



CONSTRUYE Y TRANSFORMA

INFORME ANUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

2019



EN **THE HOME DEPOT** SABEMOS QUE LAS BUENAS ACCIONES QUE HAGAMOS HOY TENDRÁN UN IMPACTO POSITIVO EN LAS COMUNIDADES EN LAS QUE TRABAJAMOS, EN EL DESARROLLO DE NUESTROS ASOCIADOS(AS), EN LA EXPERIENCIA DE NUESTROS CLIENTES Y EN LA CONFIANZA MUTUA CON NUESTROS PROVEEDORES. TENEMOS CLARO QUE ADEMÁS DE **CONSTRUIR** UNA RELACIÓN CON TODOS ELLOS, TENEMOS LA OPORTUNIDAD DE **TRANSFORMARNOS** JUNTOS Y SEGUIR CRECIENDO PARA...


**GENERAR FELICIDAD
HOGAR POR HOGAR
Y EN MÉXICO.**


CONSTRUYE EL FUTURO TRANSFORMA

ÍNDICE

| | |
|--|----|
| 2019 en cifras | 03 |
| Carta del Presidente y Director General | 04 |
| Perfil de la Empresa | 06 |
| Ética y Gobierno Corporativo | 09 |
| Entrevista de Vicepresidencia de Mercadotecnia, Servicios Especiales y Comercio en Línea | 14 |

| | | | |
|---|---|---|-----------|
| 1 |  | CONSTRUIMOS COMUNIDADES, TRANSFORMAMOS VIDAS | 16 |
|---|---|---|-----------|

| | | | |
|---|---|--|-----------|
| 2 |  | CONSTRUIMOS OPORTUNIDADES, TRANSFORMAMOS SUEÑOS | 38 |
|---|---|--|-----------|

| | | | |
|---|---|--|-----------|
| 3 |  | CONSTRUIMOS CONCIENCIA, TRANSFORMAMOS EL FUTURO | 60 |
|---|---|--|-----------|

| | | | |
|---|---|---|-----------|
| 4 |  | CONSTRUIMOS RELACIONES, TRANSFORMAMOS EXPERIENCIAS | 74 |
|---|---|---|-----------|

| | |
|------------------------------------|----|
| ANEXOS | |
| Grupos de interés | 88 |
| Materialidad | 90 |
| Acerca del Informe | 91 |
| Objetivos de Desarrollo Sostenible | 92 |
| Índice de contenidos GRI | 94 |

PRESENCIA EN MÉXICO

GRI 102-4, 102-6, 102-7

Desde nuestra llegada a México, gracias a nuestros clientes, Asociados(as), proveedores y comunidades, hoy podemos decir que nos sentimos orgullosos de llegar cada vez a más hogares de todos los Estados de la República.



2 APERTURAS EN 2019

Estado de México
Neza
No. tienda 1165

Estado de México
Atizapán
No. tienda 1167

125 TIENDAS

32 ESTADOS

90 CIUDADES

2019 EN CIFRAS

+62 M

VISITAS A TIENDAS

65

TRIMESTRES CONSECUTIVOS CON RESULTADOS POSITIVOS

37%

DE NUESTROS ASOCIADOS SON MUJERES Y 63% HOMBRES

60 HORAS

DE CAPACITACIÓN PROMEDIO ANUAL POR ASOCIADO(A)

27%

DE REDUCCIÓN DE EMISIONES DE CO²

45%

DE LA ENERGÍA QUE CONSUMIMOS EN TIENDAS ES RENOVABLE

\$97 MDP

DONADOS EN MERCANCÍA Y PINTURA

830

JORNADAS DE VOLUNTARIADO EQUIPOS DEPOT

+23 MIL

PRODUCTOS EN LÍNEA

1.6

VECES MÁS VISITAS EN LA TIENDA EN LÍNEA QUE LAS TIENDAS FÍSICAS



PEPE RODRÍGUEZ GARZA
PRESIDENTE Y DIRECTOR
GENERAL DE THE HOME DEPOT
MÉXICO

CARTA DEL PRESIDENTE Y DIRECTOR GENERAL

GRI 102-14, 102-15

Me da mucho orgullo presentar nuestro 7° Informe Anual de Responsabilidad Social, siendo el Informe 2019 el tercer año consecutivo en elaborarlo bajo la metodología Global Reporting Initiative, el cual es una muestra de nuestro compromiso por **Construir** una sólida relación con nuestros grupos de interés -Asociados(as), clientes, proveedores y comunidades- y **Transformar** sus vidas y la de las familias mexicanas.

2019 FUE UN AÑO DE CRECIMIENTO. NO SÓLO TUVIMOS UN AUMENTO EN TRANSACCIONES Y VENTAS, SINO TAMBIÉN EN NÚMERO DE TIENDAS; CON LA APERTURA DE 2 MÁS ESTE AÑO, CERRAMOS EL 2019 OPERANDO 125 A NIVEL NACIONAL.

Asimismo, hemos consolidado una exitosa estrategia omnicanal, brindando una experiencia al cliente que ha hecho que tan solo en este año recibiéramos cerca de 100 millones de visitas a nuestro sitio web.

Todo esto ha sido posible gracias a que en The Home Depot operamos con un gran apego a **nuestros valores** y a que vivimos nuestra Sangre Naranja para Devolver a la Comunidad, lo cual nos brinda una ventaja competitiva y fortalece nuestra propuesta de valor para seguir creciendo.

Como parte de nuestra Sangre Naranja, buscamos mejorar las comunidades en las que operamos a través de nuestro **Programa Nacional de Voluntariado** que denominamos "Equipos Depot". Tan solo en 2019 realizamos 830 jornadas con la participación de 9,050 Asociados(as) de Tiendas, Centros de Distribución y Oficinas de Apoyo a Tiendas, quienes donaron su tiempo y trabajo en beneficio de 745,000 personas y 561 instituciones, entre escuelas, albergues, asilos, asociaciones, hospitales y parques.

En 2019 continuamos con nuestro **Programa Nacional de Donación de Mercancía** para apoyar proyectos de construcción y remodelación de 434 instituciones que trabajan con distintas causas sociales, beneficiando a 4.8 millones de personas. En total donamos \$97 MDP en mercancía y pintura para apoyar a instituciones que más lo necesitan.

