



# INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL 2014



Valores que generan valor

“La responsabilidad social es un principio esencial de The Home Depot. Fuimos los primeros en estar ahí cuando los desastres naturales devastaron comunidades, enviando productos necesarios desde otras partes del país, ayudando físicamente con la reconstrucción, manteniendo nuestros precios. Ése fue uno de los factores por los que The Home Depot ha sido distinguido en estudios como el Harris Interactive Poll, seleccionados como el número uno entre las compañías más mencionadas por su reputación corporativa. Esto habla de nuestros Valores, pero significa mucho más que cualquier reconocimiento obtenido”.



**Arthur M. Blank**  
Co-Fundador de  
The Home Depot.





# INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL 2014

VALORES QUE GENERAN VALOR

co **2**  
Focos  
Focos Decorativos  
Focos Ahorradores  
Precios Bajos

**COMPRA ESPECIAL**

**COMPRA ESPECIAL**

irradia  
smart

RECUERDA  
ALTURA MÁXIMA  
TOP STOCK  
1.20 MTS

**3**

de Can  
Canal  
Cables  
Tijeras

**12-15**

**12-15**

**12-15**

**12-15**

 **Eléctrico**

 **Pinturas**

 **Plomería**

 **Herramientas**  
 **Ferretería**  
 **Puertas**  
 **Pisos**

 **Extintor**

**18**  
Desbrozadoras  
Podadoras  
Motosierras  
Sopladoras

**PRECIOS DE CONTADO A**  
**12-15**  
Si es idéntico además

**COMPRA ESPECIAL**

**DAKSA**

**BLACK-DECKER**

## **ÍNDICE**

<b>Introducción</b>	<b>6</b>
Aperturas de tiendas nuevas 2014	7
Mensaje de nuestro Presidente y Director General	8
Equipo de liderazgo	10
El 2014 en números	12
<b>Capítulo 1: Perfil Corporativo</b>	<b>14</b>
Modelo de negocio	15
Nuestros clientes	15
Creamos propuestas de valor	16
Lo que nos hace diferentes	16
Modelo de gestión de RSE, cada asociado aporta	17
<b>Capítulo 2: Valores que generan valor</b>	<b>18</b>
Construir relaciones sólidas	20
Excelente servicio al cliente	22
Cuidado a nuestra gente	24
Devolver a la comunidad	26
Hacer lo correcto	28
Crear valor para el accionista	31
Respeto por todos	33
Espíritu empresarial	34
<b>Capítulo 3: 2014 Consolidando el compromiso con México</b>	<b>36</b>
Acerca de este informe	37
Certificaciones y reconocimientos	38
Rankings	38
The Home Depot en números	39

## **INTRODUCCIÓN**

Nuestra marca es reconocida por ofrecer más de 25,000 productos bajo un mismo techo a los mejores precios y con un excelente servicio al cliente. Sin embargo, no es tan conocido cómo somos internamente con nuestras y nuestros asociados y accionistas, así como las acciones que emprendemos para respetar el medio ambiente y contribuir al desarrollo de las comunidades en las que operamos. Con este tercer informe de responsabilidad social queremos que nos acompañes en un viaje a través de nuestros valores empresariales y así rendir cuentas de manera transparente a quienes han hecho posible que el 2014 haya sido un gran año.

Nuestra esencia radica en el objetivo de mejorar la calidad de vida de nuestros clientes. Trabajamos para marcar una diferencia positiva y para lograr un futuro sustentable en el plano económico, social y ambiental.

Para lograr este objetivo es fundamental para nosotros apearnos a nuestros valores empresariales. Cada uno de las más de 12,500 asociadas y asociados que formamos parte de la familia The Home Depot México nos sentimos muy orgullosos de estos valores y que, gracias a esto, el 2014 haya sido un año de grandes resultados.

El crecimiento estructural en 2014 fue muy especial, pues llegamos a 111 tiendas, alcanzando un objetivo de cubrir todo el territorio nacional el cual fue trazado al inicio de nuestras operaciones en México en el año 2001 de cubrir todo el territorio nacional, lo que nos da la oportunidad de servir a todo el país. Con este logro, nos hemos convertido en uno de los mayores empleadores en la república mexicana.

Este año, también logramos lanzar nuestro programa de comercio electrónico, lo que permite a millones de clientes tener un The Home Depot a sólo un clic de distancia, lo que reafirma nuestro liderazgo y compromiso por siempre dar un mejor servicio al consumidor.

No podemos dejar de mencionar a las más de 750 organizaciones de la sociedad civil que colaboraron con nosotros, así como a las más de 5,000 asociadas y asociados que participaron en nuestros programas de voluntariado, gracias a los cuales pusimos muy en alto nuestro valor de devolver a la comunidad. Asimismo, no podemos dejar de mencionar a nuestros aliados comerciales que nos apoyaron para que nuestras operaciones sean sustentables y ofrecer productos amigables con el entorno, aminorando el impacto ambiental.

Con este tercer informe buscamos ilustrar cómo nuestros valores empresariales rigen todo lo que hacemos. Son el reflejo del trabajo y esfuerzo que pusimos todos los que colaboramos en la compañía durante 2014, para que al final pudiéramos decir "lo logramos", y también: vamos por más.

## APERTURAS DE TIENDAS NUEVAS 2014



Llegamos a todo el territorio nacional.



## **MENSAJE DE NUESTRO PRESIDENTE Y DIRECTOR GENERAL**

En The Home Depot México, la responsabilidad social es parte esencial de nuestros valores empresariales, mismos que dan sentido a cada acción que emprendemos tanto hacia el interior como al exterior de la compañía. Nuestro compromiso con México va más allá de nuestras operaciones comerciales; por ello, desarrollamos iniciativas que generen un impacto positivo en la comunidad y así, inspirar a otros para ser agentes de cambio.

En muchos sentidos, 2014 fue un año histórico para la compañía, ya que gracias al compromiso de nuestras asociadas y asociados, nuestros programas de voluntariado Equipo Depot y Sangre Naranja lograron resultados superiores a los alcanzados hasta ahora. Más de 500 acciones que involucraron a 6 mil 500 asociadas y asociados de mandil naranja, impactando positivamente en al menos 120 mil familias de todo México. Lo anterior aunado a múltiples iniciativas de salud, de conservación del medio ambiente, entre otros, nos hacen pensar que vamos por el camino correcto para asegurar una operación de negocio sostenible y sustentable, así como para promover la mejora en la calidad de vida de la población.

Haber refrendado los Distintivos Empresa Socialmente Responsable, así como el de Empresa Incluyente y Empresa Familiarmente Responsable, nos recuerda que debemos seguir trabajando para aportar beneficios a nuestra comunidad, a nuestras asociadas y asociados, y a México.

Para la familia The Home Depot México este año fue muy importante, ya que logramos cobertura en todo el país y pusimos a disposición de nuestros clientes nuestra tienda en línea [www.homedepot.com.mx](http://www.homedepot.com.mx) que acerca nuestra propuesta de valor a sólo unos clics de distancia. Lo anterior además de que sumamos 45 trimestres ininterrumpidos con crecimiento económico positivo. Esto prueba que ser socialmente responsable no es sólo bueno para nuestras comunidades y el medio ambiente, sino que también es fundamental para la sustentabilidad de nuestra empresa.

