESTREZA

Nos deleitamos con el rigor de los detalles, sin importar cual sea nuestro trabajo
Aprendemos y enseñamos en búsqueda del crecimiento
Logramos la excelencia con pasión y creatividad

RESULTADOS

Logramos consistentemente nuestros objetivos con enfoque, integridad y motivación
Innovamos de forma continua para mantenernos en la delantera
Superamos las expectativas de las personas a las que servimos

VALENTÍA

Afrontamos las conversaciones difíciles con respeto, para que todos podamos mejorar
Buscamos ideas audaces más allá de nuestra zona de confort
Hacemos lo correcto, incluso cuando es difícil

PERTENENCIA

Escuchamos activamente y nos conectamos con calidez y transparencia
Reconocemos y apreciamos a cada persona por quién es
Nos tratamos mutuamente con dignidad y cuidado

ALEGRÍA

Nos enorgullecemos de nuestro trabajo y nos divertimos mientras lo hacemos
Nos celebramos unos a otros y nuestros logros
Creamos buenas vibras para sacar lo mejor de los demás

NUESTRAS PROMESAS

El éxito mutuo con el que nos comprometemos, todos juntos
Cuando damos lo mejor...

NUESTRA
PROMESA
CON EL PARTNER
Creamos un puente
hacia un futuro
mejor

NUESTRA PROMESA
CON EL CLIENTE
Elevamos
lo cotidiano

NUESTRA PROMESA CON
LOS ACCIONISTAS
Generamos
ganancias a largo
plazo duradera y a
largo plazo



NUESTRA
PROMESA
CON LOS CAFICULTORES
Garantizamos el
futuro del café
para todos

NUESTRA
PROMESA CON EL
MEDIOAMBIENTE
Dar más que
lo que tomamos

NUESTRA
PROMESA
CON LA COMUNIDAD
Contribuimos
positivamente

Contenido



Cómo vivimos nuestros valores	6
Expresar su opinión	8
Tomar la decisión correcta	10
El lugar de trabajo	12
Cómo nos tratamos unos a otros	13
Diversidad	13
Prácticas comerciales	14
Conflictos de intereses	15
Regalos y entretenimiento	16
Soborno y corrupción	17
Negocios internacionales	17
Tratos con el gobierno	17
Prácticas de venta y publicidad	18
Competencia justa	18
Actividad fraudulenta	19
Nuestras responsabilidades	20
Valores	21
Información confidencial	22
Propiedad intelectual	22
Uso y retención de registros de la compañía	23
Protección de los datos personales de los partners y del cliente	24
Libros y registros	24
Contabilidad financiera, controles internos y asuntos de auditorías	25
Actividades políticas	25
Cumplimiento de leyes y reglamentaciones	26
Comuníquese con nosotros	28

Cómo vivimos nuestros valores



¿Por qué existe la Guía de normas de conducta en el trabajo (normas)?

- Como empresa mundial, estamos sujetos a las más altas normas de conducta y comportamiento éticos
- Las normas nos ayudan a tomar decisiones en nuestro trabajo diario
- Las normas demuestran que tomamos en serio nuestras responsabilidades legales y éticas

¿Quién se espera que respete las normas?

- Las normas se aplican a todos los partners, funcionarios y juntas directivas, así como a los trabajadores de servicios temporales y contratistas independientes
- También esperamos que los terceros que trabajan en nuestro nombre respeten las normas éticas igualmente estrictas

Como partners, es necesario:

- Conocer y respetar las normas y las políticas de la empresa que se aplican a nuestros trabajos
- Preguntar cuando no esté seguro del curso de acción correcto
- Hablar cuando vea o sospeche que haya ocurrido una conducta indebida

Los líderes y gerentes establecen la pauta

- Establecer altas expectativas para los partners y dar el ejemplo
- Fomentar una cultura de puertas abiertas donde los partners se sientan cómodos haciendo preguntas e informando inquietudes

Norma contra represalias

Starbucks no tolera las represalias ni la persecución de ningún partner que tenga inquietudes o pregunte sobre una supuesta infracción de la Guía de normas de conducta en el trabajo o cualquier otra política de

Expresar su opinión



CUANDO DENUNCIE UNA INQUIETUD

CONTACTO

Los Partners pueden informar sus inquietudes llamando a la línea de ayuda de Ética y Cumplimiento o visitando www.starbucks.com/helpline y completando un formulario personalizado.