Trabajamos para **Construir oportunidades** de desarrollo para nuestros 16,280 Asociados(as), en un entorno de respeto a la diversidad e igualdad de oportunidades. Nuestros Asociados(as), quienes

portan con orgullo el mandil naranja, recibieron un promedio anual de 60 horas de capacitación. A la vez, **transformamos sus sueños** y desarrollamos sus capacidades y competencias por medio de la Universidad Home Depot, nuestra plataforma de e-learning, y otorgamos 110 becas de Orange Scholars, en apoyo a los hijos de nuestros Asociados(as) que estudian la preparatoria y universidad.

Con el firme compromiso de **Construir conciencia** para el cuidado de nuestro entorno, este año incrementamos 13% el consumo de energía proveniente de fuentes renovables, sumando un total de 45%. De igual manera, redujimos nuestras emisiones de CO2 en un 27% con relación al año pasado para **transformar el futuro**. Toda la madera que vendemos está certificada por el Forest Stewardship Council (FSC) y con nuestra metodología de logística inversa en el 70% de nuestras Tiendas, recolectamos y reutilizamos tarimas, cartón y empaques para seguir utilizándolos en el ciclo de producción, en un esfuerzo por contribuir a la economía circular.

Hemos **Construido relaciones** junto con nuestros proveedores para lograr durante 18 años, la mejor propuesta de valor impulsada por sus productos y sus marcas. En 2019 **transformamos la experiencia** de nuestros clientes y nuestros más de 967 proveedores, incrementando a un 83% la proveeduría local; es decir, con su razón social en México.

No me queda más que agradecer a todas las personas que contribuyen a que en The Home Depot sigamos cumpliendo nuestra filosofía de inspirar a nuestros clientes a que hagan realidad sus proyectos de mejora en casa. Los invito a que lean el Informe y nos compartan sus reflexiones y comentarios.

PERFIL DE LA EMPRESA

GRI 102-2, 102-7

CON MÁS DE 2,290 TIENDAS EN MÉXICO, ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ, SOMOS LA CADENA MINORISTA DE MEJORAS PARA EL HOGAR MÁS GRANDE DEL MUNDO.



+25,000

PRODUCTOS EN TIENDAS

+23,500

PRODUCTOS EN LÍNEA

NUESTROS VALORES ESENCIALES

GRI 102-16

Todas nuestras acciones están basadas en nuestros valores, los cuáles reflejan nuestras creencias, principios y estándares en todo lo que hacemos.



CERTIFICACIONES Y RECONOCIMIENTOS

GRI 102-10



Distintivo Empresa Socialmente Responsable

2006-2019 Tiendas y OAT

Centro Mexicano para la Filantropía



Norma Mexicana en Igualdad Laboral y No Discriminación

2012-2019 Tiendas y OAT

Secretaría de Trabajo y Previsión Social



Distintivo Empresa Incluyente

2012-2019 Tiendas

Secretaría de Trabajo y Previsión Social



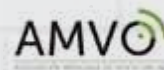
Distintivo Empresa Familiarmente Responsable

2012-2019 Tiendas y OAT

Secretaría de Trabajo y Previsión Social

ASOCIACIONES A LAS QUE PERTENECEMOS:

GRI 102-13



ÉTICA Y GOBIERNO CORPORATIVO

CÓDIGO DE CONDUCTA Y ÉTICA COMERCIAL

GRI 102-16

Todos los días enfrentamos el desafío de **Hacer lo Correcto**, de cumplir con las leyes que rigen nuestras actividades y de notificar cuando algo se debe corregir. [Nuestro Código de Conducta y Ética Comercial](#) brinda una guía para realizar las mejores prácticas.

Además, contamos con una Política de Conflictos de Interés en donde contiene aclaraciones, información y escenarios que nuestros Asociados(as) pueden enfrentarse en algún momento. Entre los temas que abarca esta política están:

RELACIONES CON TERCEROS:

Sobre cómo una relación social puede llegar a interferir en las decisiones comerciales.

MUESTRAS DE PRODUCTOS Y DONACIONES:

Sobre lo inapropiado de solicitar o aceptar productos en calidad de donación.

INTERESES FINANCIEROS:

Sobre invertir en negocios que son competencia o intercambiar información sobre otras compañías.

CONFIDENCIALIDAD:

Sobre no compartir información sobre el negocio con externos.

LÍNEA DE ALERTA AWARELINE

GRI 102-17

Ponemos a disposición de nuestros Asociados(as) y proveedores distintos canales de atención en donde pueden recurrir para reportar asuntos como:

VIOLENCIA O AMENAZAS

CONFLICTOS DE INTERÉS

ROBO O FRAUDE

REGALOS O ENTRETENIMIENTO QUE VIOLAN EL CÓDIGO DE CONDUCTA Y ÉTICA COMERCIAL

VIOLACIONES A LOS REGLAMENTOS

PREOCUPACIONES AMBIENTALES, DE SALUD O SEGURIDAD

PRÁCTICAS CONTABLES CUESTIONABLES

A través de nuestra **Línea de Alerta Awareline**, se pueden reportar las actividades que van en contra de nuestros valores:

CONTACTO CON EL EQUIPO DE CUMPLIMIENTO CORPORATIVO:
81557000 EXT. 5975
O AL **CORREO ELECTRÓNICO:**
cumplimiento_corporativo@homedepot.com.mx

Contacto con las áreas de Auditoría y Legal
www.thdawareline.com

Contacto con gerente, supervisor o jefe inmediato

Línea de Alerta para Asociados(as):
001-800-436-0228

Línea de Alerta para Proveedores:
001-888-765-8153

FORMACIÓN EN ÉTICA Y ANTICORRUPCIÓN

La capacitación constante nos permite fortalecer todos los conceptos relacionados con la ética entre nuestros Asociados(as).

EN 2019:

7,014 ASOCIADOS(AS)
CAPACITADOS EN EL CÓDIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA COMERCIAL

6,002 ASOCIADOS(AS)
CAPACITADOS EN LA POLÍTICA ANTICORRUPCIÓN Y CONFLICTOS DE INTERÉS

1 CAMPAÑA
DE COMUNICACIÓN INTERNA SOBRE LA LÍNEA DE ALERTA AWARELINE





DERECHOS HUMANOS

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.

RELACIONES ÉTICAS CON PROVEEDORES

Seguimos construyendo relaciones comerciales éticas con nuestros proveedores, a los cuales 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.

