

Hola, me llamo
Ana



Para mí, el cliente es primero



Haz más, ahorrando.®

JUNTOS ES POSIBLE...



COMPARA
NARANJA

Equipo

#CambiosQueMejoran

ÍNDICE

04 Carta del Presidente y Director General

08 Perfil de la empresa

JUNTOS...

CAPÍTULO 1 16 **TRABAJAMOS POR UN OBJETIVO EN COMÚN,**
construir mejores comunidades

CAPÍTULO 2 40 **IMPULSAMOS EL DESARROLLO**
y el bienestar de nuestros Asociados(as)

CAPÍTULO 3 60 **BRINDAMOS EL MEJOR SERVICIO**
al tiempo que cuidamos de nuestro entorno

CAPÍTULO 4 68 **CONSTRUIMOS RELACIONES SÓLIDAS**
que perduran en el tiempo

Anexos

84 Materialidad

85 Certificaciones y reconocimientos

85 Asociaciones en las que participamos

86 Acerca del informe

87 Índice de contenidos GRI

EN THE HOME DEPOT SABEMOS QUE LA COLABORACIÓN DE COMUNIDAD, ASOCIADOS(AS), CLIENTES Y PROVEEDORES NOS IMPULSA A SUPERAR CUALQUIER RETO Y CUMPLIR SUEÑOS.

JUNTOS NOS FORTALECEMOS,
JUNTOS HACEMOS QUE...

... las cosas sucedan.

JUNTOS GENERAMOS

FELICIDAD

HOGAR POR HOGAR Y

EN MÉXICO

CARTA

DEL PRESIDENTE Y DIRECTOR GENERAL

GRI 102-14



AL PRESENTAR NUESTRO INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL 2018, RATIFICAMOS EL COMPROMISO CON MÉXICO AL INVERTIR EN EL PAÍS generar empleo, impulsar el desarrollo de nuestros Asociados(as), construir mejores comunidades, cuidar el entorno e incrementar nuestra eficiencia para seguir consolidando el crecimiento que hemos logrado hasta ahora.

El 2018 fue un gran año para todos los que conformamos esta gran familia naranja en México, integrada por más de 16 mil Asociados(as). Abrimos nuevas Tiendas, comenzamos la ampliación de nuestros dos Centros de Distribución Multicanal en el país y renovamos completamente nuestra tienda en línea que busca ofrecer la mejor experiencia de compra a nuestros clientes.

Gracias a un sobresaliente desempeño de todos los que portamos el mandil naranja, cerramos el año acumulando 61 trimestres consecutivos de resultados positivos en



México. Nuestra intención es seguir creciendo, ofreciendo la mejor experiencia de compra, consolidándonos en autoridad de producto y haciéndolo con la mayor productividad posible. Ese es nuestro **Espíritu Empresarial**.

Una de nuestras prioridades es fortalecer nuestro enfoque de *retail* interconectado, con el que buscamos eliminar las barreras entre el mundo físico y el digital, conectando todo lo que sucede en Tienda y en el sitio de Internet, reforzando nuestra cadena de suministro para la entrega de la mercancía en el menor tiempo posible.

Pero esto no sería suficiente si no somos capaces de **Devolver a la Comunidad** acciones con valor. Desde nuestra fundación, hemos implementado iniciativas que buscan mejorar la calidad de vida de las personas que integran las comunidades a las que servimos.

Ejemplo de ello es nuestro Programa Nacional de Voluntariado, uno de los más grandes e importantes de México, que denominamos Equipos Depot. Tan solo en 2018 realizamos 790 jornadas que estuvieron enfocadas en beneficiar a familias en situación de vulnerabilidad al

otorgarles viviendas dignas, así como recuperar y rehabilitar espacios públicos como parques, escuelas, hospitales y albergues.

A través de nuestro Programa Nacional de Donación de Mercancía, destinamos más de 96 millones de pesos para que más de 400 instituciones mexicanas pudieran mejorar sus instalaciones e infraestructura y atender mejor a sus beneficiarios.

Un aspecto que nos distingue es nuestra gente. Por ello buscamos impulsar permanentemente su desarrollo y potencial mediante capacitación constante y acciones que promueven su crecimiento personal y profesional. En 2018 ofrecimos en promedio 47 horas de capacitación a cada uno de ellos. Adicionalmente, apoyamos a 146 Asociados(as) que enfrentaron algún problema de salud, la necesidad de aparatos ortopédicos o sufrieron afectaciones en su hogar por desastres naturales. Siempre estamos atentos para procurar el **Cuidado de Nuestra Gente**.

En lo que corresponde al medio ambiente, estamos comprometidos con el manejo eficiente de los recursos y residuos que genera nuestra

operación. En 2018 recolectamos más de 4 mil toneladas de cartón y plástico, y reutilizamos cerca de 1 millón de tarimas de madera. Además, continuamos ampliando la oferta de ecotecnologías, al ofrecer más de 350 productos verdes que ayudan a nuestros clientes a cuidar el planeta mediante el ahorro de agua, luz y gas.

Por todas las acciones a favor de nuestros Asociados(as), la comunidad y el medio ambiente, fuimos reconocidos por décimo segundo año consecutivo con el distintivo de Empresa Socialmente Responsable. Nos sentimos orgullosos de ir avanzando en el camino hacia la sustentabilidad de nuestra operación, trabajar con los más altos estándares de ética empresarial y **Hacer lo Correcto**.

Con este informe, que por segundo año consecutivo elaboramos siguiendo la guía del *Global Reporting Initiative*, reiteramos nuestra convicción de mantener una permanente comunicación con nuestros grupos de interés, y ratificamos nuestro compromiso con la transparencia y la mejora continua.

En 2019 seguiremos apostando por México para continuar creciendo, apoyando y sirviendo a

nuestros Asociados(as), clientes, proveedores y comunidades a quienes agradecemos depositar su confianza en nosotros. Sabemos que **juntos** podemos seguir contribuyendo al crecimiento de nuestro país para seguir generando felicidad hogar por hogar en México.

PEPE RODRÍGUEZ GARZA

PRESIDENTE Y DIRECTOR GENERAL
DE THE HOME DEPOT MÉXICO



ERIKA DÍAZ VILAFRANCA

DIRECTORA SR. MERCADOTECNIA, RELACIONES
PÚBLICAS Y COMERCIO EN LÍNEA

En The Home Depot México buscamos ir más allá de nuestra gran oferta de productos de mejoras para el hogar: queremos ser parte de la vida de miles de familias que buscan en nuestras Tiendas todo lo que necesitan para darle vida a sus proyectos, porque para nosotros el **cliente es primero**.

Pero nuestro compromiso con México va más allá de nuestras operaciones comerciales. Uno de los aspectos más valiosos que nuestros Fundadores nos han dejado como legado son los ocho valores que guían nuestra vida diaria dentro y fuera de la empresa.

Devolver a la Comunidad es uno de esos ocho valores que vivimos intensamente y que hacemos realidad mediante diversas iniciativas para impactar positivamente a las comunidades en las que operamos, beneficiando a miles de familias mexicanas cada año.

Sabemos que nuestra **Sangre Naranja** nos distingue e impulsa a realizar

acciones que buscan inspirar a nuestros clientes, proveedores e integrantes de la comunidad para contribuir en la construcción de un mejor país.

Estamos orgullosos de lo que hacemos a través de nuestros programas de Responsabilidad Social, así como de las alianzas con un gran número de asociaciones que nos ayudan a brindar apoyo a segmentos de la población vulnerables.

Aún hay mucho por hacer, pero quiero agradecer a todos los integrantes de esta gran familia naranja que han hecho posible que Devolver a la Comunidad sea una prioridad diaria.

Convencidos de que nuestra aportación a México es de gran valor, seguiremos trabajando para que nuestro crecimiento no solo se vea reflejado en ventas, sino en todas esas acciones que tocan el corazón de miles de mexicanos.

PERFIL DE LA EMPRESA

GRI 102-1, 102-2, 102-4, 102-5, 102-7, 102-9

CUANDO NUESTROS CLIENTES COMPRAN EN THE HOME DEPOT NOS INVITAN A FORMAR PARTE DE SUS HOGARES Y LUGARES DE TRABAJO. Buscando ofrecer siempre la mejor calidad, trabajamos cada día para generar la oferta de productos de mejoras para el hogar más completa de México.

HOY OFRECEMOS A NUESTROS CLIENTES:

+25,000

productos a la venta en Tiendas

+21,000

productos a la venta en línea

Con 41 años en el mercado estadounidense y 17 en México, somos la cadena minorista de mejoras para el hogar más grande del mundo, con presencia en Estados Unidos, México y Canadá con más de 2,286 Tiendas.



RECONOCEMOS QUE EL ÉXITO DE THE HOME DEPOT SE SUSTENTA EN LOS VALORES QUE NOS DAN IDENTIDAD Y SON LA BASE DE NUESTRAS ACCIONES.

PLASMAMOS NUESTROS VALORES EN TODO LO QUE HACEMOS Y EN TODAS LAS RELACIONES QUE ENTABLAMOS CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS.

1 CONSTRUIR RELACIONES SÓLIDAS: Escuchamos y respondemos a las necesidades de nuestros clientes, Asociados(as), proveedores y miembros de las comunidades que nos rodean.

5 CREAR VALOR PARA LA Y EL ACCIONISTA: Reconocemos la labor de nuestros inversionistas, quienes proveen del capital necesario para el crecimiento de la empresa, y estamos comprometidos a regresar esta inversión.

2 EXCELENTE SERVICIO AL CLIENTE: Brindamos asesoría para asegurar que nuestros clientes aprovechen al máximo los productos adquiridos.

6 RESPETO POR TODAS Y TODOS: Para mantener el éxito de la compañía, es necesario que nuestros Asociados(as) se desarrollen en un ambiente de mutuo respeto y de igualdad laboral.

3 CUIDADO A NUESTRA GENTE: La razón primordial de nuestro éxito es el cuidado de nuestra gente, por ello buscamos potenciar su desarrollo integral.

7 ESPÍRITU EMPRESARIAL: Impulsamos a nuestros Asociados(as) a tomar iniciativa y desarrollar maneras creativas e innovadoras de servir al cliente y mejorar las prácticas de la empresa.

4 DEVOLVER A LA COMUNIDAD: Brindamos nuestro tiempo, talento, energía y recursos para colaborar con causas que verdaderamente ayudan y retribuyen a la sociedad.

8 HACER LO CORRECTO: Nos apegamos a los valores de nuestra empresa, hacemos conciencia del impacto de nuestras decisiones y aceptamos la responsabilidad por nuestras acciones.

PRESENCIA EN MÉXICO

GRI 102-4, 102-7

CON 17 AÑOS DE PRESENCIA EN MÉXICO y un constante crecimiento, HOY PODEMOS OFRECER UNA GRAN VARIEDAD DE PRODUCTOS A NUESTROS CLIENTES EN:

124 Tiendas **32** Estados **90** Ciudades



Cada día, **MÁS DE 16 MIL ASOCIADOS(AS)** TRABAJAN CON ESFUERZO Y DEDICACIÓN.

Cumplimos el objetivo de llevar con orgullo **NUESTRA SANGRE NARANJA** a quienes construyen, remodelan o decoran.

Lo que juntos hemos logrado:

+25,000 productos a la venta en Tiendas

+21,000 productos a la venta en línea

+62M de visitas a Tiendas

80% de los productos que vendemos provienen de proveedores mexicanos

16,137 Asociados(as)

885,056 horas de capacitación brindadas a nuestros Asociados(as)

8,607 participaciones en nuestro voluntariado Equipos Depot

32% de la energía que consumimos es renovable

y nuestra **HISTORIA** continúa...