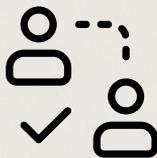


APOYO

La línea de ayuda de Ética y Cumplimiento está respaldada las 24 horas del día por una empresa externa neutral. Los Partners pueden conversar sobre sus inquietudes con un especialista capacitado.

CONEXIÓN

Se envía el informe a un Partner de Ética y Cumplimiento que trabaja con las personas o los departamentos relevantes para iniciar una investigación o cualquier otra acción pertinente.



INVESTIGACIÓN

Cuando se presente una inquietud, la tratará un socio de apoyo de Relaciones de los Partners o Ética y Cumplimiento, según el tipo de inquietud.

ACCIÓN

Una vez que se complete una investigación, el departamento de Relaciones de los Partners o Ética y Cumplimiento compartirá los resultados con el líder del negocio o del departamento correspondiente, quien consultará con el departamento de Relaciones de los Partners para determinar cuál es la mejor manera de abordar la inquietud.



PROTECCIÓN

Starbucks no tolera represalias contra un Partner que presente sus inquietudes de buena fe.

Tomar la decisión correcta



1. Identifique el problema ético

- Detalle las posibles soluciones y los obstáculos que impedirían resolver el problema.

2. Busque la opinión de los demás, si corresponde

3. Determine el mejor enfoque

- ¿Es coherente con nuestra Misión, normas y cualquier ley o normativa aplicable?
- ¿Se si publicara en los medios, cómo se vería su enfoque?
- ¿Se sentiría usted cómodo con el antecedente que este establece para la toma de futuras decisiones?

4. Si el camino a seguir no está claro, solicite asistencia

5. Siga adelante con su decisión

Usted está facultado

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

Usted tiene responsabilidades

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

Usted cuenta con ayuda

Si no está seguro de qué hacer ante una determinada situación, tiene recursos disponibles, incluso los Recursos para los partners y el departamento de Ética y Cumplimiento.

Puede expresar su opinión

Cuando crea que algo no está bien, puede expresarse y compartir sus inquietudes sabiendo que Starbucks desea oír las y no tolera represalias contra ningún partner.

El lugar de trabajo



Cómo nos tratamos unos a otros

De acuerdo con nuestra Declaración global de derechos humanos, Starbucks promueve la igualdad de oportunidades en sus prácticas de contratación, tomando decisiones de reclutamiento, retención y promoción basadas únicamente en las calificaciones, las aptitudes, los logros y otros méritos relacionados con el trabajo.

Starbucks proporciona un lugar de trabajo libre de mano de obra infantil o trabajo forzoso, con el derecho a la no discriminación en todas sus formas, igual salario por igual trabajo, condiciones de trabajo justas y favorables, y salud y seguridad para todos los partners. También respetamos el derecho a la privacidad de nuestros partners, así como los principios de libertad de asociación y derecho a participar en la negociación colectiva.

Cuando se emplean partners menores de 18 años, los gerentes deben cumplir con todas las limitaciones establecidas por Starbucks o exigidas legalmente sobre la edad mínima de contratación, y sobre las horas y tareas realizadas por estos partners para garantizar que cualquier trabajo realizado no obstaculice la educación, la salud, la seguridad ni el desarrollo mental o físico del partner.