1,764
PROVEEDORES
INFORMADOS SOBRE
NUESTRAS POLÍTICAS
Y PROCEDIMIENTOS
ANTICORRUPCIÓN

HAGÁMOSLO BIEN

Continuamos apoyando 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.

GOBIERNO CORPORATIVO

GRI 102-18, 102-19, 102-22, 102-23, 102-24, 102-25, 102-26, 102-27, 102-28, 102-35, 102-36, 102-37, 102-38, 102-39

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

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.

Los [Lineamientos de Gobierno Corporativo](#) de The Home Depot establecen la estructura y el funcionamiento del Consejo de Administración y sus comisiones, así como los derechos y obligaciones de los consejeros que lo conforman.

EQUIPO DE LIDERAZGO

En The Home Depot México, el equipo directivo está conformado de la siguiente manera:

José Rodríguez
Presidente y Director General de The Home Depot México

Erika Díaz
Vp. Mercadotecnia, Servicios Especiales y Comercio en Línea

Germán Villacorta
Vp. Operaciones

Claudia De Koster
Directora Tecnologías de la Información

Gabriel López Negrete
Vp. Comercialización

Juan Echeverry
Vp. Servicio a Tiendas y Ventas Oficio

Eduardo Valenti
Vp. Recursos Humanos

Gerardo Guardado
Vp. Finanzas

Mónica Bichara
Directora Sr. Legal y Seguridad Corporativa

33%
DE NUESTRO
EQUIPO DIRECTIVO
SON MUJERES



¿CÓMO HA SIDO LA EVOLUCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN THE HOME DEPOT RESPECTO A LOS AVANCES DE LA SUSTENTABILIDAD EN LA INDUSTRIAL RETAIL?

Desde que la empresa fue creada, Devolver a la Comunidad ha sido uno de los valores que rigen nuestro desempeño. Esto lo materializamos a través de diversas iniciativas, entre las que se incluyen nuestros programas nacionales de voluntariado y de donación de mercancía y pintura, los cuales crecen cada año para beneficiar a un mayor número de personas.

En 2019 dimos un paso más en este proceso de evolución, al crear el área de Sustentabilidad, encargada de adaptar nuestros programas de responsabilidad social ya existentes a una estrategia más sustentable y de largo alcance, así como de gestionar nuevas iniciativas y extenderlas a nuestra cadena de valor. Durante 2020 se estará trabajando sobre estas iniciativas para brindar a nuestros clientes una selección de productos enfocados en el cuidado del medio ambiente.

La decisión de elaborar nuestro Informe bajo la metodología de Global Reporting Initiative es una muestra más de nuestro compromiso con la transparencia y la manera en la que comunicamos nuestros avances a nuestros grupos de interés, incluyendo clientes, proveedores, entidades regulatorias y público en general.

CADA VEZ MÁS, LAS EMPRESAS ESTÁN SITUANDO A LA SUSTENTABILIDAD EN EL CENTRO DEL NEGOCIO. ¿CÓMO SE POSICIONA ESTE TEMA AL INTERIOR DE THE HOME DEPOT?

Es fundamental para nosotros asegurar que la operación se realice en el marco de un negocio responsable y sustentable. Refleja los valores fundamentales sobre los que se construyó nuestra empresa y el espíritu emprendedor que nos permite prosperar en un mercado cambiante. También refleja nuestra visión de cómo será el éxito para nuestra empresa y nuestras comunidades en los próximos años.

Nuestro enfoque se centra en tres aspectos clave:

- Nuestros Asociados(as), quienes son clave en el éxito de nuestro negocio por lo que buscamos contar con el mejor talento, ofreciendo capacitación, así como un atractivo y gratificante ambiente de trabajo;
- Nuestra Comunidad, a la que buscamos impactar positivamente con nuestros programas de Responsabilidad Social;
- Operación Sustentable, al desarrollar proveeduría local que opera con elevados estándares, ampliar nuestra gama de productos ahorradores y promover una gestión eficiente de los recursos que necesitamos para operar.

¿CÓMO AYUDA THE HOME DEPOT A IMPACTAR POSITIVAMENTE LA CALIDAD DE VIDA LOS INTEGRANTES DE LA COMUNIDAD?

Lo hacemos de muchas maneras, pero una de las más importantes es a través de nuestras jornadas de voluntariado, que denominamos Equipos Depot. Son jornadas que realizamos en las 32

entidades federativas del país, a través de nuestros Asociados(as) que forman parte de nuestras Tiendas, Centros de Distribución Multicanal y Oficinas de Apoyo a tiendas.

A través de estas jornadas, realizamos mejoras a viviendas y espacios públicos, incluyendo parques, escuelas y centros comunitarios. También brindamos apoyo inmediato cuando ocurren desastres naturales o situaciones de contingencia.

Desde el año 2001, hemos realizado más de 7,000 jornadas en todo el país, contando con la participación de 71 mil voluntarios y beneficiando a 13.6 millones de personas. Esta es una de las formas a través de las cuales ratificamos nuestro compromiso con México.

¿QUÉ ACCIONES REALIZA THE HOME DEPOT POR MEDIO DE SUS PROGRAMAS PARA ATENDER LAS AFECTACIONES POR EL CAMBIO CLIMÁTICO O LOS DESASTRES NATURALES?

En The Home Depot trabajamos de manera constante en la lucha contra el cambio climático. Hemos implementado acciones que nos han permitido reducir nuestras emisiones de CO₂. Una de las principales es la utilización de 45% de energías renovables.

En el caso de desastres naturales, tenemos un programa para brindar apoyo a las personas, incluyendo Asociados(as) que se han visto afectadas. Donamos materiales, recursos y mano de obra para la reconstrucción de viviendas en los Estados que han sufrido daños, en alianza con gobiernos y organizaciones de la sociedad civil. Cuando ocurre un desastre natural, queremos ser los primeros en llegar y ser los últimos en irnos.



ERIKA DÍAZ VILAFRANCA
V.P. MERCADOTECNIA,
SERVICIOS ESPECIALES
Y COMERCIO EN LÍNEA

CONSTRUIMOS COMUNIDADES, TRANSFORMAMOS VIDAS.

GRI 103-1, 103-2,
103-3, 413-1

SUMANDO ESFUERZOS CON NUESTROS ASOCIADOS(AS), PROVEEDORES Y ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL, TRABAJAMOS PARA TRANSFORMAR LAS VIDAS DE LAS PERSONAS EN MÉXICO.