EQUIPO DE LIDERAZGO

GRI 102-18, 102-20, 102-23, 102-26, 102-29, 102-31, 102-32

El máximo órgano de gobierno de The Home Depot está representado por el Consejo de Administración de Estados Unidos que se apega a las mejores prácticas de gobierno corporativo y da seguimiento a las operaciones en México, Estados Unidos y Canadá.

En México, **EL EQUIPO DE LIDERAZGO ES QUIEN TOMA LAS DECISIONES DIRECTAS** sobre la operación y en lo relacionado a temas económicos, ambientales y sociales.

Lo conforman 10 líderes, encabezados por **José Rodríguez Garza**, Presidente y Director General de The Home Depot México, quien asumió el cargo el 26 de octubre de 2018.

La Gerencia de Responsabilidad Social, quien reporta a la Dirección de Mercadotecnia, Relaciones Públicas y Comercio en Línea, es el área que gestiona los programas e iniciativas sociales. Asimismo, es quien aprueba el Informe de Responsabilidad Social.



JOSÉ RODRÍGUEZ
Presidente y Director General de
The Home Depot México

ART LICON
VP. Regional de Operaciones Norte

GABRIEL LÓPEZ NEGRETE
VP. Comercialización

GERARDO GUARDADO
VP. Finanzas

GERMÁN VILLACORTA
VP. Regional de Operaciones Sur

JUAN ECHEVERRY
VP. Servicio a Tiendas y Ventas Oficio

EDUARDO VALENTI
Director Sr. Recursos Humanos

ERIKA DÍAZ
Directora Sr. Mercadotecnia, Relaciones
Públicas y Comercio en Línea

MÓNICA BICHARA
Directora Sr. Legal y Seguridad Corporativa

RENÉ MADRIGAL
Director Sr. Tecnologías de la Información

ÉTICA

GRI 102-16, 102-17, 102-25, 205-2

En The Home Depot estamos comprometidos a operar siguiendo los más altos estándares de ética empresarial y gobierno corporativo. Todas nuestras actividades están apegadas a nuestro **Código de Conducta y Ética Comercial**¹.

Este código, aplicable a todos los Asociados(as), directivos de la compañía y grupos de interés, es una guía de comportamiento sobre las diferentes situaciones a las que nos podemos enfrentar relacionadas con nuestro negocio, con el objetivo de asegurar que la conducta profesional de quienes trabajamos en The Home Depot esté alineada con nuestros valores y no resulte en acciones desleales o no éticas.

El documento es un asesoramiento en temas como conflictos de interés, actividades fraudulentas, regalos y entretenimiento, confidencialidad, protección de la información y relaciones con gobierno.

Para reforzar su contenido, contamos con una Política de Conflictos de Interés que proporciona aclaraciones, información y escenarios comunes en formato pregunta-respuesta sobre situaciones que nuestros Asociados(as) podrían enfrentar en el día a día.

UNA PERSONA REALMENTE MARCA LA DIFERENCIA

En 2018 realizamos campañas internas para promover el uso de la **Línea de Alerta AWARELINE** en la que se pueden reportar asuntos como:

- Prácticas contables cuestionables.
- Regalos o entretenimiento que violen el Código de Conducta y Ética Comercial.
- Preocupaciones ambientales, de salud o seguridad.
- Violencia o amenazas.
- Robo o fraude.
- Violaciones a los reglamentos.
- Conflictos de interés.

AWARELINE
01-800-436-0228
www.thdawareline.com

Nos aseguramos de que todos nuestros Asociados(as) apliquen el valor de **Hacer lo Correcto** y conozcan, comprendan y apliquen el código solicitándoles anualmente cumplir con capacitación obligatoria sobre el tema. En 2018, a través de la plataforma de capacitación interna, se promovieron dos videos: Entrenamiento Anual en Temas de Anticorrupción (FCPA) y Código de Ética y Conflictos de Interés.

Adicionalmente, cada mes compartimos actualizaciones éticas a Tiendas, en las que brindamos ejemplos de dilemas éticos reales

que pudieran presentarse con sugerencias para actuar ante cada caso.

Con nuestros proveedores mantenemos relaciones comerciales éticas, por lo que les solicitamos que se adhieran al **Convenio de Compra con el Proveedor** (SBA, por sus siglas en inglés) y al **Manual de Referencia del Proveedor**, documentos que establecen lineamientos y sugerencias para evitar conflictos de interés, divulgación de información confidencial, regalos, sobornos y comisiones ilícitas.

¹ Consulta nuestro Código de Conducta y Ética Comercial en: <http://www.homedepot.com.mx/gobierno-corporativo>



En 2018 nos sumamos a la iniciativa Hagámoslo Bien, un movimiento en el que participan empresas, escuelas, universidades, iglesias, organizaciones de la sociedad civil, medios de comunicación, instituciones de gobierno y ciudadanos de la ciudad de Monterrey que buscamos una comunidad que funcione apegada a la Cultura de la Legalidad.

Al respecto, capacitamos a más de 20 Asociados(as) de OAT de áreas estratégicas para que a su vez difundieran una cultura de legalidad y transparencia con el resto de sus compañeros. En 2019 seguiremos impulsando esta iniciativa con diversas acciones de comunicación.

EN THE HOME DEPOT SABEMOS QUE AL HACER LAS COSAS BIEN Y VIVIENDO NUESTRA SANGRE NARANJA CONTRIBUIMOS A LA CONSTRUCCIÓN DE UN MEJOR PAÍS.

Para reforzar el Valor de Hacer lo Correcto, ponemos a disposición de nuestros Asociados(as) y proveedores las siguientes vías, de las cuales algunas pueden ser utilizadas de manera anónima:

- **Línea de Alerta para Asociados(as):** 001-800-286-4909.
- **Línea de Alerta de Proveedores:** 001-888-765-8153.
- **Contacto con gerente, supervisor o jefe inmediato.**
- **Contacto con el equipo de Cumplimiento Corporativo:** 770-433-8211 ext. 14098 o por correo: corporate_compliance@homedepot.com
- **Contacto con las áreas de Auditoría o Legal.**

En 2018 **CAPACITAMOS A 12,250 ASOCIADOS(AS) E INFORMAMOS A 1,507 PROVEEDORES** sobre los procedimientos y políticas anticorrupción de The Home Depot.

Auditoría Interna recibe las denuncias, se encarga de atender cada caso y de darle seguimiento.

Reforzamos nuestra cultura anticorrupción con nuestros Asociados(as), proveedores, clientes y autoridades a través de una certificación anual sobre conflictos de interés, el envío de los Lineamientos de Regalos en Temporada Navideña y la colocación de folletos con información sobre el número de alerta para que nuestros proveedores puedan realizar denuncias en puntos estratégicos de nuestras Oficinas de Apoyo a Tiendas (OAT) y encuentros comerciales.



01

JUNTOS TRABAJAMOS POR UN
OBJETIVO EN COMÚN,
 CONSTRUIR MEJORES
COMUNIDADES...



990 INSTITUCIONES
 APOYADAS CON
 NUESTROS PROGRAMAS



\$96 MDP
 DONADOS EN MERCANCÍA
 Y PINTURA



\$3.6 MDP
 DONADOS POR PROVEEDORES Y
 THE HOME DEPOT PARA LA
 CONSTRUCCIÓN DE VIVIENDAS



790 JORNADAS
 DE VOLUNTARIADO
 EQUIPOS DEPOT



NUESTRAS

COMUNIDADES

De la mano de nuestros Asociados(as) y en colaboración con organizaciones de la sociedad civil trabajamos en la construcción de mejores comunidades.



Voluntariado Equipos Depot

GRI 413-1

Nuestra Sangre Naranja se caracteriza por la voluntad de participar activamente en las comunidades vecinas a nuestras Tiendas.

A través del Voluntariado Equipos Depot, ofrecemos distintas iniciativas en donde nuestros Asociados(as) se comprometen con tiempo, esfuerzo, energía y el trabajo hecho con sus manos, para mejorar la calidad de vida de las personas que más lo necesitan.

Estas iniciativas se enfocan en tres sectores: la mejora de parques y áreas verdes con actividades de jardinería y limpieza; el mantenimiento de las instalaciones de escuelas y organizaciones no gubernamentales con trabajos de pintura, impermeabilizaciones y luminaria; así como la construcción y reconstrucción para atender la necesidad de vivienda en México. Además, ofrecemos talleres y actividades de inclusión a adultos y de niños con discapacidad.



Este año
8,607 ASOCIADOS(AS)
 participaron en
790 JORNADAS,
 brindando **22,840 HORAS**
DE VOLUNTARIADO a
564 INSTITUCIONES,
 logrando **BENEFICIAR**
A MÁS DE 1,000,000
DE PERSONAS.

790 JORNADAS REALIZADAS

JORNADAS EQUIPOS DEPOT 2018



ESCUELAS 432



OTROS 56



PARQUES 54



ASOCIACIONES CIVILES 145



HOSPITALES 19



DIF 12



ALBERGUES / ASILOS 72

Equipos Depot está activo en las 124 Tiendas a nivel nacional, en los dos Centros de Distribución Multicanal y en nuestras Oficinas de Apoyo a Tiendas.

Desde nuestra llegada a México la participación voluntaria ha crecido año con año. En 2001 iniciamos con 251 voluntarios Equipos Depot y en 2018 alcanzamos la cifra de participación de 8,607 Asociados(as).

DESDE 2001
QUE INICIAMOS NUESTRO PROGRAMA DE
VOLUNTARIADO EQUIPOS DEPOT...



3.3 MILLONES DE FAMILIAS HAN SIDO BENEFICIADAS GRACIAS A LA



PARTICIPACIÓN DE 52 MIL VOLUNTARIOS* EN

6,860 JORNADAS

* Considerando Asociados(as) que han participado en varias jornadas.





EN THE HOME DEPOT JUNTOS BUSCAMOS CONSTRUIR MEJORES COMUNIDADES UNIENDO ESFUERZOS CON:

-  • NUESTROS ASOCIADOS(AS)
-  • PROVEEDORES
-  • INSTITUCIONES ALIADAS
-  • MIEMBROS DE LAS COMUNIDADES



En nuestras **790 JORNADAS** enfocadas al mejoramiento de espacios, y viviendo nuestro valor de Devolver a la Comunidad, construimos **SIETE VIVIENDAS** para familias necesitadas, cinco en conjunto con TECHO y dos con Construyendo.



TECHO

TECHO

5 VIVIENDAS PARA 5 FAMILIAS EN MONTEBELLO, MONTERREY.

Familia Guadalupe
Familia Díaz Flores
Familia Vázquez Espinosa
Familia López Antonio
Familia Flores Hernández



construyendo

CONSTRUYENDO

1 VIVIENDA PARA 1 FAMILIA EN SANTIAGO TIANGUISTENGO, ESTADO DE MÉXICO.

Familia Noyola Damián

1 VIVIENDA PARA 1 FAMILIA EN SANTIAGO TILAPA, ESTADO DE MÉXICO.

Familia Mendoza Ordoñez



Construcción y Reconstrucción

GRI 203-1

Dignificar espacios para mejorar la calidad de vida de las personas siempre ha estado presente en las acciones que emprendemos en The Home Depot en favor de la comunidad. Por lo que, a raíz de los sismos registrados en nuestro país en septiembre de 2017, reforzamos nuestro compromiso con México y lo mantenemos vigente.