Todos los partners tienen derecho a trabajar en un entorno libre de acoso, intimidación y discriminación. El acoso, la intimidación y la discriminación adoptan muchas formas, entre ellas:

- Comentarios, gestos o contacto físico inadecuados
- Muestra o divulgación de imágenes u otros materiales ofensivos, despectivos o de contenido sexual explícito o sugestivo, incluso por correo electrónico, servicios de mensajería y medios sociales
- Chistes, comentarios o gestos ofensivos o despectivos (explícitos o indirectos)
- Abusos o amenazas verbales o físicos
- Trato menos favorable sobre la base de una característica o condición personal protegida
- Divulgación pública de información personal, delicada o privada de personas concretas
- Inapropiado socavamiento o puesta en peligro del trabajo, el rendimiento laboral o la carrera de otra persona

Diversidad

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

Prácticas comerciales



Conflictos de intereses

Todos tenemos el deber de evitar situaciones que creen un conflicto de intereses. Un conflicto de intereses puede ocurrir cuando usted o un miembro de su familia tienen un interés personal, una actividad o una relación que podría interferir o que parezca que podría interferir con su capacidad para tomar decisiones comerciales objetivas en el mejor interés de Starbucks.

Los conflictos no siempre son claros ni fáciles de identificar. Como ejemplos, los conflictos de interés pueden surgir cuando usted (o un miembro de su familia):

- Participa en actividades que compitan con los intereses comerciales de Starbucks, o que parezcan hacerlo.
- Trabaja o proporciona otro servicio (como consultoría o asesoramiento remunerado) a un proveedor, cliente, propietario o competidor actual de Starbucks o alguien que desee hacer negocios con Starbucks.
- Actúa en representación de alguien que no sea Starbucks en cualquier operación comercial con Starbucks (por ejemplo, ayudar a alguien para que venda productos o servicios a Starbucks).
- Tiene la responsabilidad o un interés financiero de un proveedor, cliente, propietario o competidor de Starbucks.
- Utiliza información confidencial o exclusiva de la empresa a fin de obtener beneficios personales o para beneficiar a una empresa comercial que no sea de Starbucks.
- Supervisa, tiene una relación jerárquica directa o indirecta, o toma decisiones de empleo sobre un familiar o amigo cercano que también sea empleado de Starbucks.
- Recibe u otorga cualquier regalo o favor que no está permitido en la Norma global sobre regalos y entretenimiento.

Si tiene o se da cuenta de un conflicto de intereses real o potencial, debe comunicarlo de inmediato. Debe revelar la situación a su gerente, a Recursos para partners o al departamento de Ética y Cumplimiento. Muchos conflictos se pueden evitar o manejar adecuadamente cuando se comunican con prontitud.

Los miembros del Consejo de administración deben revelar los conflictos de interés reales, potenciales o aparentes al presidente del Comité de auditoría y cumplimiento.

Regalos y entretenimiento

Starbucks está comprometido a mantener las normas éticas más estrictas en todas sus transacciones comerciales.

Starbucks define una cortesía de negocios como un elemento que se ofrece o proporciona por el que el receptor no paga el valor completo. Las cortesías de negocios pueden venir en muchas formas, lo que incluye, entre otros, regalos, entretenimiento, comidas, hospitalidad, viajes, descuentos y otros favores.

Dar o recibir u otras cortesías de negocios a menudo pueden ser habituales y una manera de expresar gratitud o construir buena voluntad en las relaciones comerciales. Sin embargo, dar o recibir cortesías comerciales con clientes, proveedores u otros terceros con los que Starbucks hace o puede hacer negocios requiere una consideración cuidadosa y nunca se deben dar ni aceptar si puede influir en nuestras relaciones profesionales o decisiones comerciales, crear un sentido de obligación o dar la apariencia de hacerlo.

Siempre debe estar consciente de cómo puede percibir el público, otras entidades con las que hacemos negocios y otros partners de Starbucks el hecho de aceptar u ofrecer una cortesía comercial.

Debe seguir los límites y requisitos de la correspondiente política de la empresa, que en algunas situaciones puede requerir la obtención de la aprobación previa por escrito.

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

Cualquier regalo o cortesía de negocios que se otorgue se debe registrar con precisión y detalle en los registros financieros de nuestra empresa.

Si no está seguro de si algún regalo u otra cortesía de negocios es apropiada, debe consultar a su gerente, a Recursos para partners o al departamento de Ética y Cumplimiento antes de realizar cualquier acción.

Regalos para funcionarios públicos: Existen leyes estrictas y complejas que se aplican durante la realización de negocios con funcionarios públicos. Dar u ofrecer incluso regalos nominales (como artículos promocionales o una comida) a un funcionario público puede infringir la ley. Todo lo que se ofrezca a un funcionario o empleado del Gobierno federal, estatal o local debe ser aprobado previamente y debe cumplir con la Norma global antisoborno de la empresa.