120 ASOCIADOS(AS)

APOYADOS CON FONDO NARANJA

1,200 INSTITUCIONES

APOYADAS CON NUESTROS PROGRAMAS

5.7 MILLONES

DE PERSONAS BENEFICIADAS

\$2.3 MDP

RECAUDADOS EN LA COLECTA "HAZ MÁS POR LOS DEMÁS"

01



TRANSFORMAMOS FAMILIAS.

▮▮ YO ME SIENTO MUY CONTENTO Y FELIZ, NOS DIO MUCHO GUSTO Y LES AGRADECEMOS TODO EL APOYO QUE NOS DIERON. DIOS LOS BENDIGA MUCHO Y SIEMPRE LOS VAMOS A TENER EN EL CORAZÓN. ▮▮

FAMILIA LÓPEZ RAMÍREZ



The Home Depot México

NUESTRO COMPROMISO

GRI 102-4, 102-7

EN THE HOME DEPOT ESTAMOS CONVENCIDOS DE QUE CADA ACCIÓN QUE EMPRENDEMOS MARCA LA DIFERENCIA. DEVOLVER A LA COMUNIDAD ES EL VALOR DE NUESTRO PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SUSTENTABILIDAD, EL CUAL SE DESPRENDE DE NUESTRA MISIÓN:
GENERAR FELICIDAD HOGAR POR HOGAR Y EN MÉXICO.

El área encargada de coordinar este programa es la Gerencia de Responsabilidad Social y Relaciones Públicas bajo la supervisión de la Vicepresidencia de Mercadotecnia, Servicios Especiales y Comercio en Línea



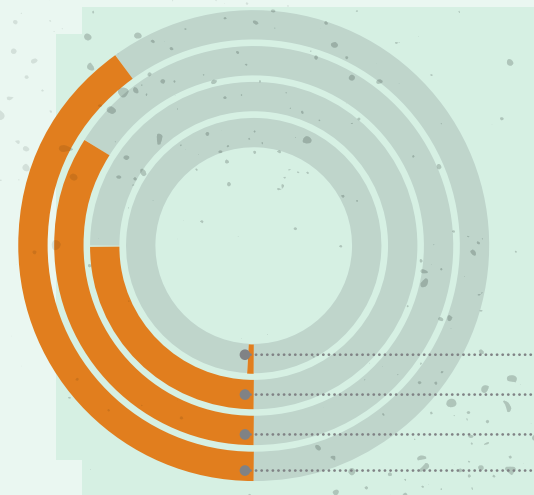
INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL 2019

LOS RESULTADOS DE EQUIPOS DEPOT DE OFICINAS DE APOYO A TIENDAS:

9,050 VOLUNTARIOS*
DONARON **22,819 HORAS DE TRABAJO**

561 INSTITUCIONES
APOYADAS ENTRE ESCUELAS, ALBERGUES, ASILOS, ASOCIACIONES CIVILES, HOSPITALES Y PARQUES

745 MIL PERSONAS
BENEFICIADAS



VOLUNTARIADO EQUIPOS DEPOT

GRI 413-1

Lo que nos distingue en The Home Depot es vivir nuestra Sangre Naranja a través de nuestras iniciativas de Responsabilidad Social.

Las jornadas de Voluntariado Equipos Depot se realizan por Asociados(as) comprometidos, quienes donan su tiempo, esfuerzo y trabajo manual en beneficio de personas en alguna situación de vulnerabilidad.

Los Equipos Depot están conformados por Asociados(as) que provienen de nuestras 125 Tiendas de México, de los dos Centros de Distribución Multicanal y de nuestras Oficinas de Apoyo a Tiendas.

En 2019, los Equipos Depot de Tiendas estuvieron formados por 9,050 participantes, es decir, aumentamos en 5.1% la participación de Asociados(as).

830 JORNADAS
DE VOLUNTARIADO REALIZADAS:

- 1% Construcción y reconstrucción
- 25% Jardín y limpieza
- 34% Asistencia social
- 40% Mantenimiento de espacios



En los Equipos Depot de Oficinas de Apoyo a Tiendas, **Devolvemos a la Comunidad** a través de jornadas de voluntariado, donde dedicamos parte de nuestro horario de trabajo a mejorar los espacios públicos, y junto con instituciones y la comunidad misma, mejoramos la calidad de vida de quienes más lo necesitan.

LOS RESULTADOS DE EQUIPOS DEPOT DE OFICINAS DE APOYO A TIENDAS:

LIMPIEZA DE GRAFITI EN LA HUASTECA, NUEVO LEÓN

REFORESTACIÓN DE 31 ÁRBOLES EN EL MUNICIPIO DE SAN PEDRO, NUEVO LEÓN.

REHABILITACIÓN DE 3 ESCUELAS EN NUEVO LEÓN

ENTRE OTRAS **ACTIVIDADES DE ASISTENCIA SOCIAL** EN ASILOS Y CENTROS DE SALUD EN NUEVO LEÓN

265 VOLUNTARIOS
40% DE LA PLANTILLA DE NUESTRAS OFICINAS

13 JORNADAS
DE VOLUNTARIADO REALIZADAS EN **7 INSTITUCIONES** DE ASISTENCIA SOCIAL, SALUD Y MEDIO AMBIENTE.



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

EVOLUCIÓN DE LOS EQUIPOS DEPOT



COMPROMISO NARANJA
Equipo Depot

2001

Llega **The Home Depot** a México y **nacen los Equipos Depot en Tiendas, comunidad y Oficinas de apoyo a tiendas**



2007

Asociados(as) apoyaron a la población de Tabasco al sufrir la peor inundación de la historia en la Ciudad. Los Equipos Depot **se enfocan en rehabilitación de espacios**

2015

Jornada de voluntariado **Equipos Depot #5,000** y aumentamos a un **40% de la plantilla la participación de los Asociados(as)**



2012

Primer Jornada Nacional del Medio ambiente con participación de **1,500 Asociados(as) en un solo día**

2008

Realizamos la jornada de voluntariado **Equipos Depot #1,000**

2017

Por primera vez realizamos **alianza con proveedores** y **Techo** en 3 jornadas de Equipos Depot de construcción en el Estado de México y Monterrey.