Como respuesta a la emergencia y al desastre, instalamos centros de acopio en nuestras Tiendas y donamos herramientas de rescate, mercancía y recursos para apoyar con la reconstrucción de viviendas en los estados afectados en conjunto con varias organizaciones como Operación Bendición México, Construyendo, TECHO, CENACED, DIF Nacional, Casa Wabi y Cadena.

LOS \$7 MDP DONADOS PARA LA RECONSTRUCCIÓN DE VIVIENDAS EN 2017, SE EJERCIERON DURANTE 2017 Y 2018 DE LA SIGUIENTE MANERA*:

 **TECHO* \$2.5 MDP**

 **CONSTRUYENDO* \$2.5 MDP**

 **CASA WABI \$1.5 MDP**

 **TRES TALLERES SOBRE EL USO DEL BARRO COMO FUENTE DE INGRESO EN CINCO COMUNIDADES, 326 BENEFICIARIOS DIRECTOS Y 1,316 INDIRECTOS**

 **CADENA \$870,000 PESOS**

 **20 VIVIENDAS EN LA COMUNIDAD MIGUEL HIDALGO EN CHIAPAS, 20 FAMILIAS BENEFICIADAS**

 **CENTRO COMUNITARIO SANTA FE \$100,000 PESOS**

 **20 VIVIENDAS EN LA CIUDAD DE MÉXICO, 20 FAMILIAS BENEFICIADAS**

DONAMOS \$18 MDP QUE SE DISTRIBUYERON DE LA SIGUIENTE FORMA:

 **\$1 MDP EN HERRAMIENTAS PARA ACTIVIDADES DE RESCATE**

 **\$10 MDP EN MERCANCÍA**

 **\$7 MDP PARA LA RECONSTRUCCIÓN**

Desde la emergencia hemos sumado esfuerzos con distintas instituciones para reconstruir **159 VIVIENDAS** y equipar **TRES TALLERES DE AUTO SUSTENTABILIDAD** en seis estados de la República Mexicana.

Como parte de esta emergencia en la que muchas familias perdieron sus hogares, identificamos una gran necesidad de vivienda digna en nuestro país, por lo que reforzamos el compromiso con la comunidad, en alianza con organizaciones expertas, para seguir atendiendo esta causa.



* Esfuerzos realizados en 2017, reportados en el Informe de Responsabilidad Social 2017.



(π)επ Za SOSTENIBLE



Unidos por la Vivienda en México

Este año lanzamos la iniciativa **Unidos por la Vivienda en México**, en la que invitamos a nuestros proveedores a que aporten un monto económico para donarlo a instituciones que se enfocan en construir viviendas dignas. Todas las donaciones recibidas son igualadas por The Home Depot.

Con el apoyo de 22 proveedores, en 2018 recaudamos \$1.8 MDP, cantidad que se duplicó con la aportación de The Home Depot, totalizando \$3.6 MDP que fueron donados* en partes iguales a tres organizaciones:

- **CONSTRUYENDO:** construcción de viviendas.
- **TECHO:** construcción de viviendas.
- **PIENZA SOSTENIBLE:** habilitación y equipamiento de viviendas sustentables.

*Se donaron en 2018 y en 2019 se implementará el donativo.



UNIMOS ESFUERZOS CON NUESTROS PROVEEDORES

PROVEEDORES QUE APORTARON EN 2018 – UNIDOS POR LA VIVIENDA EN MÉXICO



Donaciones de mercancía

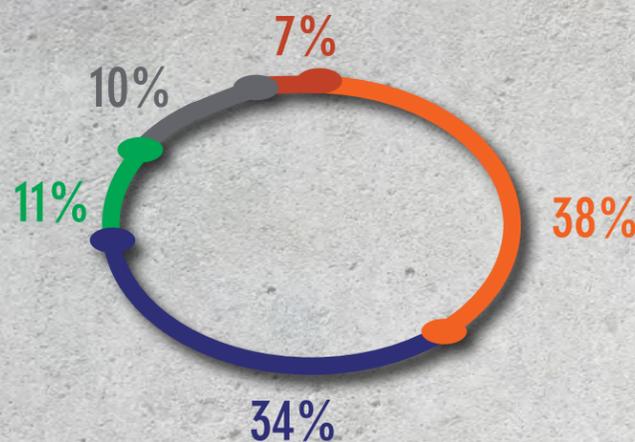
Contribuimos a la dignificación de espacios donando mercancía a más de 400 instituciones mexicanas que atienden distintas causas. Nuestros donativos son utilizados en proyectos de remodelación, construcción y/o mantenimiento que buscan mejorar las instalaciones de estas instituciones y con ello la calidad de vida de sus beneficiarios.



EN 2018 DONAMOS +\$96 MDP EN MERCANCÍA Y PINTURA, Y BENEFICIAMOS A +4.9 MILLONES DE PERSONAS

MERCANCÍA:

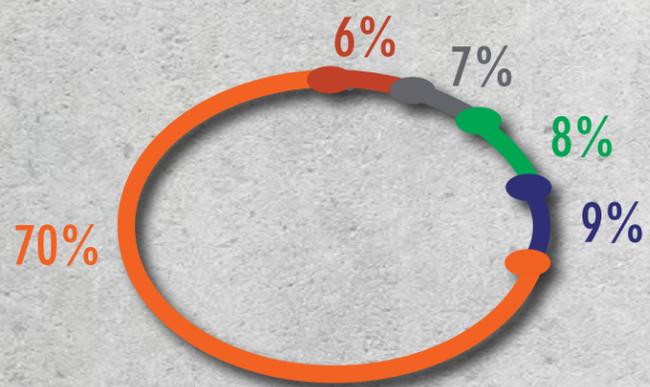
+530,000 PRODUCTOS, EQUIVALENTES A \$69.5 MDP, DESTINADOS A 120 INSTITUCIONES



ASISTENCIA
CONSTRUCCIÓN Y/O MEJORA DE VIVIENDA
SALUD
OTROS
DESASTRES NATURALES

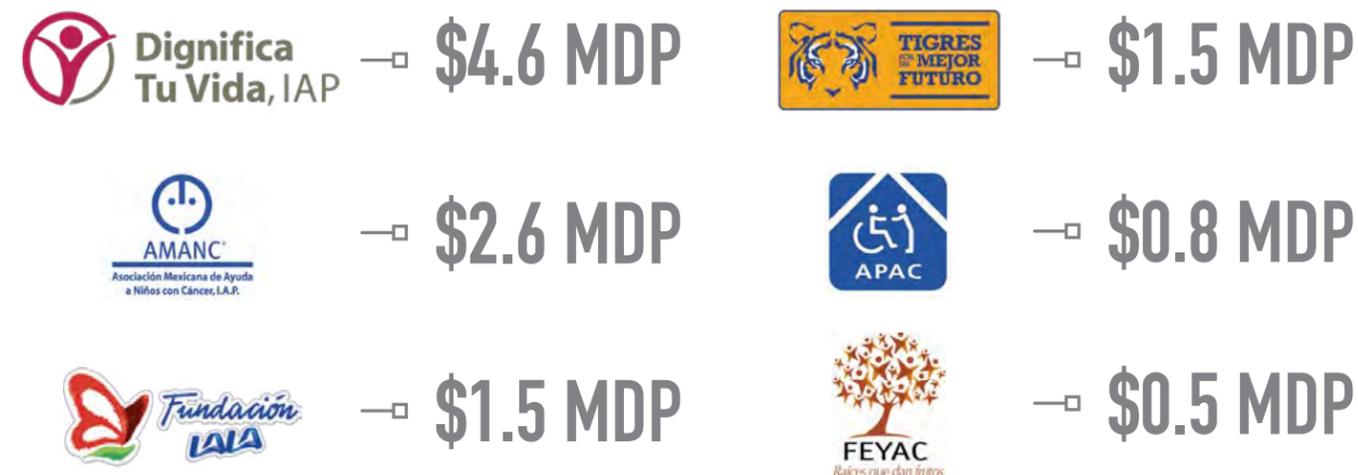
PINTURA:

+124,000 UNIDADES, EQUIVALENTES A \$27.4 MDP, DESTINADOS A 311 INSTITUCIONES



ASISTENCIA
EDUCACIÓN
INCLUSIÓN
OTROS
CONSTRUCCIÓN Y/O MEJORA DE VIVIENDA

Creamos relaciones sólidas y de largo plazo con nuestros aliados. Algunos ejemplos de las principales aportaciones en mercancía que realizamos este año son:



+\$1,000 MDP

HEMOS DONADO DESDE NUESTRA LLEGADA A MÉXICO EN 2001 EN BENEFICIO DE 3,848 INSTITUCIONES

Con el mismo interés de devolver a las comunidades, sobre todo cuando más lo necesitan, en septiembre apoyamos a las poblaciones afectadas en Sinaloa por las inundaciones causadas por la depresión tropical 19 E.

BRINDAMOS MÁS DE \$1 MDP EN AYUDA HUMANITARIA Y MERCANCÍA PARA LA RECONSTRUCCIÓN, QUE FUE CANALIZADA POR MEDIO DE DISTINTAS ASOCIACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL:



Fondo Naranja

Reforzando nuestro valor del Cuidado a Nuestra Gente, nace el programa Fondo Naranja, mediante el cual apoyamos a Asociados(as) que se encuentran en alguna situación de riesgo o bienestar personal o de sus familias.

Desde 2014 que inició este programa, **JUNTOS HEMOS CAMBIADO LA VIDA DE 436 PERSONAS.**

El apoyo se destina bajo tres aspectos:



1. **SALUD:** enfermedades que por algún motivo no son cubiertas por el seguro social o seguro de gastos médicos mayores.



2. **DESASTRES NATURALES:** afectaciones en viviendas por sismos, inundaciones, vientos fuertes, lluvias o tormentas.



3. **APARATOS ORTOPÉDICOS:** auxiliares auditivos, prótesis, zapatos ortopédicos, lentes, muletas y sillas de ruedas, dependiendo cada caso.

Todos nuestros Asociados(as) pueden aplicar al Fondo Naranja llenando una solicitud que debe ser enviada a través de la plataforma interna de comunicación para que sea evaluada por un comité que asigna el apoyo.



EN 2018 BENEFICIAMOS A:

58 ASOCIADOS(AS) QUE PRESENTARON CASOS DE SALUD

43 ASOCIADOS(AS) CON AFECTACIONES POR DE DESASTRES NATURALES

45 ASOCIADOS(AS) CON NECESIDAD DE APARATOS ORTOPÉDICOS

146 ASOCIADOS(AS) EN TOTAL CON UN MONTO DE \$2.6 MDP



Colecta ¡Haz más por los demás!

Cada año en todas nuestras Tiendas organizamos la colecta ¡Haz más por los demás! con el objetivo de recaudar fondos para instituciones sociales. Al momento de realizar una compra invitamos a nuestros clientes a que aporten \$1 peso o más que se asigna de forma íntegra a la campaña.

ESTE AÑO, GRACIAS A ESTAS APORTACIONES LOGRAMOS BENEFICIAR A 1,600 PERSONAS CON MÁS DE \$1.8 MDP QUE FUERON DONADOS A:

- **OPERACIÓN BENDICIÓN**

(Estado de México y Oaxaca)

Para mejorar espacios recreativos y comunitarios en comunidades marginadas y afectadas por los sismos de septiembre de 2017, a través de la instalación de huertos y sistemas de captación de agua en escuelas y centros comunitarios.