Debe informar inmediatamente las denuncias de soborno o intento de soborno en forma directa al departamento de Ética y Cumplimiento.

Soborno y corrupción

Starbucks compete de manera justa, honesta y con integridad en todas partes donde hacemos negocios en todo el mundo. Nunca intentamos obtener una ventaja comercial injusta a través de comisiones, sobornos ni corrupción de ninguna forma. Cumplimos con la Ley de Prácticas Corruptas en el Extranjero (FCPA) de los EE. UU., la Ley de Soborno del Reino Unido (UKBA) y las leyes, normas y regulaciones anticorrupción de todos los países en los que operamos, que requieren lo mismo de nuestros partners comerciales, contratistas y terceros.

Se prohíbe a los partners ofrecer, prometer, dar o aceptar dinero en efectivo y equivalente en efectivo o algo de valor que influya indebidamente en el resultado de cualquier decisión comercial. Tampoco permitimos que nuestros agentes, intermediarios u otros terceros lo hagan en nuestro nombre. El soborno no se limita al efectivo. Un soborno puede ser regalos, viajes, comidas, entretenimiento, hospitalidad, ofertas de empleo y contribuciones benéficas o políticas.

Tenemos especial cuidado cuando trabajamos o evaluamos posibles terceros por los riesgos de soborno y corrupción. Reconocemos los mayores riesgos de corrupción cuando tratamos con funcionarios públicos y adoptamos las medidas adecuadas para abordarlos. Los partners nunca deben ofrecer pagos de facilitación ni favores cuando negocian con gobiernos o funcionarios públicos.

Negocios internacionales

Los partners deben cumplir todas las leyes locales y extranjeras referentes a aduanas y comercio. Starbucks presentará información precisa y veraz al declarar sus operaciones comerciales a las agencias gubernamentales. Toda información que un partner facilite a un funcionario del departamento de aduanas o a cualquier agente que Starbucks haya contratado para ocuparse de los trámites de importación y exportación, debe ser precisa y veraz.

Si realiza negocios a nivel internacional en nombre de Starbucks, asegúrese de tener un conocimiento profundo de estas leyes y de saber lo suficiente sobre cualquier tercero que haga negocios en nombre de Starbucks para asegurarse de que se estén tomando las decisiones adecuadas en nuestro nombre.

Tratos con el gobierno

La política de Starbucks consiste en mantener relaciones justas y honestas con las autoridades gubernamentales, y cumplir con todos los procesos y requerimientos válidos del gobierno.

Los pagos que se efectúen a cualquier agente extranjero o funcionario de Gobierno deben cumplir con las leyes de EE. UU. y del país extranjero. Los pagos realizados por Starbucks o en su representación a agentes extranjeros o funcionarios públicos siempre deben ser estrictamente por servicios prestados y de un monto razonable teniendo en cuenta la naturaleza de dichos servicios.

Va en contra de las políticas de Starbucks (y puede constituir una violación legal) ofrecer o hacer un pago o regalo de cualquier tipo para facilitar un proceso o para influir en un funcionario público local. Bajo ninguna circunstancia un partner puede hacer pagos que infrinjan la ley ni para inducir a un funcionario público a fin de que realice negocios con Starbucks.

Si un representante gubernamental o de un ente regulador se comunica con usted y le pide que proporcione información o se someta a una inspección, debe informar de inmediato al gerente. El gerente tomará las medidas apropiadas o se comunicará con el departamento adecuado para obtener orientación.

Debemos ser sinceros y directos en nuestros tratos con el Gobierno y no debemos indicar ni animar a otro partner o cualquier otra persona para que proporcione información falsa o engañosa a un funcionario o representante del Gobierno. Los partners no deben solicitar ni animar a ninguna otra persona a que destruya información relevante para una investigación.

Algunos partners serán notificados y entrenados en forma periódica para cumplir con las leyes federales pertinentes, incluso las relativas a la divulgación de información sobre cabildeo, contra el soborno y la corrupción.