2018

Construimos **7 viviendas** junto con **Techo** y **Construyendo** en apoyo a las familias afectadas por el Sismo del 2017

2019

Incrementamos nuestros Equipos Depot en OAT, con **participación de 40% de la plantilla en las Oficinas** y **participación de proveedores**

DESDE EL 2001 HEMOS REALIZADO MÁS DE 7,000 JORNADAS Y BENEFICIADO A 13.6 M DE PERSONAS GRACIAS A LA PARTICIPACIÓN DE 71 MIL VOLUNTARIOS*

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



UNIDOS POR LA VIVIENDA

DURANTE 2018 INVITAMOS A NUESTROS PROVEEDORES A QUE SE SUMARAN A LA INICIATIVA UNIDOS POR LA VIVIENDA EN MÉXICO. CON LOS **\$1.8MDP RECAUDADOS** EN ESTE APOYO, HOME DEPOT DUPLICÓ LA APORTACIÓN, BENEFICIANDO CON **\$3.6 MDP** EN TOTAL A 3 ORGANIZACIONES: PIENZA SOSTENIBLE, TECHO Y CONSTRUYENDO.

(π)erZa SOSTENIBLE



EN 2019 SE EJECUTARON LOS PROYECTOS Y JUNTOS LOGRAMOS:

66 VIVIENDAS ENTREGADAS
66 FAMILIAS BENEFICIADAS

5 JORNADAS DE VOLUNTARIADO EN CONJUNTO CON **PROVEEDORES** CON **+100 VOLUNTARIOS**

5 ESTADOS: CDMX, EDOMEX, OAXACA, NUEVO LEÓN Y VERACRUZ





\$97 MDP
DE MERCANCÍA Y PINTURA
DONADA

434 INSTITUCIONES
APOYADAS

4.8 MILLONES
DE PERSONAS BENEFICIADAS

DONACIONES DE MERCANCÍA

Nos enfocamos en seguir impactando positivamente a México por medio de nuestros programas de Responsabilidad Social en beneficio de las comunidades en necesidad. A través de nuestras donaciones en especie, apoyamos proyectos de remodelación, construcción y/o mantenimiento en las instalaciones de organizaciones que apoyan distintas causas sociales y así seguir transformando vidas.

Con nuestro programa de donación de mercancía mejoramos espacios públicos y privados con productos que manejamos en Tiendas.

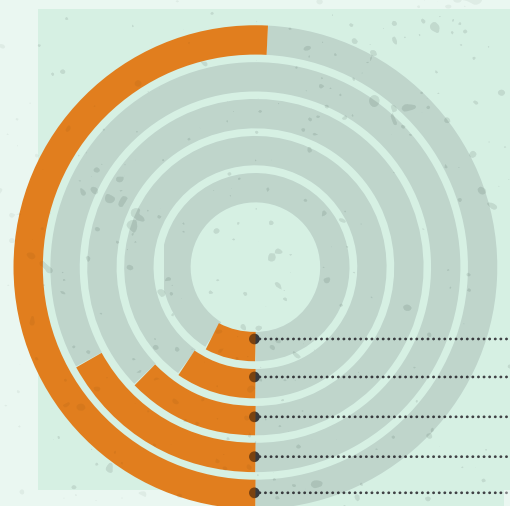
EN 2019 DONAMOS, ENTRE OTROS PRODUCTOS:

- | | |
|---------------------------------|--------------------------|
| 659 REGADERAS | 122 POMOS |
| 650 PUERTAS | 18,000 FOCOS |
| 477 MINISPLITS | 58 CALENTADORES |
| 331 MEZCLADORAS | 62 CAMPANAS |
| 213 LÁMPARAS DE TECHO | 25 ESTUFAS |
| 192 SANITARIOS | 14 REFRIGERADORES |
| 155 PERSIANAS | 10 PANTALLAS. |

Mercancía:

\$65.5 MDP
EN MERCANCÍA DONADA A
81 INSTITUCIONES QUE TRABAJAN LAS
SIGUIENTES CAUSAS:

- 9%** Construcción y/o vivienda
- 10%** Educación
- 13%** Inclusión
- 17%** Salud
- 51%** Asistencia



Por medio de nuestro programa de Donación de pintura, beneficiamos a familias, comunidades e instituciones a que sus instalaciones se mantengan en las condiciones adecuadas.

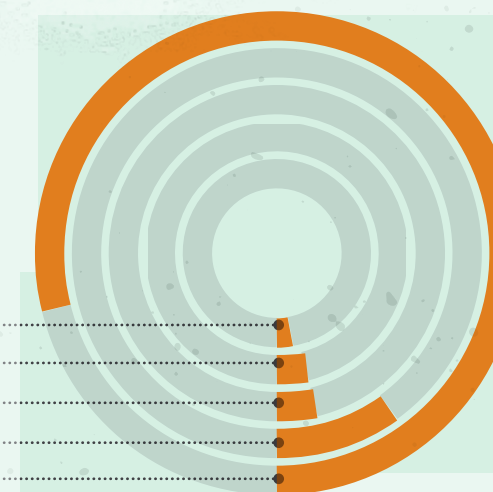


**DESDE EL 2001, HEMOS BENEFICIADO A MÁS DE
4,282 INSTITUCIONES A TRAVÉS DE
\$1,219 MDP DONADOS EN MERCANCÍA Y PINTURA**

Pintura:

\$32 MDP
EN 111,862 UNIDADES DE PINTURA
DONADA A **353 INSTITUCIONES** QUE
TRABAJAN EN LAS SIGUIENTES CAUSAS:

- CONSTRUCCIÓN Y/O VIVIENDA **3%**
- EDUCACIÓN **4%**
- INCLUSIÓN **4%**
- SALUD **10%**
- ASISTENCIA **79%**





36%

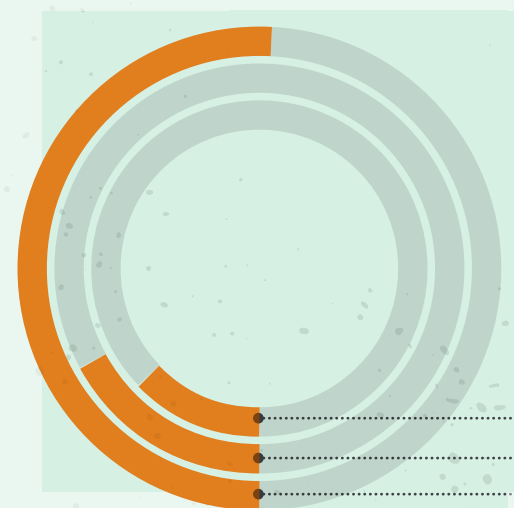
DE LOS ASOCIADOS(AS)
SE ENCUENTRAN
APORTANDO AL 2019