Los invito a leer este informe en donde mostramos los resultados de nuestro compromiso durante el 2014. Estamos muy orgullosos de lo que hemos logrado y estamos comprometidos por hacer aún más, con mejores resultados.



**RICARDO SALDÍVAR**  
Presidente y Director General  
The Home Depot México





estufas

Refrig

SY

mabe

MAYTAG

lavadoras & s

10% Garantía de Precio

SUPERMATIC

10% Garantía de Precio

¿No encuentras  
ese estilo especial?  
Nosotros lo  
conseguimos!

ENTREGA  
A DOMICILIO  
**GRATIS**  
en Línea Blanca

6 MESES  
\$5,000  
\$5,799

Hola, soy  
**Ricardo**



Para mí el cliente es primero



Haz más, ahorrando.®

## **EQUIPO DE LIDERAZGO**



**Art Licon**  
VP. Operaciones  
Región Norte

La suma de esfuerzos es uno de los factores más importantes para la sustentabilidad. Desde nuestra posición, buscamos ser un enlace entre todos los que formamos parte de la región para lograr un resultado armónico a nivel social, ambiental y económico.



**Citlallitl Cabrera**  
Dir. Bienes Raíces

Tenemos un compromiso permanente con la comunidad, nuestro objetivo es sumar fuerzas y potencializar el trabajo de todos.



**Edward Orona**  
VP. Comercialización

El excelente servicio al cliente y ayudarles a mejorar su calidad de vida es nuestra meta. Para lograrlo trabajamos en equipo conscientes de que cada uno de nosotros es un elemento clave para hacerlo realidad.



**Érika Díaz**  
Dir. Mercadotecnia  
y Relaciones Públicas

Siendo fieles a nuestro propósito de generar cambios que mejoren la vida, englobamos nuestra forma de comunicar y relacionarnos con el entorno mediante acciones puntuales que fomenten valores y así contribuir al desarrollo.



**Germán Villacorta**  
VP. Operaciones  
Región Sur

Para lograr el éxito es muy importante que todos las asociadas y asociados estemos 100% comprometidos, por ello desde el equipo de liderazgo buscamos inspirar en cada uno a vivir nuestros valores, alcanzando así un equilibrio económico social y ambiental.



**Guillermo Sonetti**  
Dir. Construcción  
y Planeación de Tiendas

Estamos convencidos del bienestar que genera la llegada de una de nuestras tiendas a una nueva comunidad, por ello siempre que abrimos una nueva tienda buscamos impulsar el desarrollo local, generando empleo y acercando nuestros productos a más clientes ofreciendo el mejor servicio.



### Juan Echeverry

VP. Servicio a Tiendas  
y Ventas a Profesionales

Portar el mandil naranja es una gran responsabilidad y un gran orgullo. Nuestros clientes pueden estar seguros que todos los que lo portamos estamos dispuestos a ayudarles en sus proyectos. También pueden estar seguros de que estamos comprometidos con impulsar el desarrollo social y a cuidar el medio ambiente para así tener un mejor futuro.



### Mónica Bichara

Dir. Legal y Seguridad  
Corporativa

Dentro del ADN de nuestra compañía está "Hacer lo Correcto", por ello buscamos ser un aliado estratégico que permee todas las áreas de la compañía, apoyando a todos a cumplir esta tarea.



### René Madrigal

Dir. Tecnologías  
de la Información

Nos esforzamos por poner al servicio de todas las y los asociados, aliados de negocio y clientes; todas nuestras competencias e innovaciones para impulsar nuestra competitividad y superar las expectativas de quienes nos prefieren.



### Sergio Gutiérrez

VP. Recursos Humanos  
y Finanzas

Nuestra área está formada por personas y orientada a servir a las personas. Buscamos potencializar las mejores cualidades de cada uno para el beneficio colectivo.

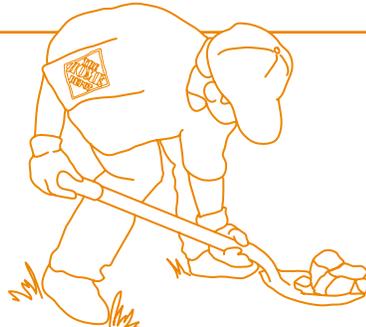


## EL 2014 EN NÚMEROS



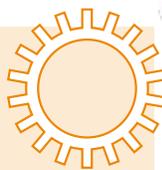
**Cientes atendidos:**  
**60 millones**

**4.9 millones de personas** contribuyen con el medio ambiente prefiriendo productos ecotecnológicos que ponemos a su alcance.



**VOLUNTARIADO:**  
20,620 horas  
5,000 participantes  
en 500 proyectos

Aprovechamos más la luz natural mediante domos translúcidas en todas nuestras tiendas



Promovemos el deporte apoyando a equipos cómo:



**Total de Donativos en especie por:**  
**\$63MDD**



**100%** de mingitorios secos, en tiendas

**12,500** Empleos Directos





HORAS DE  
CAPACITACIÓN:  
**800,000**

HORAS DE SERVICIO  
AL CLIENTE:  
**26 millones**

**CORREDORES  
EN LA CARRERA  
TARAHUMARA:**

5,000 corredores  
beneficiando a  
8,000 indígenas  
de la etnia  
Tarahumara de la  
Sierra de  
Chihuahua

Lo recaudado  
se destinó a los  
programas de  
Educación, Salud  
y Nutrición de  
Fundación  
Tarahumara José  
A. Llaguno

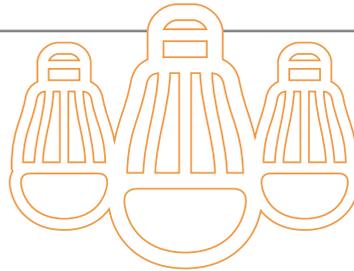


**43%**

de nuestra fuerza  
laboral está  
conformada  
por mujeres  
de las cuales

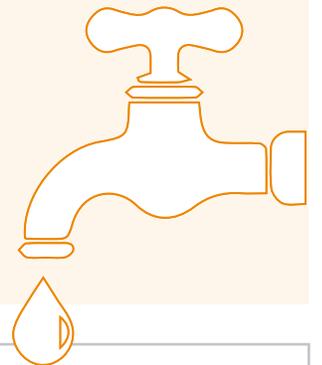
**30%**

se encuentra  
en la  
plantilla de  
gerentes  
ejecutivos



Cuidamos el medio  
ambiente consolidando  
nuestras iniciativas de  
consumo responsable,  
reduciendo el uso de  
de agua en 11.1%, y el  
de energía eléctrica  
en 5.1% con relación  
al 2013. Además de  
utilizar iluminación  
LED en el 100% de  
nuestras tiendas.