Prácticas de venta y publicidad

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

Competencia justa

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

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

- No hablar de precios, producción ni mercados con la competencia

- No establecer precios de reventa con los clientes ni proveedores
- Presentar siempre los servicios y productos de Starbucks de una manera coherente con nuestros valores fundamentales
- No inducir a terceros a incumplir un acuerdo existente
- No actuar nunca de manera que se pueda interpretar como un intento para excluir competidores actuales o potenciales, o a fin de controlar los precios del mercado

Actividad fraudulenta

Starbucks está comprometido con las normas éticas más elevadas en todas las transacciones comerciales, relaciones y asociaciones y, por lo tanto, prohíbe todo tipo de fraude, incluida la apropiación indebida de activos (robo), la corrupción y la tergiversación financiera y no financiera. Se espera que los partners de Starbucks evalúen e implementen procesos y controles antifraude, protejan nuestros activos, sean honestos y confiables en sus tratos comerciales y divulgaciones, cumplan con las leyes y regulaciones aplicables e informen de cualquier mala conducta interna o externa conocida o sospechada.

La actividad fraudulenta puede tomar muchas formas, lo que incluye:

- Robo de activos mediante estrategias internas o externas, tales como robo de efectivo, pagos a proveedores o partners ficticios, apropiación de cuentas y emisión o canje inadecuado de Starbucks Star Rewards
- Contabilización indebida de ingresos, sobrestimación intencional de activos y subdeclaración de pasivos
- Falsificación de informes de garantía de calidad, manipulación de los registros de salud y seguridad ambiental o falsificación de indicadores de clientes, como las ventas comparativas de la tienda



Nuestras responsabilidades



Valores

Como partner, puede tener conocimiento de información importante y confidencial sobre el negocio de Starbucks, a menudo llamada “información material no pública”. Los partner no pueden comprar ni vender acciones (incluso el ejercicio sin efectivo de opciones de acciones) o cualquier otra garantía mientras estén en posesión de información material no pública. Para evitar posibles problemas, debe interpretar el término “información material no pública” de forma amplia.

Algunos ejemplos de información material incluyen los siguientes:

- Resultados o información financiera de operaciones
- Desarrollo de nuevos productos o servicios
- Una adquisición, un acuerdo de colaboración empresarial (joint venture) o una fusión, propuestos o pendientes
- Investigaciones gubernamentales
- Cambios de personal clave
- Incidentes importantes de seguridad cibernética, privacidad de datos o de seguridad alimentaria

Se considera que la información no es pública a menos que se haya divulgado adecuadamente al público. Son ejemplos de divulgación adecuada al público las presentaciones de información hechas por la compañía a las autoridades reguladoras de valores, así como sus comunicados de prensa. Lo que a usted le puede parecer información pública puede no serlo. Por ejemplo, la información compartida por terceros, incluida en los informes de noticias o en el sitio web de Starbucks, puede que se no considere pública para fines legales.

También debe haber tiempo suficiente para que el mercado absorba la información. Starbucks exige que la información se haya hecho pública durante un día hábil como mínimo, antes de que pueda negociar valores de Starbucks. Los directores, ciertos ejecutivos y partners que tienen acceso periódico a información material no pública tampoco pueden negociar valores durante los periodos comerciales restringidos, determinados por Starbucks.

Información confidencial

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

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

La información confidencial debe:

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

De igual modo que protegemos nuestra información, Starbucks respeta la información de terceros.

Estas son unas normas básicas que se deben respetar:

- No traer a Starbucks ningún material de empleadores previos.
- No aceptar ni utilizar la información confidencial de nadie más (ni aceptar mantener la información de nadie en confidencia) a menos que sea requerido por un acuerdo comercial específico. Cualquier acuerdo para usar la información confidencial de otra parte debe estar documentado mediante un acuerdo escrito y aprobado por un vicepresidente.
- No solicitar información confidencial de los empleados o proveedores actuales o anteriores de otra empresa a menos que lo requiera un acuerdo comercial específico con Starbucks.
- No involucrarse en actividades de espionaje; actuar de forma legítima para obtener información sobre el mercado.