- **SÓLO POR AYUDAR**

(Ciudad de México)

Para contribuir a su programa de salud con medicamentos, sillas de ruedas, transplantes, insumos médicos, cirugías y prótesis.

- **FUNDACIÓN FINSA**

(Tamaulipas)

Para apoyar el talento de estudiantes en situación de desventaja económica con 21 becas educativas, permitiéndoles cursar sus estudios en instituciones de enseñanza privada con altos estándares de calidad.



OPERACIÓN BENDICIÓN
MÉXICO



En ocho años, mediante este programa, **JUNTOS HEMOS RECAUDADO MÁS DE \$25 MDP PARA INSTITUCIONES SOCIALES.**

GRACIAS A NUESTROS CLIENTES
JUNTOS MEJORAMOS MÉXICO



Construyendo y Creciendo

GRI 203-2

El rezago educativo en México es significativo, según estadísticas oficiales del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), 47 de cada 100 personas que se dedican a la construcción no concluyen algún grado de estudio.

Buscando sumarnos a la atención de este sector, en alianza con **Fundación Construyendo y Creciendo, A.C.**, ofrecemos a los trabajadores que participan en la construcción de nuestras Tiendas la oportunidad de continuar su educación.

El programa consiste en habilitar aulas para clases dentro de la obra. A través del Instituto Nacional para la Educación de los Adultos (INEA) se asigna un asesor educativo, equipo de cómputo y material de estudio, así como apoyo con los trámites para las certificaciones.

Los trabajadores(as) aportan una hora de su tiempo y la empresa constructora otra hora de la jornada laboral para que puedan estudiar dos horas al día, todos los días de la semana.

A través de esta iniciativa buscamos que los trabajadores(as) de la construcción se desarrollen en los ámbitos personal, profesional, social y económico para que alcancen mejores oportunidades para ellos(as) y sus familias.



DESDE 2017 HEMOS APOYADO EN LA SUPERACIÓN EDUCATIVA DE 62 TRABAJADORES(AS) DE LA CONSTRUCCIÓN EN CUATRO DE NUESTRAS TIENDAS

- 8692 LINDA VISTA
- 1164 JIUTEPEC
- 1163 VILLA ASUNCIÓN
- 1166 JURIQVILLA



CONSTRUYENDO Y CRECIENDO APOYA EN CREAR UN PLAN DE CRECIMIENTO PERSONALIZADO DE ACUERDO CON LAS COMPETENCIAS de cada trabajador(a), así como de dar seguimiento a cada alumno(a) para que logre graduarse.



OTROS APOYOS



Donación de sangre

Como todos los años, de nueva cuenta hemos invitado a nuestros Asociados(as) a participar voluntariamente en la campaña de Donación de Sangre obteniendo grandes resultados.

1,773 Asociados(as) donaron 1,159 unidades de sangre a beneficio de bancos de sangre de 112 instituciones de salud a nivel nacional, logrando atender a 3,477 pacientes.

Algunas de estas instituciones beneficiadas fueron el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), la Cruz Roja Mexicana, la Secretaría de Salud (SSA) y el Centro Estatal de la Transfusión Sanguínea.

Redondeo ANTAD

También, año con año participamos en el Redondeo ANTAD, una iniciativa que busca recaudar fondos en beneficio de Fundación Cinépolis y Ver Bien para Aprender Mejor, A.C., instituciones que apoyan a niños y adultos mayores con problemas de la vista.

El redondeo es organizado por la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD); al momento de realizar una compra invitamos a nuestros clientes a que redondeen sus centavos y/o que aporten desde \$1 peso sin límite de donación. En The Home Depot no deducimos impuestos de este dinero, por lo que el cliente puede solicitar su recibo deducible. Entregamos íntegro el monto total recaudado a la ANTAD.



Gracias a las aportaciones de nuestros clientes en 2018
RECAUDAMOS \$980,145.74 PESOS para MEJORAR LA VISTA DE MÁS DE 4,225 PERSONAS.

Carrera Tarahumara The Home Depot

Tenemos el firme compromiso de beneficiar a las familias de la comunidad Tarahumara en Chihuahua, por lo que en conjunto con la Fundación Tarahumara José A. Llaguno organizamos nuevamente la Carrera Tarahumara-The Home Depot.

El monto recaudado benefició a 1,500 familias a través de distintos proyectos que buscan mejorar la calidad de vida de sus habitantes mediante programas de nutrición infantil, educación, seguridad alimentaria y seguridad hídrica.



En febrero se llevó a cabo la **6ª EDICIÓN DE LA CARRERA Tarahumara Monterrey de 21K y 5K**, en donde contamos con la **PARTICIPACIÓN DE 5,000 CORREDORES.**



02

JUNTOS IMPULSAMOS EL
DESARROLLO

Y BIENESTAR DE NUESTROS

ASOCIADOS(AS)...



+16 MIL
ASOCIADOS A
NIVEL NACIONAL



885,056 HORAS
DE CAPACITACIÓN
BRINDADAS



103 BECAS
ORANGE SCHOLARS
ENTREGADAS



+3 MIL
NUEVAS
CONTRATACIONES



SANGRE

NARANJA

Es lo que nos caracteriza. Representa el compromiso que tenemos para lograr nuestros objetivos con actitud de servicio, buscando ser mejores.

Nuestros Asociados(as)

GRI 102-7, 102-8, 102-16, 405-1

Nuestro equipo lo conforman más de 16,000 Asociados(as) en las 124 Tiendas, Oficinas de Apoyo a Tiendas y Centros de Distribución, quienes con orgullo portamos el mandil naranja que nos define, para ofrecer a nuestros clientes las mejores opciones para sus proyectos.



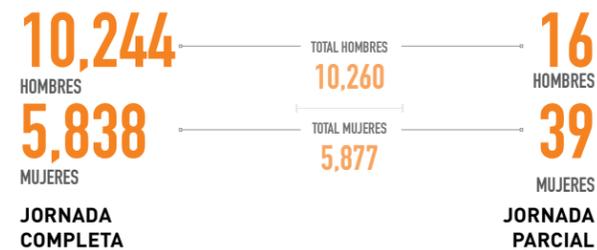
Así vivimos la Sangre Naranja en The Home Depot



EMPLEADOS POR TIPO DE CONTRATO Y GÉNERO 2018



EMPLEADOS POR TIPO DE JORNADA Y GÉNERO 2018



EMPLEADOS POR TIPO DE CONTRATO Y LUGAR DE TRABAJO 2018



EMPLEADOS POR TIPO DE CONTRATO Y REGIÓN 2018*



16,137 Asociados(as), 64% hombres y 36% mujeres, forman parte de nuestra plantilla, su trabajo diario contribuye a alcanzar nuestra misión de **GENERAR FELICIDAD HOGAR POR HOGAR Y EN MÉXICO.**



* Solo incluye Asociados(as) de Tiendas.

Diversidad e igualdad de oportunidades

En The Home Depot trabajamos juntos para generar inclusión y no discriminación en nuestras operaciones y en nuestro entorno. Ofrecemos ambientes respetuosos no solo para nuestros Asociados(as), sino también para quienes nos visitan en Tiendas, en donde nos aseguramos que todas las personas sean bienvenidas.

Contamos con dos **Comités de Diversidad**, uno sobre liderazgo femenino, que busca realizar acciones en favor del crecimiento de las mujeres dentro de la compañía; y otro de accesibilidad, que tiene la meta de crear ambientes accesibles y seguros en nuestras Tiendas, Oficinas de Apoyo a Tiendas y Centros de Distribución.

En 2018, por primera vez organizamos la **Semana de la Diversidad**, evento a nivel nacional en donde llevamos a cabo campañas de comunicación y ejercicios de sensibilización para promover la inclusión de personas con discapacidad, comunidad LGBT+ y liderazgo femenino. Además, en la Oficinas de Apoyo a Tiendas realizamos una Feria Incluyente en donde comerciantes con discapacidad nos visitaron para que nuestros Asociados(as) tuvieran la posibilidad de adquirir sus productos.

Para cada uno de los temas de inclusión y diversidad llevamos a cabo distintas iniciativas:

EMPODERAMIENTO Y LIDERAZGO FEMENINO

• SPEAKER NIGHTS

Fuimos anfitriones de este espacio en donde mujeres exitosas comparten mejores prácticas. Nuestras directoras Erika Díaz, Citlallitl Cabrera y Mónica Bichara participaron exponiendo sus puntos de vista sobre la Negociación. Al evento asistieron 144 Asociados(as) y personas externas.

• HISTORIAS QUE INSPIRAN

En el marco de la celebración del Día Internacional de la Mujer, dos de nuestras líderes compartieron con Asociadas sus historias de crecimiento dentro de la compañía.

• (UMBRE MUJERES 'REINVENTANDO LA EQUIDAD')

En conjunto con *Conference Management*, realizamos este evento en donde participaron 80 Asociadas y otras invitadas. Las ponentes fueron mujeres exitosas provenientes de diversas empresas, quienes compartieron cómo se promueve el liderazgo femenino en sus trabajos, así como sus historias de crecimiento.

LGBT+

• EMPOWER LGBT+ 2018

Este año participamos ofertando vacantes dentro de este evento con la intención de captar el talento de esta comunidad para integrar a nuestra compañía.

PERSONAS CON DISCAPACIDAD

• SIT DOWN COMEDY

En conjunto con *Egade Bussines School* y Mujeres Mexicanas con Discapacidad, cinco mujeres con discapacidad realizaron una rutina de comedia contando sus vivencias a más de 500 asistentes. El objetivo fue sensibilizar al público sobre la importancia de la accesibilidad y la inclusión.





Integración

GRI 401-1

Para nosotros es muy importante contar con Asociados(as) entusiastas, apasionados por su trabajo y con un gran espíritu de servicio. La diversidad en The Home Depot, enriquece la experiencia y la aportación de cada miembro en sus actividades diarias.

Por esta razón buscamos atraer y retener personas de distintos perfiles, conocimientos, habilidades, gustos y formas de pensar que estén comprometidas con la Sangre Naranja que nos caracteriza. Nuestros procesos de contratación de personal son incluyentes, no hacemos distinción por condiciones de género, raza, edad, ideología o cualquier otro factor.



EN 2018 CONTRATAMOS A 3,779 NUEVOS ASOCIADOS(AS), de los cuales 65% son hombres y 35% mujeres.

1,743

MENORES DE 30 AÑOS

653

ENTRE 31 Y 50 AÑOS

74

MAYORES DE 51 AÑOS

HOMBRES

NUEVAS CONTRATACIONES DE EMPLEADOS POR EDAD Y GÉNERO 2018

TOTAL MUJERES | TOTAL HOMBRES

1,309 | **2,470**

789

MENORES DE 30 AÑOS

470

ENTRE 31 Y 50 AÑOS

50

MAYORES DE 51 AÑOS

MUJERES



Beneficios a Asociados(as)

GRI 401-2

Ofrecemos a nuestros Asociados(as) un clima laboral de valores e inclusión, excelentes condiciones de trabajo, entornos seguros y sueldos competitivos; así como beneficios adicionales a su salario:

-  • BONO POR RESULTADOS
-  • FONDO Y CAJA DE AHORRO
-  • SEGURO DE GASTOS MÉDICOS MAYORES, VIDA Y AUTO
-  • AYUDA ECONÓMICA POR DEFUNCIÓN DE FAMILIARES
-  • AYUDA DE TRANSPORTE
-  • FLEXIBILIDAD DE HORARIOS
-  • VACACIONES
-  • AGUINALDO POR ANTIGÜEDAD
-  • DÍAS LABORALES CON GOCE DE SUELDO POR NACIMIENTO O ADOCIÓN DE HIJOS, MATRIMONIO, DEFUNCIÓN O POR ENFERMEDAD
-  • CAPACITACIÓN CONTINUA PERSONAL Y PROFESIONAL

Mantenemos convenios con guarderías, universidades, laboratorios médicos, ópticas y hospitales para que nuestros Asociados(as) puedan acceder a descuentos en sus servicios.