" NUNCA PENSÉ QUE TENDRÍA QUE RECURRIR A ESTE APOYO PERO UNO NUNCA SABE. ESTOY MUY AGRADECIDO CON LA EMPRESA, ME SIENTO MUY ORGULLOSO DE FORMAR PARTE DE ESTA GRAN FAMILIA NARANJA. "

**JAIME RAFAEL,
CHIHUAHUA.**

EN 2019:



FONDO NARANJA

El Cuidado de Nuestra Gente es un valor que nos mueve a apoyar a nuestros Asociados(as) en los momentos en que más lo necesitan. Fondo Naranja es nuestro programa de apoyo para Asociados(as) que requieren asistencia en tres rubros:

120 ASOCIADOS(AS)
APOYADOS:

- 20 Desastres naturales
- 45 Aparatos ortopédicos
- 55 Salud

DESASTRES NATURALES:

Afectaciones en viviendas por sismos, incendios, inundaciones, vientos fuertes, lluvias o tormentas.

APARATOS ORTOPÉDICOS:

Auxiliares auditivos, prótesis, zapatos ortopédicos, lentes, muletas y sillas de ruedas, dependiendo cada caso.

SALUD:

Enfermedades graves que pongan en riesgo su vida, estabilidad personal y/o laboral

\$2.18 MDP

\$10 MDP

APOYADOS DESDE 2013
CON LA APORTACIÓN DE
+5,200 ASOCIADOS(AS)

Fondo Naranja inició en 2013 como un apoyo para algunos Asociados(as) que tenían una necesidad. Para 2014, este proyecto maduró hasta convertirse en un programa institucional que parte de nuestros valores fundamentales.

DESASTRES NATURALES

Tenemos un compromiso firme con México sustentado en nuestras acciones de apoyo y asistencia a las comunidades cuando son afectadas por diferentes motivos.

EN 2019 DIRIGIMOS EL APOYO A 2 ESTADOS DE LA REPÚBLICA QUE SE VIERON AFECTADOS POR DESASTRES NATURALES



SAN LUIS POTOSÍ

En San Luis Potosí **donamos \$3,600 al municipio en artículos de limpieza** por las afectaciones que tuvieron a causa de las lluvias.

CIUDAD DE MÉXICO

En Cuajimalpa apoyamos en la reconstrucción de 20 viviendas de San Pedro Chimalpa que se vieron afectadas por el sismo del 19 de septiembre de 2017, con la **donación de \$100,000 en muebles de baño y calentadores, beneficiando a 100 personas.**

+\$2.3 MDP

RECAUDADOS

178,258

PERSONAS
BENEFICIADAS

COLECTA ¡HAZ MÁS POR LOS DEMÁS!

Cada año realizamos la Colecta ¡Haz más por los demás! En 2019 nuevamente invitamos a nuestros clientes a hacer una aportación voluntaria de \$1 peso o más durante los meses de octubre a diciembre.

El monto recaudado se entrega íntegro a diferentes instituciones distribuidas en la república para mejorar la calidad de vida de los mexicanos. The Home Depot no deduce impuestos de lo recolectado.



12 INSTITUCIONES APOYADAS:





|| HACE POCO REALICÉ MI PRIMER EXAMEN PARA CONCLUIR LA SECUNDARIA, ME FUE BIEN, OBTUVE CALIFICACIONES MUY SATISFACTORIAS. AHORA NOS ESTAMOS PREPARANDO PARA PRESENTAR EL ÚLTIMO EXAMEN QUE CONTIENE TEMAS DE MATEMÁTICAS, AUNQUE ME PARECE ALGO DIFÍCIL NO ME HE RENDIDO Y SIGO TRABAJANDO EN APRENDER, FALTA POCO PARA QUE LO PRESENTE Y ME SIENTO MUY ANSIOSA. LE AGRADEZCO A HOME DEPOT Y A LA FUNDACIÓN POR DARNOS EL AULA. ||

**LUZ TERESA, 50 AÑOS.
PRIMARIA CONCLUIDA.**

CONSTRUYENDO Y CRECIENDO

En México, de cada 100 albañiles 34 terminaron la primaria, 15 terminaron la secundaria, 47 no tienen estudios y 4 no terminaron primaria.

Desde 2016 trabajamos de la mano con la fundación Construyendo y Creciendo para darles la oportunidad de continuar sus estudios a los trabajadores que participan en la construcción de nuestras Tiendas.

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

5 MESES
 DE OPERACIÓN DEL
 AULA HOME DEPOT
 ATIZAPÁN

Los niveles cursados fueron:

- Alfabetización: **8%**
- Secundaria: **8%**
- Medio Superior: **15%**
- Primaria: **31%**
- Cursos en línea: **38%**

EN 2019:

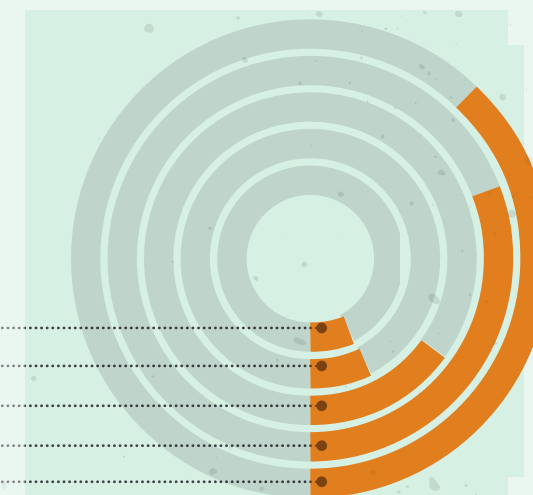
75 TRABAJADORES
 APOYADOS DESDE EL
 INICIO DEL PROGRAMA
 EN CINCO TIENDAS:

- LINDA VISTA
- JIUTEPEC
- VILLA ASUNCIÓN
- JURIQUILLA
- ATIZAPÁN

13 ALUMNOS
 INSCRITOS, DE LOS
 CUALES **46% FUERON**
MUJERES



construyendo
y creciendo a.c.