Propiedad intelectual

En su calidad de partner, todo lo que cree para Starbucks es propiedad de la compañía. Esto incluye inventos, descubrimientos, ideas, mejoras, programas de software, material gráfico y trabajos de autoría. Este producto del trabajo es propiedad de Starbucks si lo crea o desarrolla, en parte o en su totalidad, durante las horas de trabajo en la empresa, cuando desempeña sus deberes laborales o cuando utiliza los recursos o información de la empresa. Los partners deben divulgar inmediatamente por escrito a Starbucks este producto del trabajo y cooperar en los esfuerzos de la compañía por obtener información para Starbucks.

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

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

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

Uso y retención de registros de la compañía

En la norma de administración de información y registros (global), se establece que los Partners gestionarán la información de forma que respalde las necesidades del negocio y, al mismo tiempo, que garantice la eficiencia, la seguridad y el cumplimiento de cualquier requisito legal, normativo, contractual y comercial. Esta norma se aplica a todos los registros que Starbucks mantiene en cualquier forma, incluso papel y electrónica.

Si usted es responsable de preparar o mantener cualquier registro de Starbucks, familiarícese con el Manual de administración de registros y servicios de protección de la información de Starbucks (Manual IRM), el Programa de retención de registros de Starbucks (SRR)-Global y específicamente los períodos de retención que se aplican a los registros que mantiene. Además, recuerde que hay reglas estrictas referentes al procesamiento y manejo de la información privada y secreta. Esto incluye la recolección, el almacenaje, el uso, las modificaciones, la divulgación y la destrucción de la información.

- Los registros siempre se deben preparar de forma precisa y confiable, y se deben guardar correctamente de acuerdo con el Manual IRM y SRRS-Global
- Los registros deben reflejar de forma precisa y exacta, dentro de los sistemas de información y contabilidad normales de Starbucks, todas las transacciones requeridas y otros eventos.
- No puede haber fondos ni activos de la empresa que no estén registrados, ni ningún otro tipo de cuentas clandestinas, cualquiera fuera la razón para justificar dichas cuentas.

Usted no debe destruir ni descartar a sabiendas información que esté sujeta a una retención legal de información, investigación o auditoría. No se pueden destruir ni desechar registros relevantes para una acción legal y estos deben ser preservados. Si Starbucks recibe una citación legal (o cualquier otro tipo de orden legal), una solicitud de los registros u otros documentos legales o, si tenemos razones para creer que dicha solicitud o demanda es probable, es política de la empresa retener toda la información que pueda ser pertinente para dicho asunto.

Protección de los datos personales de los Partners y del cliente

Starbucks mantiene muchos activos de información, lo que incluye información personal y confidencial, que resultan fundamentales para hacer negocios, mantener la confianza de nuestros clientes y crear un futuro sólido. Esta información personal se puede encontrar en los sistemas computacionales digitales, redes o dispositivos de respaldo o puede registrarse por escrito o en otros medios de registro.

Según la Norma global de privacidad de Starbucks, se requiere que se controlen y protejan estrictamente todos los datos personales recopilados, sus lugares de almacenamiento, su uso, el uso compartido, la transferencia y la divulgación de estos. Además, se deben hacer esfuerzos razonables para garantizar que los principios de privacidad y seguridad fundamentales se respeten en toda la empresa cuando se gestione la información personal de los partners y los clientes.

Los esfuerzos razonables incluyen:

- Asegurar el cumplimiento con todas las leyes y reglamentos aplicables, ya sean internacionales, federales, estatales o provinciales y locales, así como con los acuerdos contractuales aplicables.
- Proteger los derechos de nuestros clientes, Partners y contactos de negocio.
- Proteger a Starbucks del riesgo de una filtración de datos.

Si sospecha de algún incidente relacionado con la privacidad de los datos debe informarlo inmediatamente a la Oficina de privacidad global a Privacy@starbucks.com o a su centro de ayuda local.