Para contribuir con el balance entre su tiempo personal y laboral, en 2018 otorgamos un banco de horas y horario fijo a los Asociados(as) de Tiendas y Centros de Distribución; mientras que en nuestras Oficinas de Apoyo a Tiendas ofrecimos días personales para atender contingencias, asuntos personales o tomarlos junto con días de vacaciones. También implementamos la opción de trabajar desde casa por un periodo mayor de 5 días cuando se presentan dificultades familiares.

Para apoyar a la educación de los hijos(as) de nuestros Asociados(as) contamos con el programa anual de becas **Orange Scholars** que cubre gastos de colegiatura, cuotas, libros, útiles y equipo. El único requisito es que los jóvenes estén cursando el último año de la preparatoria o los primeros tres años de universidad en México, Estados Unidos o Canadá.

EN 2018 OTORGAMOS
**103 BECAS
ORANGE SCHOLARS**
CON UN VALOR DE USD \$1,000
POR CADA ALUMNO BECADO



Capacitación y desarrollo

GRI 403-2

Excelente Servicio al Cliente es uno de nuestros valores fundamentales que ponemos en práctica en nuestras actividades. Para lograr que nuestro nivel de servicio sea igual en todas nuestras Tiendas, buscamos que la capacitación continua de nuestros Asociados(as) nos impulse para lograr la excelencia y una alta productividad.

En este sentido, ofrecemos distintos planes de capacitación que van desde el aprendizaje del idioma inglés, cursos en línea de diversos temas, así como el desarrollo de competencias clave que permiten mejorar habilidades en el trabajo.

En 2018 se impartieron **CURSOS DE CAPACITACIÓN** en los que participaron **19,298 ASOCIADOS(AS)**. En total se otorgaron **885,056 HORAS DE CAPACITACIÓN** en el año.

CAPACITACIÓN POR CATEGORÍA LABORAL Y GÉNERO 2018



ASOCIADAS

CATEGORÍA LABORAL	ASOCIADAS	TOTAL DE HORAS DE CAPACITACIÓN	MEDIA DE HORAS DE CAPACITACIÓN
Directores	3	42	14
Oficinas de Apoyo a Tiendas	305	7,357	24
Tiendas y Centros de Distribución	6,662	313,391	47
Total	6,970	320,790	46



ASOCIADOS

CATEGORÍA LABORAL	ASOCIADOS	TOTAL DE HORAS DE CAPACITACIÓN	MEDIA DE HORAS DE CAPACITACIÓN
Directores	17	214	13
Oficinas de Apoyo a Tiendas	377	10,102	27
Tiendas y Centros de Distribución	11,934	553,950	46
Total	12,328	564,266	47



A través del **Programa de Alto Potencial** brindamos becas del 80% a 29 Asociados(as) de Tiendas para estudiar preparatoria en línea o la universidad:

 **16 ASOCIADOS(AS) BECADOS PARA ESTUDIAR PREPARATORIA EN LÍNEA**

 **13 ASOCIADOS(AS) BECADOS PARA ESTUDIAR LA UNIVERSIDAD**

TAMBIÉN APOYAMOS CON CLASES DE INGLÉS A 35 ASOCIADOS(AS) Y A 11 PARA ESTUDIAR MAESTRÍA.

En mayo lanzamos nuestra nueva plataforma de capacitación **Universidad Home Depot**, la cual permite a nuestros Asociados(as) tomar cursos *e-learning* y revisar presentaciones o videos desde cualquier dispositivo móvil. De esta forma, cada uno es responsable de su desarrollo, así como de cumplir sus objetivos de capacitación.

En estos cursos *e-learning* incluimos programas para que se desarrollen competencias para cada puesto dentro de la empresa. El primero que lanzamos fue Orientado a la Acción para 250 especialistas y analistas.

Con el propósito de lograr un mayor compromiso por parte de nuestro equipo, rediseñamos las guías de entrenamiento de cada puesto y las certificaciones de departamento de Piso de Ventas con un enfoque autodidacta e interactivo;

 **9,649 ASOCIADOS(AS) TERMINARON LAS GUÍAS Y 3,329 SE CERTIFICARON**

Para los Asociados(as) de OAT facilitamos la capacitación enfocada en el desarrollo de competencias. Impartimos 39 cursos equivalentes a 9,225 horas de capacitación.

Además, para nuestro equipo de liderazgo integramos un entrenamiento para reforzar nuestra cultura de Sangre Naranja en donde promovimos aptitudes de retroalimentación y comunicación efectiva para que puedan ser replicadas en toda la organización.





Gestión de competencias

GRI 404-3

Así como es importante para The Home Depot brindar capacitación continua y relevante a nuestros Asociados(as), también es fundamental evaluar el cumplimiento de objetivos, los comportamientos esperados y el desarrollo de competencias básicas, con lo que buscamos que todas las personas que forman parte de nuestra plantilla desempeñen sus labores con excelencia.



EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO Y DESARROLLO PROFESIONAL POR CATEGORÍA LABORAL Y GÉNERO 2018

CATEGORÍA LABORAL	ASOCIADAS	ASOCIADOS
Directores	3	15
Oficinas de Apoyo a Tiendas	270	319
Tiendas y Centros de Distribución	5,128	8,675
TOTAL	5,401	9,009

En 2018 **EVALUAMOS AL 100% DE NUESTROS ASOCIADOS(AS).***

*No se evalúan los Asociados(as) con menos de tres meses en el puesto y/o que no cumplieron un año en la compañía.



Calidad de vida y salud ocupacional

GRI 403-2

A fin de medir el nivel de satisfacción de nuestros Asociados(as), año con año llevamos a cabo la encuesta de Clima Organizacional **Voz del Asociado(a)**, cuyos resultados nos permiten diseñar, desarrollar e implementar estrategias de mejora en beneficio de todos los que formamos parte de The Home Depot.

La encuesta está compuesta por preguntas en 11 categorías que miden las percepciones de nuestros Asociados(as) en su entorno de trabajo; se contesta en línea de forma voluntaria y confidencial y participan solo los Asociados(as) que tienen una antigüedad mayor a tres meses en la compañía.

Las categorías que se evalúan son compromiso, servicio al cliente, diversidad e Inclusión, crecimiento y desarrollo, equipo de Liderazgo, compensaciones, beneficios, seguridad, líder inmediato(a), capacitación y carga de trabajo.

Este año, **12,986 ASOCIADOS(AS)**, **80% DE NUESTRA PLANTILLA LABORAL**, contestaron la encuesta.

Proveemos alternativas para que nuestros Asociados(as) cuiden integralmente de su salud. Esto lo hacemos por medio del programa **Vida Saludable** que cubre seis rubros:



1. CONTROL NUTRICIONAL

- **2,264 Asociados(as)** inscritos en consultas nutricionales.
- **3,063 kg** perdidos en control de peso.



2. ACTIVACIÓN FÍSICA

- **2,145 Asociados(as)** participan en actividades deportivas.
- **120 corredores.**
- **13 Asociados(as)** practican yoga.



3. MANEJO DE ESTRÉS

- **2,709 Asociados(as)** asistieron a pláticas y talleres sobre trastornos del sueño asociados a estrés.
- **185 sesiones de masajes antiestrés** en dos días de campaña en las Oficinas de Apoyo a Tiendas.

Este año nos enfocamos en comunicar a nuestros Asociados(as) los daños a la salud que desencadenan pocas horas de sueño, malas condiciones de la habitación, el impacto que tiene el tipo de alimentación y la importancia de hacer ejercicio, entre otras cosas.

Mediante pláticas y talleres **Trastornos del sueño** buscamos concientizar sobre este tema en el que seguiremos trabajando en los próximos años para lograr la identificación y control de factores psicosociales para mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores.



4. EMBARAZO Y LACTANCIA

- **186 Asociadas** asesoradas de forma personalizada.
- **1 taller** de lactancia materna impartido en OAT.



5. CÁNCER DE MAMA

- **1 campaña nacional** de concientización mediante boletines digitales y medios impresos.



6. SEMANA DE LA SALUD

- **140 Asociados(as)** con Check up completo en Oficinas de Apoyo a Tiendas.
- **42 Asociados(as)** atendidos con un Check up básico en Oficinas de Apoyo a Tiendas.
- **166 vacunas** aplicadas en Oficinas de Apoyo a Tiendas.
- **4,787 vacunas** aplicadas en Tiendas y Centros de Distribución.
- **5,382 Asociados(as)** con Check up básico en Tiendas y Centros de Distribución.





En 2018 **LOGRAMOS REDUCIR UN 11% EL AUSENTISMO** por motivos de salud.

Contamos con 94 Médicos Asociados(as) que cubren todas nuestras Tiendas, Centros de Distribución y las Oficinas de Apoyo a Tiendas, asegurándose que el Plan de Salud Ocupacional cumpla su objetivo.

A través de **Construyendo una Vida Saludable** buscamos mejorar la salud y calidad de vida de nuestros Asociados(as). Reconocemos que una fuerza de trabajo saludable genera beneficios tangibles e intangibles como el aumento de productividad, lealtad y formación de equipos bajo la Cultura Home Depot, también reduce el ausentismo, el uso de beneficios de salud, de lesiones y de renunciadas.

En este sentido, ofrecemos los siguientes programas de salud a nuestros Asociados(as):

-  • EVALUACIONES MÉDICAS ANUALES
-  • CAMPAÑAS DE VACUNACIÓN PARA LA PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES
-  • PREVENCIÓN DE ADICCIONES
-  • CONTROL DE EMBARAZO Y LACTANCIA
-  • DONACIÓN DE SANGRE
-  • VIDA SALUDABLE
-  • ATENCIÓN MÉDICA
-  • MANEJO DE ESTRÉS



03

JUNTOS BRINDAMOS EL
MEJOR SERVICIO
 AL TIEMPO QUE CUIDAMOS
NUESTRO ENTORNO...



32% DE LA ENERGÍA
 QUE CONSUMIMOS
 ES EÓLICA



354 PRODUCTOS
 DISPONIBLES EN NUESTRO CATÁLOGO
 DE HIPOTECA VERDE



+987 MIL TARIMAS
 DE MADERA
 REUTILIZADAS



100% DE LA MADERA
 QUE VENDEMOS
 ES CERTIFICADA



CUIDADO DE NUESTRO

ENTORNO

En The Home Depot México promovemos una cultura ambiental responsable, así como la gestión eficiente de los recursos que necesitamos para operar.

Cultura ambiental

Buscamos que el cuidado del medio ambiente se viva y se atienda por cada uno de nuestros Asociados(as), no solo dentro de nuestras Tiendas y Oficinas, sino en todas las actividades como parte de nuestra vida cotidiana.