Favorecemos la  
instalación de  
plantas tratadoras  
de agua en  
nuestras tiendas



**El material que reciclamos durante 2014 ha sido equivalente a**



**Salvar**  
105,588 árboles



**No consumir**  
5,337 barriles  
de petróleo



**Reutilizar**  
51,922 m<sup>3</sup> de  
Relleno Sanitario



**Ahorrar**  
23,526,205 Amperes  
Energía KW-Hora



**Capítulo 1**  
**Perfil Corporativo**

THE HOME DEPOT

Con trece años de experiencia en el mercado mexicano y presencia nacional a través de 111 tiendas, somos la cadena minorista líder en artículos para la remodelación y construcción. Ofrecemos a los más de 60 millones de clientes que nos visitan cada año la propuesta más amplia de productos para el hogar, la cual supera los 25,000 artículos a los mejores precios y bajo un mismo techo.

## MODELO DE NEGOCIO

Nuestros clientes esperan encontrar en nuestras tiendas productos innovadores y a precios competitivos. En respuesta de ello ideamos una estrategia simple, brindar los mejores productos a los mejores precios y con el mejor servicio en un solo lugar. Lo que da por resultado un **crecimiento sostenible del negocio, rentabilidad mayor al promedio y asociadas y asociados felices.**

Cada uno de nuestros 12,500 asociadas y asociados cuenta con los conocimientos necesarios para marcar una verdadera diferencia en la experiencia del cliente y hacer de su visita a The Home Depot una experiencia única, permitiéndole adquirir los productos necesarios para mejorar su calidad de vida.

## NUESTROS CLIENTES



Realiza tus proyectos con la ayuda de nuestros expertos. Escanea el código para ver nuestros tutoriales.

### Hazlo tú mismo:

Su objetivo es mejorar su hogar. Cuando nos visitan adquieren los productos necesarios y llevan a cabo sus propios proyectos e instalaciones. Para complementar sus conocimientos, The Home Depot ofrece "clínicas" en las que asociadas, asociados y proveedores de mercancías les enseñan a realizar las distintas tareas.

### Maestros en oficios tradicionales:

Poseen pequeños negocios y encuentran en The Home Depot el aliado perfecto para brindar un buen servicio; fue justo para este tipo de cliente que lanzamos el programa de lealtad "Socio Experto".

### Profesionales de la construcción:

Son profesionales de la construcción que requieren servicios especiales, como servicio de atención personalizada y programas de crédito preferenciales, entre otros.

## CREAMOS PROPUESTAS DE VALOR

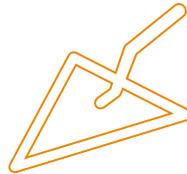
### Productos y servicios

Nuestros productos y servicios se encuadran en las cuatro siguientes categorías, que están relacionadas con las distintas etapas de un proyecto:



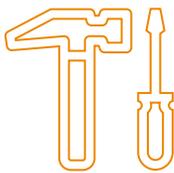
#### Infraestructura:

Esta categoría incluye los productos y servicios necesarios para construir y dar apoyo a los sistemas de obras públicas, para proyectos residenciales y comerciales.



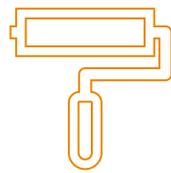
#### Construcción:

Esta categoría incluye componentes estructurales de construcción para interiores y para exteriores, destinados a los diferentes tipos de obras.



#### Mantenimiento:

Esta categoría incluye productos y servicios de mantenimiento de rutina, reparaciones y operaciones para viviendas multifamiliares y para establecimientos de hospedaje, de asistencia médica, gubernamentales e industriales.



#### Reparación, remodelación y decoración

Esta categoría incluye productos del área de mejoras para el hogar y materiales de construcción, y están destinados a los mercados de consumidores, profesionales de mantenimiento y remodeladores en proyectos de menor escala.

### Lo que nos hace diferentes

- **Nuestro Equipo de Trabajo:** Contamos con el mejor equipo de profesionales, quienes además de ser los expertos que ayudan a nuestros clientes en sus proyectos de construcción y remodelación, se encuentran comprometidos con nuestro entorno, apoyando proyectos que impulsen la conservación del medio ambiente y al desarrollo de las comunidades donde operamos.
- **Artículos de primera calidad:** Al igual que tú, somos muy cuidadosos al elegir los productos para tu casa, por ello sólo ofrecemos las marcas más reconocidas, que aseguran la mayor calidad a tus proyectos.
- **Precios bajos:** En The Home Depot ofrecemos los precios más bajos todo el tiempo, con la garantía de que si encuentras un precio más bajo en otro establecimiento, no sólo lo igualamos, además hacemos un 10% de descuento adicional.<sup>1</sup>
- **Todo bajo un mismo techo:** Tenemos más de 25,000 productos a tu disposición, además de servicios adicionales para ajustarnos 100% a tus necesidades.
- **Expos:** Eventos realizados en tienda para favorecer la realización de proyectos diversos dentro del hogar. Es la plataforma idónea para presentar los mejores productos que harán cambios que mejoran la vida de nuestros clientes a los mejores precios en cada época del año.



- **Ofertas especiales:** Mayor variedad, precios aún más bajos y facilidades de pago que nos hacen ser la mejor opción. EXPO = Mejor (producto, servicio y precio)
- **Opciones de crédito:** Sabemos que siempre buscas cuidar la economía de tu familia, por eso ofrecemos las mejores facilidades de crédito como: Meses sin intereses con tarjetas participantes, crédito Fonacot y crédito Mejoravit. Contamos con la Tarjeta The Home Depot Banamex, con la que obtienes: Meses sin intereses siempre (detalles en tienda), Programa de Recompensas "Haz más, nosotros te premiamos", acumula puntos por tus compras: 3% en tiendas The Home Depot México y 1% en otros establecimientos.

<sup>1</sup>— Consultar restricciones en tienda



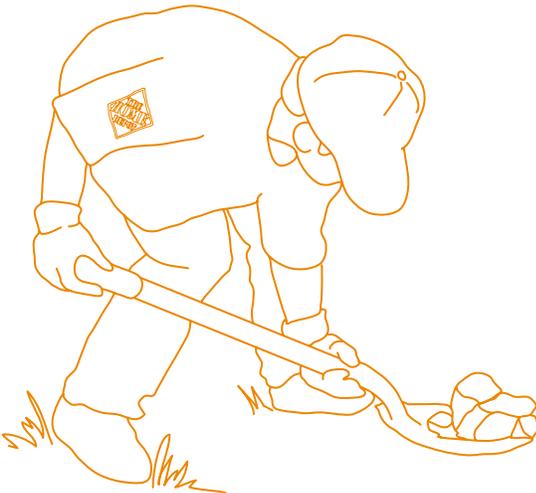
## **MODELO DE GESTIÓN DE RSE, CADA ASOCIADO APORTA**

Nuestro modelo de gestión se basa en el trabajo colaborativo con nuestros grupos de interés: Asociadas y asociados, clientes, aliados comerciales, sector oficial y organizaciones de la sociedad civil, y gira en torno a cuatro pilares son: Cuidado de nuestra gente, Hacer lo correcto, Preservación y cuidado del medio ambiente y devolver a la comunidad.



# Capítulo 2

## Valores que generan valor





### **Nuestros Valores rigen todo lo que hacemos**

Desde nuestra fundación en 1978 hemos basado nuestro actuar en nuestros valores empresariales. Son 8 principios y conductas sustentadas en leyes universales y atemporales, que buscan el bien común y el desarrollo social a través de la justicia, la verdad y la solidaridad.