Libros y registros

Todos los partners deben asegurar la exactitud e integridad de los registros corporativos de Starbucks. Esto incluye la confiabilidad y precisión de los libros y registros, así como la divulgación pública completa, justa, precisa, oportuna y comprensible. Esto incluye, reflejar de manera justa, con un detalle razonable, los pasivos de Starbucks, los ingresos, los costos y los gastos, así como todas las transacciones y cambios en los activos y los pasivos.

Los libros de cuentas, los estados financieros y los registros de Starbucks se deben mantener de acuerdo con los requisitos de la ley y los principios contables generalmente aceptados. Todos los activos y los pasivos de Starbucks se deben registrar adecuadamente en sus libros, y los ingresos y los costos se deben registrar en los períodos de tiempo correctos y de acuerdo con las reglas y requisitos de los Principios de contabilidad generalmente aceptados (GAAP).

Contabilidad financiera, controles internos y asuntos de auditorías

Las inquietudes relativas a la contabilidad, los controles internos o las cuestiones de auditoría se deben comunicar sin demora a través de la Línea de Ayuda de Ética y Cumplimiento. Los informes se pueden hacer de forma anónima y se tratarán de manera confidencial.

Dependiendo de cómo se clasifiquen, dichos informes se derivarán al departamento de Ética y Cumplimiento, al director general de ética y cumplimiento, al director jurídico de Starbucks en la sede central en EE. UU., al Comité de cumplimiento y auditoría del Directorio o al consejero independiente principal del Directorio.

Actividades políticas

Usted puede dedicarse a actividades políticas en su vida personal y usar sus propios recursos. No debe promover ninguna opinión ni creencia política o personal (incluso mediante la publicación o distribución de avisos u otros materiales) en las instalaciones de Starbucks o sus alrededores, y no puede manifestar o sugerir que habla en nombre de Starbucks o que la compañía comparte sus opiniones.



Cumplimiento de leyes y reglamentaciones



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

Cuando crea que existe un conflicto entre las Normas y una ley, norma o reglamentación aplicable, o si tiene alguna duda sobre la legalidad de su conducta o de la de otros partners, debe consultar al gerente o al departamento de Ética y Cumplimiento.



Las normas y políticas que se presentan aquí no son todas las normas y políticas aplicables de Starbucks ni constituyen una explicación completa ni exhaustiva de las leyes que se aplican a Starbucks y a sus Partners en un país en específico. Todos los partners de Starbucks tienen la obligación permanente de familiarizarse con las leyes aplicables relativas a sus responsabilidades laborales y todas las políticas de Starbucks. La infracción de estas normas y políticas de Starbucks, o de la ley, puede provocar una acción disciplinaria que puede ser causa de despido.

Cualquier exención a las Normas de conducta en el trabajo requiere la aprobación previa por escrito del director general de ética y cumplimiento o, en ciertas circunstancias, el Directorio o de un comité de este. Si la ley aplicable lo requiere, las exenciones se divulgarán de inmediato según lo exija la ley aplicable.

Los estándares y las políticas aquí comentados pueden modificarse de manera oportuna. Los partners deben acceder a las Normas de conducta en el trabajo publicadas en www.Starbucks.com para obtener la versión más reciente.

Comuníquese con nosotros



La Línea web y la Línea web de Ayuda de Ética y Cumplimiento están disponibles para los partners a fin de hacer preguntas o plantear inquietudes. Están disponibles las 24 horas del día, los siete días de la semana, y se puede poner a su disposición un intérprete si lo solicita.

Línea web de Ética y Cumplimiento

www.Starbucks.com/Helpline

Línea de Ayuda de Ética y Cumplimiento

América

Estados Unidos 1 888-803-1477

Canadá (inglés) 1 888-803-1477

Canadá (francés) 1 888-803-1477

Costa Rica 00 8000 825 0924

Asia y el Pacífico

Hong Kong 006 8000 825 0924

Japón 81 120-491-604

China

China 400-990-1441

Europa, Medio Oriente y África

Austria 00 800 0825 0924

Italia 00 800 0825 0924

Países Bajos 00 800 0825 0924

Suiza 00 800 0825 0924

Reino Unido 00 800 0825 0924



© 2024 Starbucks Coffee Company. Todos los derechos reservados.

Este folleto está hecho con material 30 % posconsumo.