Como ejemplo de estas acciones, a partir de este año eliminamos el uso de utensilios desechables en las cocinetas de nuestras Oficinas de Apoyo a Tiendas, brindándole a cada uno de nuestros Asociados(as) un set de cuchillo, tenedor y cuchara de acero inoxidable para que lo utilicen a diario y así podamos evitar la generación de 600 mil piezas plásticas anuales como residuos.

Para disminuir nuestro impacto en el medio ambiente con la generación de residuos plásticos, durante 2018 en nuestras Tiendas en el estado de Querétaro dejamos de dar bolsas de plástico a los clientes al finalizar su compra. Comprometidos con esta causa, en 2019 sumaremos más Tiendas de otros estados a esta iniciativa.

Además, promovemos el reciclaje de papel, taparrosas y botellas de PET en OAT colocando botes especiales para su adecuada disposición y/o reciclaje.



Energía y emisiones

GRI 302-1, 305-1

La energía es uno de los principales insumos que requerimos para brindar la mejor experiencia a nuestros clientes en Tiendas, al igual que para las actividades que realizamos en las Oficinas de Apoyo a Tiendas y en los Centros de Distribución.

DEL TOTAL DE LA ENERGÍA QUE CONSUMIMOS EN 2018,

68% FUE CONVENCIONAL Y 32% RENOVABLE



En 2018 consumimos 384,710 GJ de energía, de los cuales 261,119 GJ provinieron de fuentes convencionales y 123,591 GJ de fuentes renovables. Al cierre del año, 52 de nuestras Tiendas operan con parte de esta energía limpia gracias al PPA (Power Purchase Agreement, contrato de compraventa de energía) que mantenemos con la empresa italiana Enel.

El consumo de energía convencional para operar provoca la emisión de dióxido de carbono a la atmósfera. Por primera vez y con el compromiso de seguir Construyendo Relaciones Sólidas con nuestros grupos de interés, reportamos las emisiones derivadas del consumo de energía de The Home Depot México para 2018, que fueron 50,961 toneladas de CO₂e.

En nuestra Tienda de Jiutepec **UTILIZAMOS ENERGÍA SOLAR** para satisfacer las necesidades de energía del estacionamiento.

100% DE LA ILUMINACIÓN DE NUESTRAS TIENDAS ES LED y 100% de nuestras Tiendas cuentan con domos traslúcidos que aprovechan la luz natural.

Por otro lado, utilizamos combustibles para distintas actividades, tales como el transporte de productos de los Centros de Distribución a cada Tienda y la entrega de mercancía a nuestros clientes que compran en línea. En 2018 consumimos 21,127 GJ de combustibles que generaron la emisión de 7,394 toneladas de CO₂e.

CONSUMO DE COMBUSTIBLES Y EMISIONES (ALCAN(E 1) 2018)

COMBUSTIBLE	CONSUMO (GJ)	EMISIONES (TON CO ₂ e)
Gasolina	13,748	1,041
Gas natural	4,100	367
Diésel	3,189	233
Gas LP	90	5,753
Total	21,127	7,394

Notas sobre el cálculo del consumo energético. Para calcular los consumos de energía y combustibles utilizamos las facturas de proveedores.

Agua

23 de nuestras Tiendas y Centros de Distribución cuentan con Planta de Tratamiento de Aguas Residuales (PTAR). **100% de los mingitorios en Tiendas son secos.**

Residuos

GRI 301-2, 301-3

En el 70% de nuestras Tiendas seguimos una metodología de logística inversa en la que recolectamos las tarimas de madera, cartón y empaques de plástico con los que se reciben los productos que vendemos con el objetivo de reciclarlos para mitigar el volumen de residuos generados por la operación.

NUESTRA METODOLOGÍA DE LOGÍSTICA INVERSA FUNCIONA DE LA SIGUIENTE MANERA:



1. Nuestros camiones salen de los Centros de Distribución (MDC) con mercancía.
2. Llegan a nuestras Tiendas para entregarla.
3. Los materiales de empaque de entregas anteriores, previamente compactados, son recolectados por los camiones.
4. Estos residuos regresan a los MDC.
5. Los materiales se recompactan para ser entregados a proveedores que los reutilizan en diversos procesos.
6. Las tarimas de madera que están en buen estado se reutilizan directamente en los MDC para mandar producto, mientras que las dañadas pueden ser tratadas de dos formas:
 - Se envían a reparación dentro del MDC o con un proveedor externo.
 - Las que estén dañadas de forma severa y no es rentable repararlas, se canalizan para su uso como materia prima.

EN 2018:

-  • REUTILIZAMOS 987,431 TARIMAS DE MADERA
-  • RECOLECTAMOS 3,800 TONELADAS DE CARTÓN
-  • RECOLECTAMOS 526 TONELADAS DE EMPAQUES DE PLÁSTICO

Adicionalmente, a finales del año implementamos un microcircuito de recolecciones en el Distrito Occidente en donde reincorporamos tarimas desarmadas como materia prima en la reparación y construcción de nuevas tarimas. De esta forma impactamos en la reducción de viajes y en la maximización del espacio en el transporte.

Programas sustentables e institucionales

Nos esforzamos día a día para contar con operaciones más eficientes en el aprovechamiento de los recursos, por lo que ponemos a disposición de nuestros clientes una gran variedad de productos con características eco-amigables y ahorradoras en el consumo de agua, energía eléctrica y gas, de los cuales 354 pertenecen al catálogo hipoteca verde.

PRODUCTOS HIPOTECA VERDE

CATEGORÍA	PRODUCTOS DISPONIBLES	PORCENTAJE DEL TOTAL DEL CATÁLOGO
Agua	172	25.4%
Energía eléctrica	90	26.0%
Gas	92	48.6%

En 2018 **RECIBIMOS A 52,780 ACREDITADOS DEL INFONAVIT** para canjear su crédito por productos verdes.

Estas ecotecnologías pueden ser canjeadas en nuestras Tiendas a nivel nacional por acreditados del Infonavit a través de su crédito **Hipoteca Verde**.



Hipoteca Verde es un monto adicional que se le otorga a todos los acreditados del Infonavit para disminuir sus consumos de agua, luz y gas con el uso de ecotecnologías y productos ahorradores. En The Home Depot ofrecemos una gran variedad de estos productos, los cuales cuentan con la opción de servicio de instalación y envío.



Toda la información y orientación para nuestros clientes sobre el flujo del canje y los productos participantes se encuentra disponible en la página web: <http://www.homedepot.com.mx/hipoteca-verde>

Asimismo, contamos con **Mejoravit**, una alternativa de financiamiento que también ofrece Infonavit para realizar mejoras a las viviendas de los acreditados e incrementar el valor de su patrimonio. Con este crédito se pueden adquirir en nuestras Tiendas materiales, productos y servicios.

100% DE LA MADERA QUE VENDEMOS ESTÁ CERTIFICADA por *Forest Stewardship Council (FSC)*.



04

JUNTOS CONSTRUIMOS
RELACIONES SÓLIDAS

QUE PERDURAN
EN EL TIEMPO...



80 MILLONES
DE VISITAS A NUESTRA
TIENDA EN LÍNEA



80% DE LOS PRODUCTOS
QUE VENDEMOS PROVIENEN
DE PROVEEDORES MEXICANOS



78 ASOCIADOS(AS)
CON DISCAPACIDAD



+800 PROVEEDORES
EN NUESTRA CADENA DE VALOR
SON LOCALES



NUESTRA

CADENA DE VALOR

Nuestra familia Naranja se conforma por todos los que hacen posible que en The Home Depot contemos con la oferta más extensa de mejoras para el hogar y la pongamos al alcance de nuestros clientes porque *juntos* mejoramos la calidad de vida de miles de mexicanos.

Comercio en línea

GRI 102-2, 102-6, 102-7

Nuestra Tienda en línea cuenta con el catálogo más amplio de productos de mejora para el hogar en México al ofrecer más de 21 mil artículos de primera calidad enfocados en la remodelación, reparación, mantenimiento, construcción y decoración, con los precios más competitivos, opciones de crédito y facilidades de entrega.

2018 fue un gran año para la Tienda en línea, ya que nuestra estrategia principal se enfocó en el concepto *interconnected retail*, uniendo Tiendas al sitio y al sitio con las Tiendas. Uno de los proyectos más relevantes fue la migración de toda nuestra plataforma en línea a una de última generación

que se adapta a las necesidades y hábitos de nuestros clientes.

Una de las mejoras de la migración es que el sitio es responsivo, por lo que nuestros clientes pueden acceder a nuestra Tienda en línea a través de cualquier computadora o dispositivo móvil y desde cualquier lugar en el momento que decidan.

Nuestro catálogo ofrece información cada vez más detallada de los productos, fotografías en diversos ángulos, videos, una breve descripción, así como especificaciones técnicas para una mejor decisión de compra. Los productos pueden ser recogidos por nuestros clientes en Tienda, o pedir



que sean entregados en la puerta de su casa o en el lugar de su preferencia.

A través de la nueva plataforma en línea los clientes pueden encontrar más rápido los productos que buscan, ya que brindamos mejores atributos para el filtrado de artículos y contamos con una mayor flexibilidad en la configuración de reglas de búsqueda.

También trabajamos para brindar una mejor experiencia de compra al cliente al simplificar el proceso de pago en el sitio, además de permitir la compra como invitado sin necesidad de registrarse.

Este año liberamos la capacidad de venta de nuestro Catálogo Extendido, que nos permite ofrecer productos que no manejamos en nuestras Tiendas y así romper las barreras de los espacios físicos, logrando satisfacer las necesidades de nuestros clientes al ofrecer más modelos y estilos, así como nuevas categorías de productos.

Por otro lado, implementamos una nueva plataforma multicanal de atención al cliente que nos permite estar en contacto vía Whatsapp, SMS, chat, correo electrónico y redes sociales.

Avanzamos en el espacio de la personalización y automatización, al implementar herramientas que utilizan algoritmos inteligentes que aprenden del comportamiento de nuestros clientes en el sitio y pueden personalizar su experiencia basado en ello. Asimismo, nos permiten segmentar nuestras campañas con una mayor efectividad y hacen más productiva nuestra inversión.

Al cierre de 2018 registramos más visitas en nuestra Tienda en línea que en todas nuestras Tiendas físicas, las ventas siguen creciendo a ritmos acelerados y de doble dígito alto,

incrementando la participación en las ventas globales de la compañía en México.

Poniendo la experiencia de nuestros clientes como prioridad, estamos comprometidos a seguir invirtiendo y desarrollando nuestra plataforma en línea en lo que respecta a la logística, métodos de pago, variedad de productos, segmentación y personalización, entre otras cosas.

De la misma manera, es nuestro objetivo seguir construyendo la mejor experiencia de compra interconectada, buscando borrar las barreras entre el mundo físico y el digital.

□ DURANTE 2018 REGISTRAMOS MÁS DE **80 MILLONES DE VISITAS A NUESTRA TIENDA EN LÍNEA**

COMPRA EN LÍNEA 

NUESTRAS VENTAS SIGUEN CRECIENDO A RITMOS ACCELERADOS Y DE DOBLE DÍGITO ALTO.



Grupos de interés

GRI 102-21, 102-40, 102-42, 102-43, 102-44

En The Home Depot México interactuamos con clientes, proveedores, Asociados(as) y otros grupos de interés en todos los estados de la República Mexicana donde tenemos operaciones.

Con cada uno entablamos una comunicación de forma continua y bidireccional a través de medios específicos, de donde obtenemos retroalimentación.