A lo largo del presente capítulo ilustraremos cómo nuestros valores permean a toda la organización en todo momento, dando como resultado un crecimiento sostenible con impactos económicos, sociales y ambientales positivos.

**Construir relaciones sólidas:**  
creamos vínculos robustos con nuestras y nuestros asociados, clientes, proveedores y comunidades.

## DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Mantenemos una constante comunicación con todos nuestros grupos de interés bajo la base de transparencia, corresponsabilidad y mutuo beneficio. Buscando un resultado ganar-ganar, lo que impulsará una relación fructífera y duradera.



### Asociadas y asociados:

Tenemos una comunicación abierta y permanente en todos los ámbitos de nuestra organización la cual permite que quienes formamos parte de la compañía nos desenvolvamos en un ambiente sano y productivo.



### Clientes:

A través de diversos canales como medios de comunicación, línea telefónica 01 800, nuestras redes sociales, y nuestro módulo de atención a clientes en nuestras tiendas, buscamos estar en contacto permanente con nuestros clientes con el fin de escuchar, comprender y mejorar.



### Aliados Comerciales:

Conscientes de que son fundamentales en nuestra operación, mantenemos estrecha comunicación a través de reuniones periódicas, una línea telefónica de atención y diversas plataformas tecnológicas, logrando así un diálogo abierto con ellos para así fortalecer y mejorar nuestra relación comercial, basándola en la confianza.



### Comunidad:

Buscamos ser un buen vecino y que nuestras operaciones impacten positivamente a la comunidad donde nos encontramos. Impulsamos una relación estrecha con sus miembros y mantenemos un diálogo abierto y constante basado siempre en una relación de confianza. Detectamos inquietudes, necesidades y temas de interés los cuales se atienden oportunamente y nos permiten continuar con una buena relación.



### Organizaciones de Sociedad Civil:

Son un componente fundamental para hacer equipo e impactar positivamente a la sociedad. Mantenemos una cercanía constante con estas organizaciones para identificar intereses comunes y construir alianzas que contribuyan a una mejor sociedad.



### Accionistas:

Asegurando una operación confiable y sostenible, trabajamos para corresponder a la confianza de nuestros accionistas.

## PRINCIPALES ACCIONES PARA GENERAR VÍNCULOS A LARGO PLAZO

Todas nuestras relaciones se construyen sobre los principios de respeto, confianza, honestidad, integridad y apego a la ley

Al momento mismo de llegar a una nueva comunidad buscamos formar parte activa de la misma, adaptándonos a las costumbres de la región. Privilegiamos la contratación local de personal, así como los servicios de proveedores locales.

Así es como estamos comprometidos a que el cliente encuentre en The Home Depot su tienda de mejoras para la construcción, buscamos que nuestras y nuestros asociados, aliados comerciales y grupos de interés en general encuentren en la compañía un lugar de crecimiento y desarrollo.

### Por ello:

- Interactuamos con todos los sectores de la sociedad, tomando en cuenta su opinión y respondiendo a sus necesidades.
- Procuramos contratos justos con visión de largo plazo.
- Nos preocupamos por los sectores menos favorecidos.
- Buscamos preservar el medio ambiente, utilizando de manera eficiente los recursos naturales.





**Excelente servicio al cliente:** cuidar a nuestros clientes es la piedra angular de nuestra actividad.

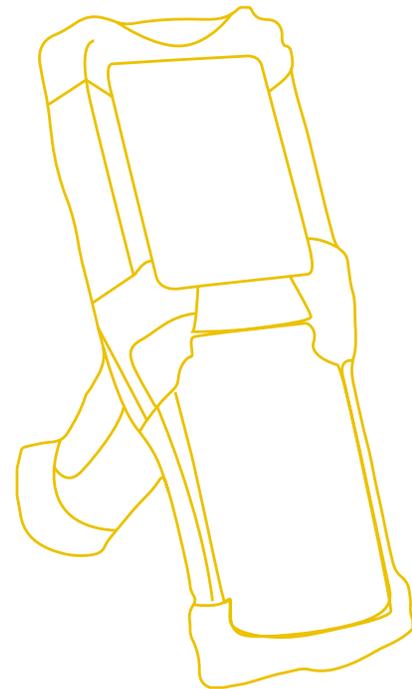
Nos tomamos el tiempo necesario para entender las necesidades de cada cliente y así satisfacer sus expectativas, creando una experiencia de compra segura y agradable.

## TECNOLOGÍA

Trabajamos para consolidar nuestro liderazgo y estar a la vanguardia en tecnología del autoservicio, y así lograr ventajas competitivas en beneficio de nuestros clientes. Por ello, hemos implantado cambios e instalado equipo de sistemas orientados a optimizar la operación y mejorar la atención que brindamos a nuestros clientes, como:

- Cursos de capacitación virtuales para homologar el servicio al cliente en todas nuestras tiendas.
- Sistemas de apoyo como Pre Check Out y First Phone Jr: Con esto reducimos el tiempo de espera en cajas y mejoramos la comunicación de nuestras y nuestros asociados en tienda.
- Aplicaciones en nuestra página web que faciliten y amplíen la experiencia de compra de nuestros clientes, dentro de otras utilidades esto les permite:
  - Calcular costos, espacios y cantidad de materiales.
  - Revisar el catálogo de productos y ver la disponibilidad de inventario en tienda.
  - Comparar diferentes productos para ajustarlos a sus necesidades y presupuesto.
- Comercio Electrónico – Tienda en Línea.

Con el objetivo que nuestros clientes tengan más opciones para satisfacer su experiencia de compra y conscientes que buscan una respuesta inmediata a sus necesidades, en el 2014 lanzamos nuestra tienda en línea “homedepot.com.mx”.

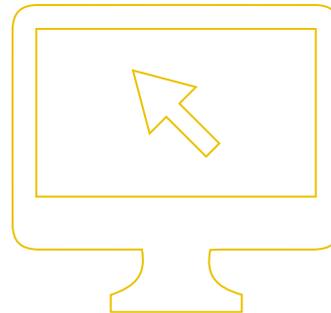


2— Nuestra Pirámide invertida representa nuestra visión de liderazgo. Todos los que trabajamos en The Home Depot, sabemos que trabajamos para nuestros clientes; por ello se encuentran en la cúspide de la pirámide.



### Tienda Física

- 111 tiendas en 31 estados y el D.F.
- 25,000 productos disponibles
- Botones de ayuda
- Call Center
- Opciones de créditos
- Entrega a domicilio
- Igualación de colores
- Instalación profesional
- Pedidos especiales por catálogo
- Sala de cortes de material
- Sistema de apartado
- Talleres "Hazlo tú mismo"
- Talleres para niños
- Transferencia de mercancía entre tienda.
- Módulos de facturación
- Módulos de Cliente PRO



### Tienda en Línea

- Servicio disponible en 41 tiendas de seis entidades
  - Distrito Federal
  - Estado de México
  - Hidalgo
  - Jalisco
  - Nayarit
  - Nuevo León
- Cobertura nacional para 2015
- 12,000 productos disponibles
- Servicio las 24 horas los 365 días
- Diferentes métodos de pago
- Tarjetas de Crédito y Débito
  - Visa
  - MasterCard
  - American Express
  - Sistema PayPal
- Tiempos de entrega desde las 2 horas, para recoger en tienda y 96 horas como plazo máximo de entrega a domicilio
- Información escrita, gráfica y audiovisual sobre los productos

*A partir de 2015 nuestra tienda en línea cuenta con cobertura a nivel nacional*

## MANEJO DE INFORMACIÓN

En cumplimiento con la ley, nos comprometemos a brindar toda la información necesaria para que nuestros clientes puedan tomar la mejor decisión de compra de acuerdo a sus necesidades, siempre con la responsabilidad de no sacrificar calidad, garantía y con un excelente servicio. Con esto, nos aseguramos que cualquier producto adquirido en The Home Depot es un excelente producto.