OTROS APOYOS

DONACIÓN DE SANGRE

Comprometidos con la salud en México a través de nuestra campaña de donación de sangre y con la entusiasta participación de nuestros Asociados(as) logramos:

1,185 UNIDADES
DE SANGRE DONADAS

1,839 ASOCIADOS(AS)
PARTICIPANTES

3,555 PACIENTES
BENEFICIADOS

Gracias a nuestros Asociados(as) este año **recibimos un reconocimiento por ser la empresa que más apoyó** al Centro Estatal de la Transfusión Sanguínea en Nuevo León, debido a las **160 Unidades de sangre donadas, que equivalen a 480 pacientes beneficiados.**

\$1,223,235.78
RECAUDADOS
ENTRE NUESTROS CLIENTES

17,173 NIÑOS
BENEFICIADOS CON ANTEOJOS
A TRAVÉS DE "VER BIEN
PARA APRENDER MEJOR" DE
LOS CUALES **5,273 FUERON**
BENEFICIADOS POR THE
HOME DEPOT EN DURANGO E
HIDALGO.

REDONDEO ANTAD

Nos sumamos al Redondeo ANTAD para recaudar fondos en beneficio de Fundación Cinépolis y Ver Bien para Aprender Mejor, A.C., quienes apoyan a niños y adultos mayores con problemas de la vista.

El redondeo consiste en invitar a nuestros clientes a que, al momento de hacer su compra, redondeen sus centavos y/o que aporten desde \$1 peso sin límite de donación.

El monto recaudado se entrega íntegro a la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD) sin que The Home Depot deduzca impuestos de ese dinero.



FUNDACIÓN
TARAHUMARA
JOSÉ A. LLAGUNO

CARRERA TARAHUMARA THE HOME DEPOT

En Home Depot queremos transformar la vida de grupos que han sido históricamente excluidos: los pueblos indígenas. De la mano con la Fundación Tarahumara José A. Llaguno, llevamos a cabo por 7mo año consecutivo la Carrera 21k Tarahumara - The Home Depot en Monterrey.

Los recursos recaudados se destinaron para apoyar a 700 jóvenes que recibieron apoyo con becas y programas formativos. Además, se brindaron asesorías para cultivar la tierra y capacitaciones en métodos de captación de agua.

+6,000
CORREDORES
ASISTENTES EN
MODALIDADES DE 21K
Y 5K

+5,000 FAMILIAS
DE LA SIERRA
TARAHUMARA
BENEFICIADAS

DESDE SU PRIMERA
EDICIÓN EN 2013, SE HAN
BENEFICIADO A **MÁS DE**
30,000 RARÁMURIS

PARTICIPACIÓN DE **90 RARÁMURIS** ("PIES LIGEROS") COMO CORREDORES, DANZANTES Y ARTESANOS, PERTENECIENTES A LAS COMUNIDADES INDÍGENAS DE LA SIERRA TARAHUMARA

CONSTRUIMOS OPORTUNIDADES, TRANSFORMAMOS SUEÑOS.

GRI 103-1, 103-2, 103-3

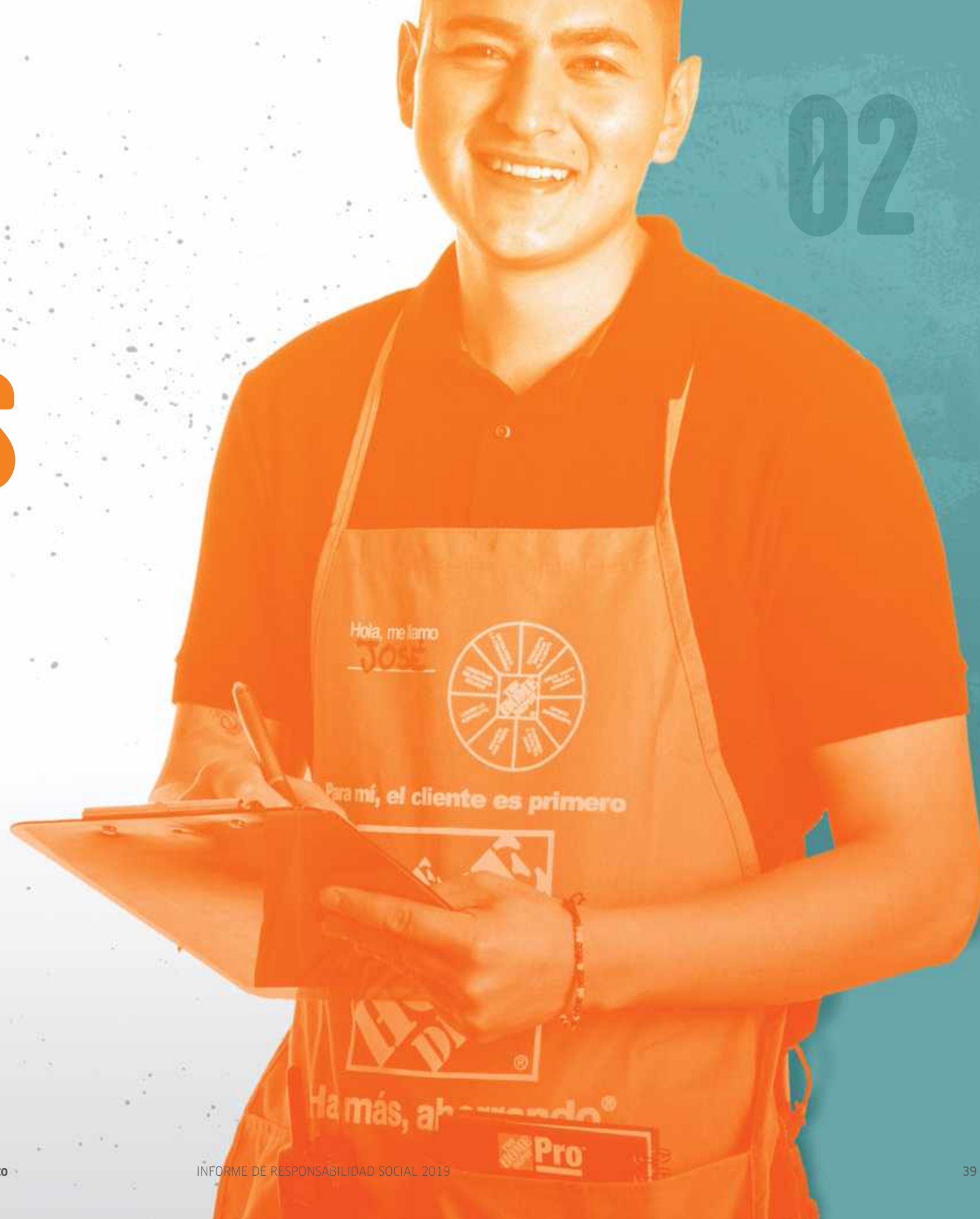
EN THE HOME DEPOT, NUESTROS ASOCIADOS(AS) QUE PORTAN CON ORGULLO EL MANDIL NARANJA, SON NUESTRA PRINCIPAL FUERZA. TRABAJAMOS PARA CONSTRUIR OPORTUNIDADES DE DESARROLLO QUE LOS TRANSFORMEN NO SÓLO EN MEJORES PROFESIONALES SINO EN PERSONAS FELICES Y EN CONSTANTE CRECIMIENTO.