GRUPO DE INTERÉS	MEDIOS DE COMUNICACIÓN	FRECUENCIA	TEMAS CLAVE SURGIDOS DE LA COMUNICACIÓN
Clientes	Módulos de servicio al cliente en Tiendas	Diaria	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades para interacción con cliente (contenido para comentar y participar)
	Líneas de atención a clientes	Diaria	<ul style="list-style-type: none"> • Aperturas • Asesoría • Catálogo en línea
	Página web	Diaria	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Community managers</i> (atención al cliente y dudas de productos)
	Catálogo de productos	Semanal	<ul style="list-style-type: none"> • Cultura de The Home Depot • Devoluciones
	Blog	Semanal	<ul style="list-style-type: none"> • Eventos deportivos/patrocinos
	Club de jardinería		<ul style="list-style-type: none"> • Garantía de precios
	Publicidad tradicional	Semanal	<ul style="list-style-type: none"> • Garantías • <i>Hot sale</i>
	Publicidad digital	Diaria	<ul style="list-style-type: none"> • Impulso a la realización de proyectos • Meses sin intereses
	Redes sociales	Semanal	<ul style="list-style-type: none"> • Productos (innovaciones, precios, promociones y ofertas)
	Medios tradicionales	Diaria	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad social • Tecnología/innovación
LinkedIn	Diaria	<ul style="list-style-type: none"> • Temporalidades (exposiciones) • Tipos de pago 	



GRUPO DE INTERÉS	MEDIOS DE COMUNICACIÓN	FRECUENCIA	TEMAS CLAVE SURGIDOS DE LA COMUNICACIÓN
Asociados(as)	Videos	Quincenal	<ul style="list-style-type: none"> • Activaciones • Avisos generales (asuetos, cambios de horario, clima)
	Comunicados internos (e-mailing)	Diaria	<ul style="list-style-type: none"> • Boletines, revista digital y comunicación • Capacitación (de producto, temas operativos)
	Intranet	Semanal	<ul style="list-style-type: none"> • Cultura organizacional • Cumpleaños y menú corporativo
	Revista	Mensual	<ul style="list-style-type: none"> • Eventos y dinámicas • Historias de éxito de Asociados(as)
	Campañas internas	Anual	<ul style="list-style-type: none"> • Oportunidades de ventas • Producto
	Tableros	Quincenal	<ul style="list-style-type: none"> • Programas institucionales • Reconocimientos
	Transmisión circuito cerrado (webcast)	Semanal	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos humanos (beneficios, altas) • Responsabilidad social
	Task manager	Diaria	<ul style="list-style-type: none"> • Salud ocupacional • Seguimiento a resultados de ventas
	Línea de alerta	Diaria	<ul style="list-style-type: none"> • Seguridad de la información • Temas de logística, seguridad, temporada y operativos
	LinkedIn	Diaria	<ul style="list-style-type: none"> • Ventas • Videos (innovaciones, producto, promociones)
Comunidad	Redes sociales	Mensual	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades • Beneficiados
	Correos	Diaria	<ul style="list-style-type: none"> • Donaciones • Metas
	Informe	Anual	<ul style="list-style-type: none"> • Procesos • Proyectos
	Eventos	Anual	<ul style="list-style-type: none"> • Resultados • Solicitud de donativos
	Participación en foros	Bimestral	
	Comunicados de prensa	Mensual	
Proveedores	Medios tradicionales	Mensual	<ul style="list-style-type: none"> • Feria de proveedores • Negociaciones
	Ferias	Anual	<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores potenciales • Recall de producto
	Plataforma para proveedores	Diaria	<ul style="list-style-type: none"> • Requisitos de proveedores
	Comunicados	Mensual	



Nuestros clientes

GRI 102-44

En The Home Depot el cliente es el centro de todo lo que hacemos, por esta razón trabajamos para cumplir con uno de nuestros valores fundamentales: **Excelente servicio al cliente.**

Cada año atendemos a más de 62 millones de visitantes en nuestras tiendas con distintos perfiles y necesidades de compra que tienen como objetivo en común encontrar los mejores productos para realizar mejoras en sus espacios.

Para garantizar que la atención que brindamos a nuestra variedad de clientes es la adecuada, los clasificamos en cuatro categorías de acuerdo con su perfil de compra: Cliente Pro, Cliente Oficio, E-Commerce y DIY (Hazlo tú mismo).

 • **CLIENTE PRO:** compañías como constructoras y desarrolladoras que escogen realizar sus compras en The Home Depot para el mantenimiento y construcción de sus grandes proyectos.

 • **CLIENTE OFICIO:** expertos dedicados a realizar reparaciones y/o mejoras del hogar.

 • **E-COMMERCE:** clientes que prefieren la comodidad de las compras a un click de distancia.

 • **DIY (HAZLO TÚ MISMO):** clientes que buscan reparar, remodelar o decorar su hogar, oficina o proyectos de construcción personal.

Trabajamos para **CONECTAR DE UNA MANERA PERSONAL CON CADA CLIENTE**, entregándoles la información y el producto adecuado a sus necesidades.



Como parte de nuestro propósito de brindar un excelente servicio al cliente, mejorar la experiencia de compra y la oferta de productos, en 2018 utilizamos diferentes mecanismos para recibir y atender las opiniones, sugerencias y retroalimentaciones por parte de nuestros clientes:

-  • **CALL CENTER:** contamos con un equipo que recibe y da seguimiento a las quejas y sugerencias que se reciben por llamada, correo electrónico o redes sociales.
-  • **MONITOREO DE SALUD DE MARCA:** es una encuesta realizada a nuestros clientes que nos permite conocer la percepción de la marca a nivel mercado en indicadores como producto y servicio.
-  • **MYSTERY SHOPPERS:** 80 compradores encubiertos nos ayudaron a detectar oportunidades y fortalezas en el proceso de compra en nuestras Tiendas.
-  • **ENCUESTAS DE SERVICIO:** activas las 24 horas del día y los 7 días de la semana para entender qué podemos hacer para mejorar la experiencia de compra en futuras visitas de nuestros clientes. Realizamos un promedio de 15,000 encuestas mensuales en las que identificamos un incremento del servicio de 1.2% en el segundo semestre de 2018, además, las quejas disminuyeron en 14% comparado con 2017.



NUESTROS CLIENTES SON PRIMERO y así lo comunicamos internamente para que el esfuerzo y atención de todos los Asociados(as) esté centrados en ellos.

Para dar atención de manera responsable a los(as) clientes y proveedores(as) con discapacidad o de la tercera edad que visitan nuestras Tiendas y Oficinas, así como para lograr la integración completa de nuestros **78 Asociados(as)** con discapacidad, en 2018 diseñamos y pusimos en marcha un plan de trabajo para mejorar la accesibilidad de todas nuestras Tiendas.

Para hacerlo, tomamos como base los principios del Diseño Universal que buscan alcanzar la accesibilidad para todos.

Adecuaciones que estamos realizando:

- Guías podotáctiles en los accesos y piso de ventas.
- Letreros con Sistema Braille en la señalización.
- Baños adaptados.
- Mingitorio en cada módulo de sanitarios (Asociados y clientes) con barras de soporte y gancho para sujetar bastón o muletas.
- Espacios para atender a personas con discapacidad en Módulo de Servicio al Cliente, Piso de venta, entrada de personal y cajas, entre otros.
- Manijas y mirillas bajas (con una altura menor a 1.20 metros).
- Sillas de evaluación espaciales para personas con discapacidad física.

Nuestra meta es **HABILITAR 20 TIENDAS POR AÑO.**



Proveedores

GRI 204-1, 308-1, 308-2, 414-1, 414-2

En The Home Depot México trabajamos con más de 800 proveedores de los cuáles el 66% son locales, es decir, son comercializadores y/o productores que tienen razón social establecida en México.

PROVEEDORES POR ORIGEN 2018

66%
PROVEEDORES
LOCALES



34%
PROVEEDORES
EXTRANJEROS

+800
PROVEEDORES
EN TOTAL

80% DE LOS PRODUCTOS QUE VENDEMOS PROVIENEN DE PROVEEDORES MEXICANOS

A todos los proveedores extranjeros, así como también los proveedores locales que manejan nuestras propias marcas, los evaluamos de acuerdo con una lista de criterios ambientales y sociales efectuada por un proveedor de servicio externo, de donde se obtiene una calificación con base en la cual definimos si se puede hacer negocio o no con dicho proveedor. Estas revisiones se realizan periódicamente, dependiendo de la calificación pueden ser cada año o cada dos años, sin excepción y durante toda la vida de la relación entre el proveedor y The Home Depot.

Como resultado de la evaluación de 2018, identificamos un proveedor de China con impactos ambientales negativos y dos proveedores de China con impactos sociales negativos, como resultado de esto pusimos fin a la relación comercial con dos de ellos, mientras que con el tercero, dado que su impacto no era tan severo, acordamos mejoras para evitar problemas futuros.

En 2018 **EVALUAMOS A MÁS DE 100 PROVEEDORES** bajo criterios ambientales y sociales.

Con el fin de ampliar la presencia de proveeduría mexicana The Home Depot realizó en 2018 la **10° Feria de Proveedores**, en esta ocasión en Aguascalientes.

En la Feria de Proveedores se busca identificar a empresas con potencial para desarrollar productos para venta y exportación en Tiendas de The Home Depot. Participan empresas fabricantes que cuentan con productos de mejoras para el hogar dentro de alguna de las más de 35 categorías de nuestro catálogo.

Las empresas interesadas en formar parte de nuestra cadena de suministro pueden registrarse en nuestro sitio web para ser evaluadas, para saber si cumplen con el tipo de productos que necesitamos y en aspectos como calidad, seguridad y responsabilidad social.

Cuando una empresa es seleccionada como proveedor buscamos orientarlos desde nuestro departamento de *Global Sourcing* para que puedan llegar a competir en un entorno global.

Nos enfocamos en dar recomendaciones para mejorar la competitividad de sus productos, así como apoyarlos en trabajar con nuestras agencias aprobadas para certificar sus productos de acuerdo a las normas locales (NOM) e internacionales aplicables a sus productos.

Adicional a la labor que hacemos en las ferias, el departamento de *Global Sourcing* identifica proveedores con gran potencial para venta a las Tiendas de México, y también para exportación a Estados Unidos y Canadá.

Desde 2001 **HEMOS ENTREVISTADO A MÁS DE 600 EMPRESAS** de 29 estados de la República Mexicana.

Derechos humanos

GRI 408-1, 409-1, 412-1, 412-2, 412-3, 414-2

Para mantener relaciones sólidas y de respeto con todos los que interactuamos, en The Home Depot respetamos los derechos humanos y rechazamos cualquier acto de discriminación, abuso, coerción o amenaza, al interior o exterior de nuestras instalaciones.

Con todos los proveedores de importación más los proveedores nacionales que nos fabrican nuestras marcas propias, periódicamente llevamos a cabo auditorías y protocolos de auditoría de fábricas (SER, *Social, Environmental and Responsibility program*) que contienen más de 100 puntos de revisión sobre leyes y regulaciones, trabajo infantil, trabajo forzado, acoso y abuso sexual, compensaciones, horarios de trabajo, no discriminación, libertad de asociación, seguridad e higiene, medio ambiente, subcontratación, comunicación, ética de negocios, monitoreo y cumplimiento de normatividad.

Además, cada año evaluamos las operaciones de aquellos proveedores que tienen un riesgo significativo de presentar casos de trabajo infantil o que cuentan con actividades expuestas a riesgos. En 2018 identificamos a un proveedor con riesgo de trabajo infantil en China y ningún caso de trabajo forzoso.