## Cuidado a nuestra gente: ver por nuestras y nuestros asociados es la razón primordial de nuestro éxito

Contamos con una fuerza laboral de 12,500 asociadas y asociados los cuales sostienen el éxito de la empresa. Por ello, promovemos su formación profesional y personal con programas de capacitación y desarrollo, así como con la mejora continua de las áreas de trabajo. Privilegiamos el talento interno para el crecimiento profesional, garantizando un ambiente laboral seguro, procurando su integridad y promoviendo campañas de salud para ellos y sus familias.

Nuestras y nuestros asociados son nuestro activo más importante. Sabemos que si cuidamos de nuestro talento, ellos cuidarán de nuestros clientes y con ello la empresa tendrá el mejor desempeño.

Además de brindar compensaciones económicas competitivas, complementamos su ingreso con un paquete de beneficios, esperando mejorar su calidad de vida y hacer de su estancia en The Home Depot una experiencia extraordinaria.

### Paquete de beneficios



## TRABAJO SEGURO QUE PROMUEVE ACTIVIDADES SALUDABLES

Nuestros programas de salud y seguridad laboral buscan mantener la integridad de nuestras y nuestros asociados en todo momento, así como promover el equilibrio entre vida personal y trabajo, además de un estilo de vida saludable. Las principales acciones en este sentido son:

Normas de seguridad y operación en el centro de trabajo que incluyen:

- Vestimenta adecuada
- Uso y manejo adecuado de instrumentos, materiales y residuos
- Normas de comportamiento seguras
- Convivencias familiares
- Semana de la Salud
- Actividades deportivas y de integración
- Programa de Cero Accidentes
- Campañas de Vacunación
- Consultas Médicas
- Entre otras



### FONDO NARANJA

Creado en 2013, el Fondo Naranja es un esquema que permite apoyar a nuestras y nuestros asociados que han sufrido alguna situación de emergencia, demostrándoles que nuestro compromiso y el de sus compañeros van más allá de un empleo o estabilidad laboral.

Con este programa buscamos ser un soporte cuando nuestras y nuestros asociados se encuentran en estado vulnerable debido a situaciones de emergencia como: enfermedades graves, necesidad de aparatos ortopédicos o desastres naturales.

Tras su creación, hemos logrado beneficiar a **69** compañeras y compañeros gracias a la colaboración de 3,600 asociadas y asociados quienes aportan voluntariamente recursos económicos, los cuales son duplicados por la compañía.

Ésta es una manera más de demostrar el compromiso mutuo que tiene nuestra gran familia naranja.

## Devolver a la comunidad: trabajamos de cerca con quienes nos rodean para procurar su bienestar y desarrollo.

En The Home Depot buscamos mejorar la calidad de vida de todo el que nos rodea, por ello no sólo invertimos en nuestras y nuestros asociados y tiendas, sino que también lo hacemos en las comunidades donde viven y trabajan nuestros clientes, asociadas y asociados; participando activamente con la comunidad, aportando recursos humanos, materiales y económicos para apoyar causas de gran impacto social como la educación, salud y medio ambiente.

Sabemos que la educación es fundamental para el desarrollo de México, por ello desde 2013 enfocamos nuestros esfuerzos de voluntariado en ese sector; fortalecemos la educación con programas de mejoramiento a la infraestructura de escuelas primarias públicas. Tan solo en 2014, más de 5,000 asociadas y asociados voluntarios participaron en más de 500 proyectos, mejorando así las condiciones de estudio de miles de niños en el país.

Éstas fueron algunas de las acciones que hicieron cambios que mejoraron las vidas de quienes nos rodean:

- **Voluntariado:** más de 5,000 participantes en 500 proyectos, aportando **1** 20,600 horas de trabajo beneficiando a más de 120,000 personas en todo México.
- **Foros:** Buscamos compartir nuestra experiencia en temas de responsabilidad social con otros actores de la sociedad a beneficio del desarrollo de nuestro país, por ello participamos en pláticas, foros y congresos del sector.
- **Socio Experto:** En 2014 creamos el programa Socio Experto, el cual consta de sesiones de capacitación gratuita para mejorar el conocimiento técnico de electricistas, pintores, plomeros, entre otros; en una primera etapa lanzamos el programa en el estado de Nuevo León, en la que apoyamos a 92 trabajadores e impulsamos el autoempleo mediante 1,800 horas de capacitación. Así mismo complementamos esta iniciativa con la tarjeta Socio Experto, programa de lealtad en la que los integrantes del programa acumulan puntos que pueden cambiar por productos y así ahorrar aún más. Durante 2015 ampliaremos la cobertura del programa a más ciudades del país.
- **Cultura:** Por segundo año consecutivo, en conjunto con la Fundación Tarahumara José A Llaguno, realizamos la Carrera 21K Tarahumara – The Home Depot “Juntos Por Una Causa Común” contando con la participación de 5,000 corredores que convivieron y conocieron más de esta cultura, beneficiando con sus inscripciones a más de 8,000 Tarahumaras de manera directa, favoreciendo su salud, alimentación y educación.
- **Sangre Naranja:** 1,416 participantes donando 863 unidades de sangre al Sector Salud.



- 1— Trabajos de reforestación
- 2— Sangre Naranja
- 3— Donaciones a ONG's
- 4— Carrera 21k Tarahumara-The Home Depot
- 5— Ice Bucket Challenge



2



3



4



5



Conoce el video de nuestro equipo directivo haciendo el Ice Bucket Challenge

- **Donaciones:** \$63,000,000.00 en beneficio a más de 400 ONG's en la República Mexicana.
  - 671 computadoras a 25 instituciones
- **Colecta "Haz más por los Demás"** \$2,550,000.00 aportados por nuestros clientes de manera voluntaria a instituciones de beneficencia locales gracias a que ponemos a su disposición nuestras más de mil cajas de cobro en todo el país
- **Ice Bucket Challenge:** Nuestro cuerpo directivo participó en esta iniciativa, aportando recursos económicos para combatir la esclerosis múltiple.
- Colaboración con sector oficial en programas que generen desarrollo social.
- **Desastres Naturales:** Apoyamos a zonas afectadas mediante programas de acción y restauración para que inicien su recuperación; durante 2014 destacamos la unión de esfuerzos que realizamos con la Cruz Roja del Estado de Baja California para apoyar a los damnificados del Huracán Odile en esa entidad.
- **Desarrollo de vivienda:** De la mano con la comunidad, en 2014 mejoramos 350 viviendas, ubicadas en zonas marginadas de Nuevo León. Así hemos invertido en esta causa un total de 13 millones de pesos en 735 proyectos, beneficiando a mismo número de familias de escasos recursos.
- Promovemos la adopción de eco tecnologías en decenas de miles de hogares en México a través de más de 200 productos que ahorran recursos naturales y energéticos que disminuyen el impacto medioambiental.