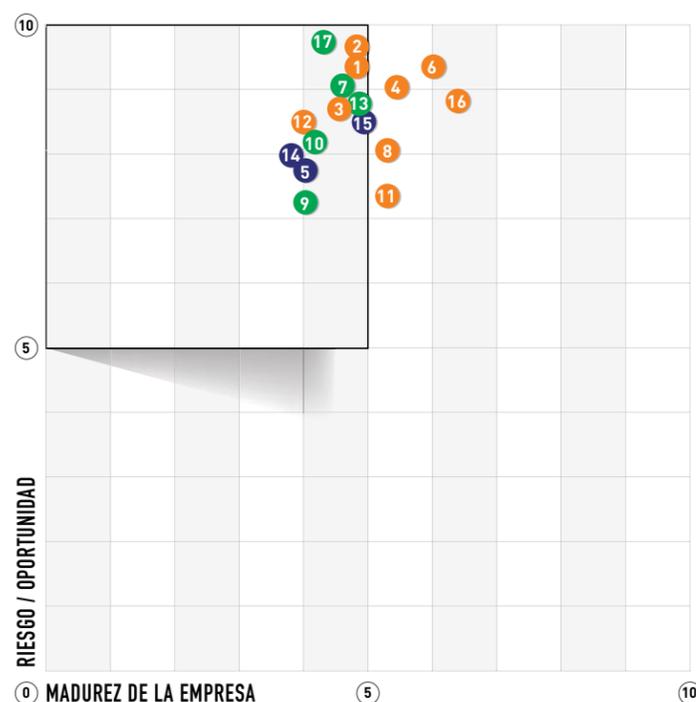
ANEXOS

Materialidad

GRI 102-46, 102-47

En 2017 realizamos nuestro primer análisis de materialidad siguiendo la metodología y los principios recomendados por *Global Reporting Initiative (GRI)* a fin de identificar los temas que generan mayores impactos en nuestra operación, negocio, posición en el mercado, rentabilidad, reputación y creación de valor.

El análisis se llevó a cabo a partir de entrevistas a colaboradores y directivos clave, así como de un comparativo con empresas similares y otras líderes en sustentabilidad. El resultado fueron 17 temas materiales que se clasificaron por nivel de importancia y por el ámbito en el que generan mayor impacto sobre nuestra operación.



NO.	CONCEPTO	ÁMBITO	NO.	CONCEPTO	ÁMBITO
1	Top Management	●	9	Cargas excesivas de trabajo	●
2	Capacitación y desarrollo de Asociados(as)	●	10	Estrés laboral	●
3	Proveedores e innovación	●	11	Proceso de distribución	●
4	Entendimiento del mercado	●	12	Menores precios/menores márgenes	●
5	Innovación y tecnología	●	13	Participación activa con la comunidad	●
6	Manejo de crisis	●	14	Uso de energías renovables	●
7	Comunicación de proyectos sociales/ buenas prácticas	●	15	Manejo de residuos peligrosos	●
8	Calidad de vida en la empresa	●	16	Estrategia de sostenibilidad	●
			17	Comunicación integral comercial y sostenible	●

- Ámbito Económico
- Ámbito Ético
- Ámbito Social
- Ámbito Ambiental

Certificaciones y reconocimientos

GRI 102-12

- DESDE 2006**
Tiendas y OAT

DISTINTIVO EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE - 12 AÑOS

Promovemos acciones de responsabilidad social empresarial, bajo un enfoque ético, tomando en cuenta la comunidad y el medio ambiente.
- DESDE 2012**
Tiendas y OAT

NORMA MEXICANA EN IGUALDAD LABORAL Y NO DISCRIMINACIÓN

Llevamos a cabo prácticas en materia de igualdad laboral que favorecen el desarrollo integral de nuestros Asociados y Asociadas.
- DESDE 2012**
Tiendas

DISTINTIVO EMPRESA INCLUYENTE

Mantenemos sólidas políticas y prácticas de inclusión laboral de personas en situación de vulnerabilidad.
- DESDE 2012**
Tiendas y OAT

DISTINTIVO EMPRESA FAMILIARMENTE RESPONSABLE

Impulsamos el crecimiento integral de nuestros Asociados y Asociadas en el ámbito personal, familiar y profesional.



Asociaciones en las que participamos

GRI 102-13

Mantenemos participación como miembros de distintas asociaciones nacionales e internacionales.

- ANTAD (Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, A.C.)
- American Chamber
- AMVO (Asociación Mexicana de Venta Online)
- Clúster de Vivienda de Nuevo León



Acerca del informe

GRI 102-10, 102-48, 102-49, 102-50, 102-51, 102-52, 102-54, 102-56

Con el objetivo de transparentar con nuestros grupos de interés los resultados que obtuvimos durante el año en temas sociales, laborales y ambientales, presentamos el Informe Anual de Responsabilidad Social de The Home Depot 2018.

Por segundo año consecutivo, este documento fue elaborado siguiendo la metodología del *Global Reporting Initiative* (GRI). Contiene información que comprende del 1º de enero al 31 de diciembre de 2018, misma que se limita a las operaciones de The Home Depot en México y no incluye a otras entidades, empresas, proveedores o terceros.

Durante este periodo no se presentaron cambios significativos en nuestras operaciones ni reformulaciones sobre datos presentados anteriormente.

Este informe se ha elaborado de conformidad con los Estándares GRI: opción Esencial. Desarrollado por consultores expertos en el tema, pero sin ser verificado por una entidad externa.



Índice de Contenidos GRI

GRI 102-55

CONTENIDOS GENERALES

ESTÁNDAR GRI	DESCRIPCIÓN	PÁGINA	RESPUESTA
GRI 101: Fundamentos			
GRI 102: Contenidos Generales			
1. Perfil de la organización 2016			
102-1	Nombre de la organización.	8	
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios.	8, 71	
102-3	Ubicación de la sede.	contraportada	
102-4	Ubicación de las operaciones.	8, 10	
102-5	Propiedad y forma jurídica.	8	
102-6	Mercados servidos.	71	
102-7	Tamaño de la organización.	8, 10, 43, 71	
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores.	43	
102-9	Cadena de suministro.	-	La descripción de nuestra cadena de valor se puede consultar en la página 68 del "2018 Responsibility Report, A Year of Progress" de The Home Depot.
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro.	86	
102-12	Iniciativas externas.	85	
102-13	Afiliación a asociaciones.	85	
2. Estrategia 2016			
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones.	4	
3. Ética e integridad 2016			
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta.	8, 13, 43	
102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas.	13	
4. Gobernanza 2016			
102-18	Estructura de gobernanza.	12	
102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales.	12	
102-21	Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales.	74	
102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno.	12	
102-25	Conflictos de interés.	13	
102-26	Función del máximo órgano de gobierno en la selección de objetivos, valores y estrategia.	12	
102-31	Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales.	12	

ESTÁNDAR GRI	DESCRIPCIÓN	PÁGINA	RESPUESTA
102-32	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad.	12	
5. Participación de los grupos de interés 2016			
102-40	Lista de grupos de interés.	74	
102-41	Acuerdos de negociación colectiva.	-	Información confidencial por razones estratégicas.
102-42	Identificación y selección de grupos de interés.	74	
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés.	74	
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados.	74, 76	
6. Prácticas para la elaboración de informes 2016			
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados.	-	Home Depot México, S. de R.L. de C.V., Asociados Home Depot, S.A. de C.V., Servicios Home Depot, S. de R.L. de C.V., Home Depot Distribución, S.A. de C.V., Home Mart México, S.A. de C.V., y Compromiso Naranja, A.C.
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema.	84	
102-47	Lista de los temas materiales.	84	
102-48	Reexpresión de la información.	86	
102-49	Cambios en la elaboración de informes.	86	
102-50	Periodo objeto del informe.	86	
102-51	Fecha del último informe.	86	
102-52	Ciclo de elaboración de informes.	86	
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe.	contraportada	
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI.	86	
102-55	Índice de contenidos GRI.	87	
102-56	Verificación externa.	86	

CONTENIDOS ESPECÍFICOS

ESTÁNDAR GRI	DESCRIPCIÓN	PÁGINA	RESPUESTA
GRI 200: Estándares Económicos			
GRI 201 Desempeño económico 2016			
201-1	Valor económico directo generado y distribuido.	-	Este Estándar se presenta a nivel global en la Forma 10-K presentada por The Home Depot.
GRI 203 Impactos económicos indirectos 2016			
203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados.	26	
203-2	Impactos económicos indirectos significativos.	36	
GRI 204 Prácticas de adquisición 2016			
204-1	Proporción de gasto en proveedores locales.	79	
GRI 205 Anticorrupción 2016			
205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción.	13	
GRI 206 Competencia desleal 2016			
206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopolísticas y contra la libre competencia.	-	Esta información se encuentra disponible en el Código de Ética de The Home Depot en el capítulo Antimonopolio y competencia justa.
GRI 300: Estándares Ambientales			
GRI 301 Materiales 2016			
301-2	Insumos reciclados.	65	
301-3	Productos reutilizados y materiales de envasado.	65	
GRI 302 Energía 2016			
302-1	Consumo energético dentro de la organización.	64	
GRI 305 Emisiones 2016			
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1).	64	
GRI 308 Evaluación ambiental de proveedores 2016			
308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con criterios ambientales.	79	
308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.	79	

ESTÁNDAR GRI	DESCRIPCIÓN	PÁGINA	RESPUESTA
GRI 400: Estándares Sociales			
GRI 401 Empleo 2018			
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal.	49	
401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales.	50	
GRI 402 Relaciones trabajador-empresa 2016			
402-1	Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales.	-	Tres semanas en promedio.
GRI 403 Salud y seguridad en el trabajo 2016			
403-2	Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional.	56	
403-3	Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad.	-	El trabajo de algunos de nuestros Asociados(as) se relaciona con actividades con riesgo de contraer enfermedades como lesiones de espalda, lesiones musculoesqueléticas, intoxicación por plaguicidas, conjuntivitis química y ansiedad.
GRI 404 Formación y enseñanza 2016			
404-1	Media de horas de formación al año por empleado.	52	
404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición.	52	
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional.	55	
GRI 405 Diversidad e igualdad de oportunidades 2016			
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados.	43	
GRI 406 No discriminación 2016			
406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas.	-	Durante 2018 no se presentaron casos de discriminación.
GRI 408 Trabajo infantil 2016			
408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil.	81	

ESTÁNDAR GRI	DESCRIPCIÓN	PÁGINA	RESPUESTA
GRI 409 Trabajo forzoso u obligatorio 2016			
409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio.	81	
GRI 412 Evaluación de derechos humanos 2016			
412-1	Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	81	
412-2	Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos.	81	
412-3	Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos.	81	
GRI 413 Comunidades locales 2016			
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo.	19	
GRI 414 Evaluación social de proveedores 2016			
414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios sociales.	79	
414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.	79, 81	



VISITA NUESTRAS REDES SOCIALES

-  **Facebook:** /thehomedepotmx
-  **Twitter:** thehomedepotmx
-  **Pinterest:** thehomedepotmx
-  **Youtube:** thehomedepotmx
-  **Instagram:** @thehomedepotmx

<http://compromisonaranja.bitam.com/>



JUNTOS ES POSIBLE...

GRI 102-3, 102-53

WWW.HOMEDEPOT.COM.MX

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