## Hacer lo correcto:

actuar siempre de acuerdo a los valores de The Home Depot, entendiendo el impacto de nuestras decisiones y aceptando la responsabilidad de nuestros actos.

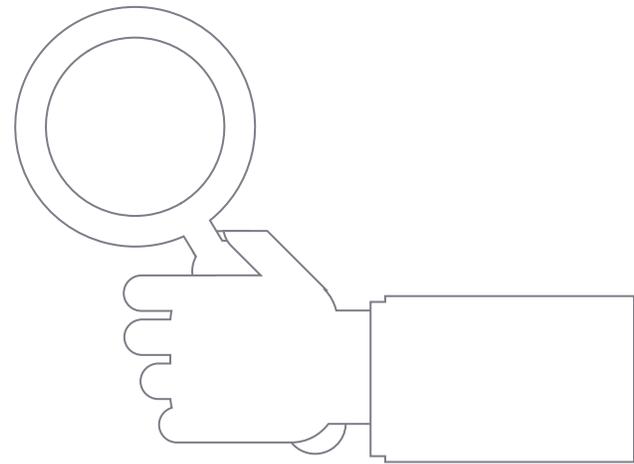
Trabajamos con un estricto apego a la ley, convencidos de que hacer lo correcto es la única manera que tenemos para hacer las cosas. Sabemos que si hacemos lo correcto los resultados serán positivos.

Para asegurarnos de hacer lo correcto, en The Home Depot contamos con un Código de Ética que rige todo lo que hacemos, aplicable a todos los que formamos parte de la compañía así como para nuestros grupos de interés; que norma, orienta y fomenta el comportamiento ético, el cual toma como referencia a nuestros valores.

Durante 2014 se impartieron 18,000 horas de capacitación a nuestras y nuestros asociados en temas relacionados a "Hacer lo correcto".

### Prácticas Anticorrupción, Conflicto de Intereses:

A través de este modelo de prevención aseguramos el correcto manejo de situaciones de riesgo, para que nuestras acciones se apeguen a nuestros valores y, sin duda, al cumplimiento de la ley.





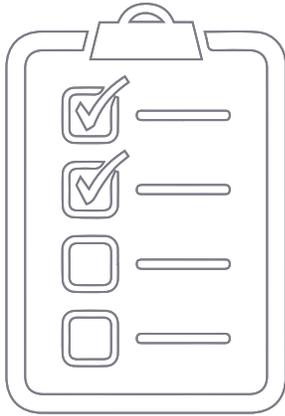
## MERCADOTECNIA RESPONSABLE

Nuestro compromiso constante es ofrecer productos que se adecúen a las diferentes necesidades de construcción y remodelación de nuestros clientes. A través de una comunicación efectiva sobre nuestros productos, servicio, y garantía, logramos transparencia en todo lo que hacemos.



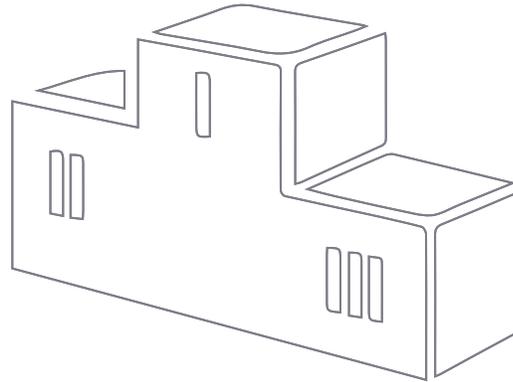
Conoce nuestra  
campaña publicitaria  
"Cambios que  
mejoran tu vida"

- Lanzamos la campaña publicitaria "Cambios que Mejoran tu vida" la cual es una campaña con conexión emocional en donde el atributo principal no es el producto ni el proyecto sino el beneficio a largo plazo que obtiene cada persona al mejorar su casa con ayuda de The Home Depot. La campaña parte de la premisa de que cualquier cambio en el hogar, por pequeño que sea, ayuda a mejorar la vida de las personas que viven en él, y el papel fundamental de nuestras y nuestros asociados para apoyarlos en ese proceso.
- Los casos mostrados en la campaña son 100% reales. La convocatoria se realiza a través de nuestras redes sociales y los anuncios se producen con las personas reales de las historias elegidas.



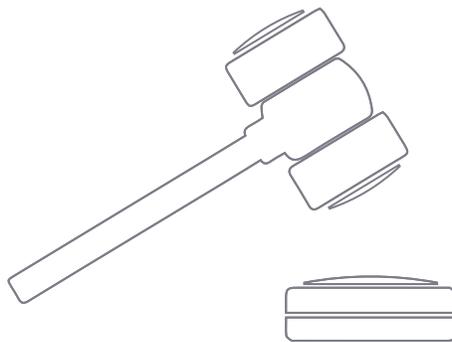
## AUDITORÍA INTERNA Y EXTERNA

Monitoreamos y evaluamos periódicamente nuestro desempeño ético, asegurando con esto un comportamiento adecuado en todas nuestras operaciones y con todos nuestras y nuestros asociados; así mismo realizamos un proceso de auditoría externa en el que brindamos toda la información necesaria para confirmar el cumplimiento de las leyes, normas y reglamentos aplicables.



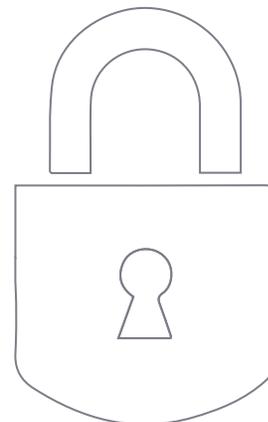
## COMPETITIVIDAD

Nuestra estrategia de competencia se basa en brindar una propuesta de valor a nuestros clientes, en todo el territorio nacional; basada en productos de calidad a precios competitivos, otorgándoles la información necesaria para que tomen la mejor decisión de compra.



## RESPECTO A DERECHOS CIVILES Y POLÍTICOS

Buscando lo mejor para el desarrollo del país, brindamos todas las facilidades para que nuestras y nuestros asociados cumplan con sus derechos civiles y políticos, sin privilegiar alguna ideología en particular, dejando en ellos la decisión que crean conveniente.



## PROTECCIÓN DE DATOS

En cumplimiento con lo dispuesto por la legislación federal vigente en materia de protección de datos personales, protegemos toda la información que nos brindan nuestros grupos de interés, utilizándolos únicamente para los fines que estos hayan dispuesto.

## Crear valor para el accionista: hacemos lo necesario para que el negocio crezca de manera sustentable.

Día a día trabajamos para retribuir la confianza que nuestros accionistas han puesto al invertir en nuestra compañía. Resultado de este esfuerzo son los **45 trimestres** ininterrumpidos con crecimiento económico que hemos reportado.

Al ser una empresa que cotiza en la The New York Stock Exchange nos regimos con los lineamientos de esta institución entre los que destacan:

- Rendición de cuentas a los accionistas mayoritarios y minoritarios.
- Análisis y seguimiento trimestral para revalorar expectativas de crecimiento futuro.
- Difusión de información financiera.



*Consulta aquí los  
informes financieros  
de la compañía*



## LOGÍSTICA DE DISTRIBUCIÓN

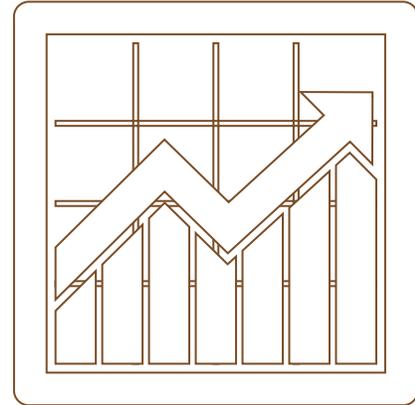
Nuestros programas de logística están diseñados para garantizar la disponibilidad de productos a los clientes, el uso eficaz de nuestras inversiones en inventarios, y bajos costos totales de la cadena de suministro; actualmente contamos con dos Centros de Distribución Multicanal situados de manera estratégica en los estados de México y Nuevo León.

En total, estos centros manejan un total de 25 mil productos para la mejora del hogar; dichos productos tienen su origen en 1,100 proveedores nacionales y extranjeros, por lo que además de manejar producto mexicano reciben producto proveniente de los puertos terrestres de Nuevo Laredo, Ciudad Juárez, Tijuana y Tapachula; así como de los puertos marítimos de Manzanillo, Lázaro Cárdenas, Tampico y Veracruz.

La inversión en nuestros dos centros multimodales de distribución asciende a los 928 millones de pesos. En ellos colaboran cerca de 700 personas. La superficie de cada centro es de 45 mil m<sup>2</sup> y se valora ya su expansión. En cuanto a infraestructura tecnológica, operan bajo los parámetros más estrictos a nivel mundial.

## CRECIMIENTO 2014

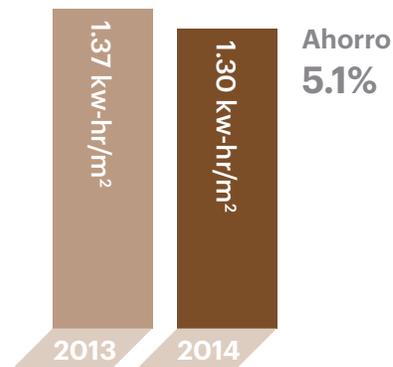
Gracias al lanzamiento de nuestra plataforma de comercio electrónico a través de la cual llegamos a todos nuestros clientes las 24 horas los 365 días del año, y a la expansión a través de nuevas tiendas con seis nuevas unidades que nos permitieron cubrir cada estado de la República Mexicana, hemos logrado superar nuestros planes de negocio.



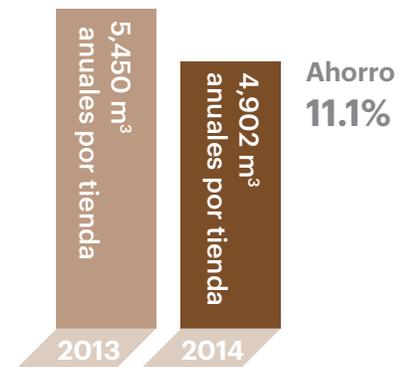
## PRÁCTICAS SUSTENTABLES AL INTERIOR DE LA COMPAÑÍA

Durante 2014 fortalecimos nuestro Plan de Sustentabilidad, a través de incorporar las mejores prácticas sustentables en los planes estratégicos de la Compañía, lo que impactó todas nuestras unidades de negocio, destacando:

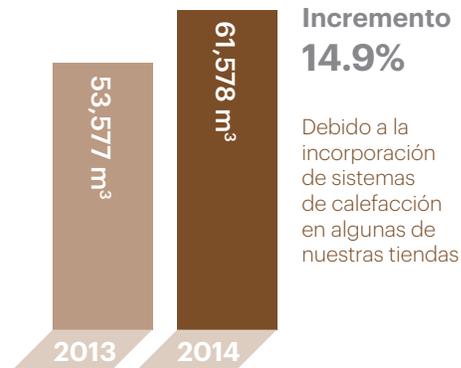
### Energía eléctrica



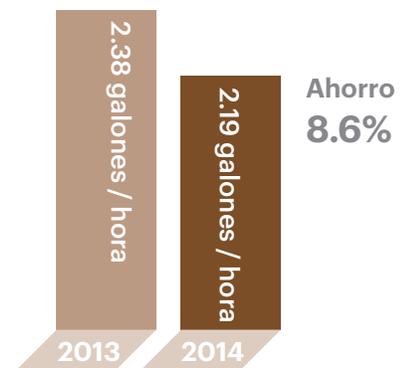
### Agua



### Gas



### Gas LP



## Respeto por todos: reconocemos el valor de toda persona, en un ambiente inclusivo y de respeto mutuo.

Cada uno de los que formamos parte de la familia naranja somos igual de importantes, y sabemos que la labor que realizamos es fundamental para nuestro éxito.

Gracias a esta visión hemos logrado ser un gran lugar para trabajar, en el cual privilegiamos el talento y favorecemos el equilibrio familia-trabajo, pues sabemos que para que el desarrollo de una persona sea completo debe de haber un balance en todos los ámbitos.



- Privilegiamos el talento y la capacidad para trabajar, por ello favorecemos la contratación de personas sin distinción de género, edad, estado civil, condición económica, ideología política y religiosa, siempre dentro de un proceso transparente.



- Inclusión Laboral.



- Somos una empresa donde la opinión de todos cuenta para ello contamos con prácticas como: Town hall meetings, encuesta laboral y empleador de elección



- A través de nuestras líneas de denuncia y de alerta logramos estar libres de Acoso sexual y laboral



- 43% de nuestra fuerza laboral está conformada por mujeres, de las cuales 30% se encuentra en la plantilla de gerentes ejecutivos.<sup>3</sup>

<sup>3</sup>— Verificado por la Escuela de Negocios Schulich, en Canadá en estudio realizado para el análisis de RSE publicado por Grupo Expansión.

## **Espíritu empresarial:** motivamos a nuestras y nuestros asociados a que sean dueños de lo que hacen, para lograr su crecimiento y hacer la diferencia.

Nuestros programas de desarrollo profesional están conformados por diferentes iniciativas que contribuyen a la formación del espíritu empresarial, ofrecemos oportunidades y capacitación; elaborados de acuerdo a las necesidades específicas de cada uno.

Así mismo reconocemos su buen desempeño a través de nuestro programa de Incentivos.



## **CAPACITACIÓN**

Durante 2014 nuestras y nuestros asociados en tienda tomaron más de **850,000 horas** de capacitación

## **EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO**

Es una herramienta que nos permite asegurar que todos en la organización entendemos, nos comprometemos y tenemos la responsabilidad de lograr los objetivos tanto personales como de grupo. Además nos ayuda a diseñar planes de desarrollo de carrera para nuestra plantilla laboral.

## **CLUB 365**

Está conformado por aquellas tiendas que cumplan con un año completo sin un incidente verificable por la Administración de Salud y Seguridad Ocupacional. Para reconocer este logro, cada tienda que califica recibe una placa, insignias para cada asociado, y una celebración en la tienda.



## RECONOCIMIENTOS E INCENTIVOS

Nuestro programa de reconocimientos está diseñado para premiar la intensa labor que día a día realizan nuestras y nuestros asociados al vivir y transmitir nuestros valores. Más allá de ser una compensación económica extra a su salario, busca ser un signo de gratitud a quien día a día trabaja por poner en alto el nombre de la compañía.



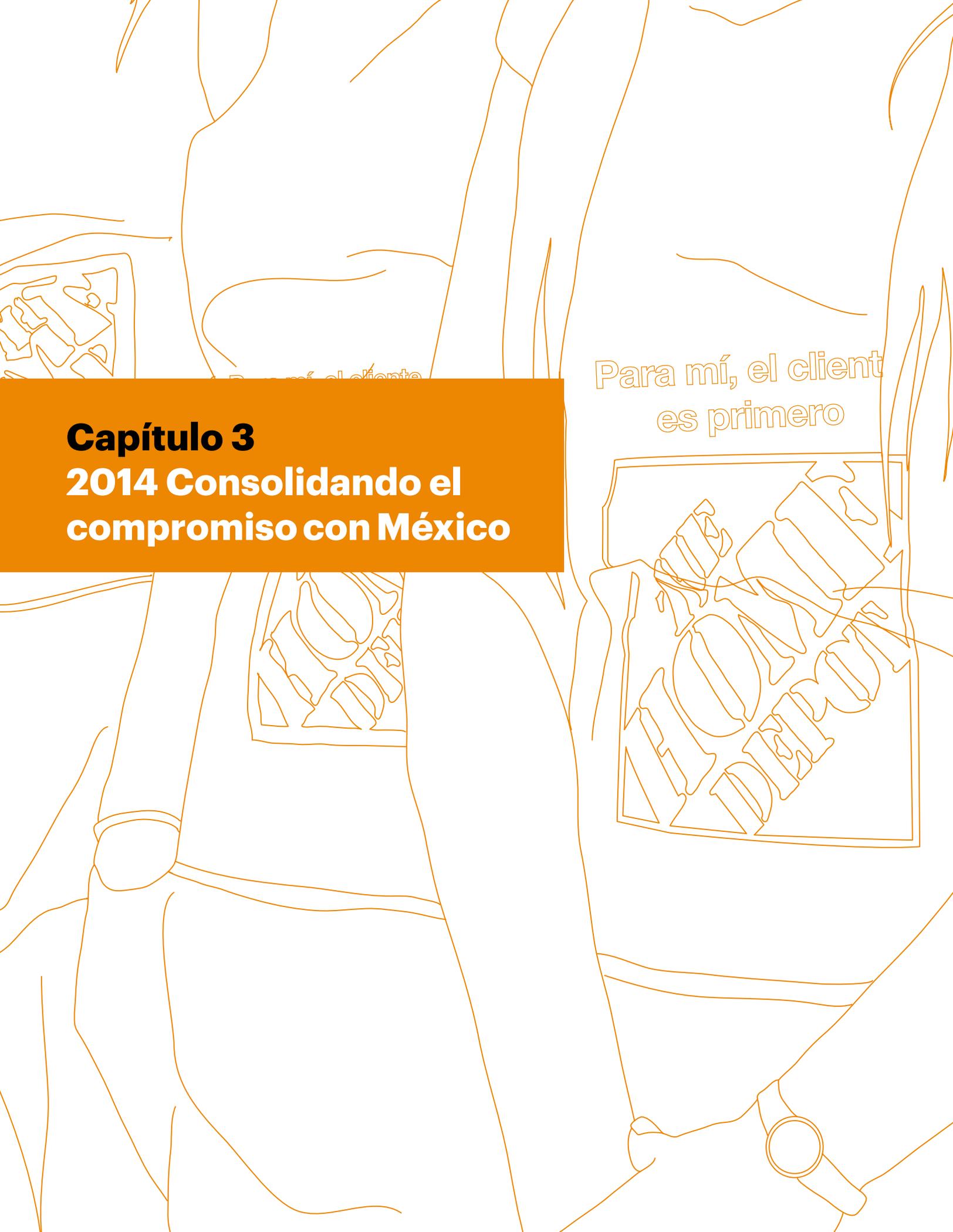
## PREMIO A LA VOZ DEL CLIENTE

Por iniciativa de nuestro Presidente y Director General, Ricardo Saldivar, en 2014 lanzamos el Premio a la Voz del Cliente, con el fin de reconocer el esfuerzo de nuestras y nuestros asociados para lograr que The Home Depot ofrezca a sus clientes el mejor servicio.



## UNIVERSIDAD THE HOME DEPOT

Como parte de los esfuerzos por desarrollar el talento interno, la Universidad The Home Depot capacitó durante el 2014 a **71** líderes, impulsando con ello su desarrollo profesional. Al momento, **40%** ya ha tomado puestos de mayor responsabilidad en la compañía.



Para mí, el cliente

Para mí, el cliente  
es primero

**Capítulo 3**  
**2014 Consolidando el**  
**compromiso con México**

## Acerca de este informe

Por tercer año consecutivo, publicamos nuestro informe anual de responsabilidad social. La presente edición incluye los programas, acciones y resultados obtenidos durante el 2014.



La elaboración de este documento fue liderado por nuestra Gerencia de Relaciones Públicas y Responsabilidad Social y la información para la construcción de este informe provino de nuestros sistemas de gestión interna, bases de datos y cuestionarios de desempeño, así como de la identificación de los principales logros en materia medioambiental.

Durante el año contamos con la participación activa de todos quienes colaboramos en de The Home Depot, más de 750 organizaciones de la sociedad civil, colaboración del sector oficial, y de organizaciones privadas y de cada uno de los 60 millones de clientes que nos dieron la oportunidad de servirles. Estamos seguros que la suma de esfuerzos fue la clave que nos impulsó para mejorar la calidad de vida de miles de mexicanos.

Durante este proceso hemos confirmado que es posible operar de manera sustentable y que nuestras prácticas responsables aumentan considerablemente nuestra propuesta de valor. Reconocemos que podemos impactar positivamente algunos de los problemas sociales, ambientales y económicos más importantes de México si aprovechamos nuestra escala, influencia y recursos.

Agradecemos profundamente a todos nuestros grupos de interés por permitirnos ser parte de su historia y de sus logros.

## CERTIFICACIONES Y RECONOCIMIENTOS



## RANKINGS





**Oficinas de Apoyo a Tiendas**

Ricardo Margáin Zozaya 605  
Fraccionamiento Santa Engracia  
San Pedro Garza García  
Nuevo León  
C.P. 66267

[relaciones\\_publicas@homedepot.com.mx](mailto:relaciones_publicas@homedepot.com.mx)  
[www.homedepot.com.mx](http://www.homedepot.com.mx)

 /The-Home-Depot-Mexico  
    /thehomedepotmx  
 [mejorandomicasa.com](http://mejorandomicasa.com)