+16 MIL ASOCIADOS
A NIVEL NACIONAL

+897 MIL HORAS
DE CAPACITACIÓN
BRINDADAS

110 BECAS ORANGE
SCHOLARS
ENTREGADAS

+3 MIL
NUEVAS
CONTRATACIONES





❗ GRACIAS A THE HOME DEPOT POR TODO EL SOPORTE BRINDADO A UN SERVIDOR Y COLEGAS CON RESPECTO A LA PARTICIPACIÓN DENTRO DEL PROGRAMA DE ALTO POTENCIAL UNIVERSIDAD HOME DEPOT. SIN DUDA ALGUNA LA UHD ES UNA PLATAFORMA QUE BUSCA EL CRECIMIENTO DE SU GENTE Y LA ORIENTACIÓN DE NUEVOS LIDERES ENFOCADOS AL CUIDADO DEL EQUIPO Y DEL NEGOCIO A TRAVÉS DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL. EL GRAN ESFUERZO DEL EQUIPO DE OAT NO SOLO SE DETIENE EN LAS CAPACITACIONES EN AULA O LA CAPACITACIÓN DENTRO DE THE HOME DEPOT, TAMBIÉN ME HA DADO LA OPORTUNIDAD DE INICIAR UNA CARRERA Y DE ESTA MANERA SER UN LÍDER MÁS PREPARADO PARA LAS DECISIONES QUE COMO LÍDER DE TIENDA ENFRENTO DÍA CON DÍA.

COMO EMPLEADO DE ESTA MARAVILLOSA EMPRESA Y CON 16 AÑOS DE LABORAR EN ELLA ESTOY CONVENCIDO QUE EL VALOR DE CUIDADO A NUESTRA GENTE SE COMULGA DESDE LA PRESIDENCIA ❗

RICARDO YÁÑEZ,
GERENTE DE TIENDA 8647 ARAGÓN

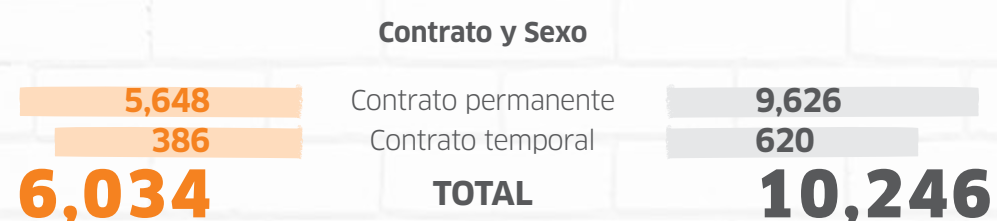
NUESTROS ASOCIADOS(AS)

GRI 102-7, 102-8

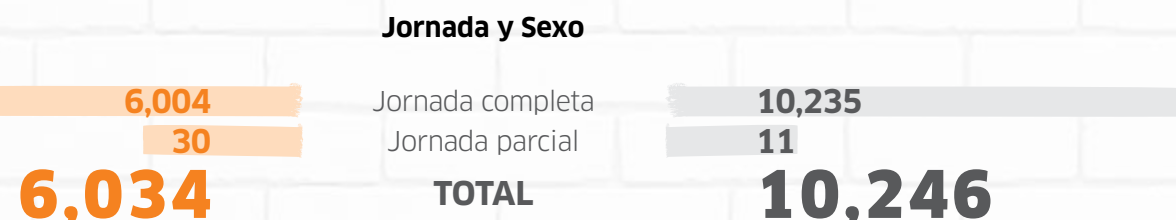
NUESTRA FAMILIA NARANJA CRECE CADA DÍA MÁS. CON **3,704 NUEVAS CONTRATACIONES**, ESTE AÑO SOMOS **16,280 ASOCIADOS(AS)**, DE LOS CUALES **37% SON MUJERES** Y **63% HOMBRES**.

EMPLEADOS 2019 POR TIPO DE:

Mujeres Hombres



Mujeres Hombres



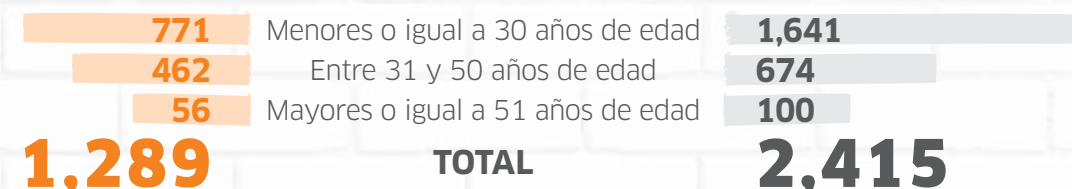
Región Norte Región Sur



NUEVAS CONTRATACIONES 2019

GRI 401-1

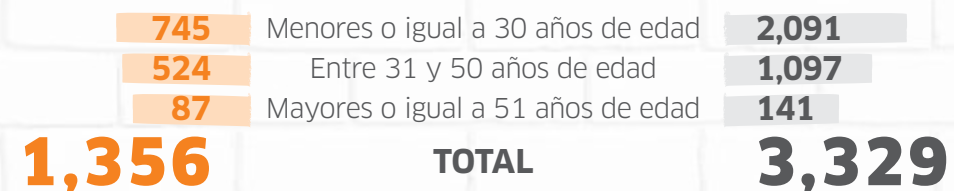
Mujeres Hombres



ROTACIÓN DE PERSONAL 2019

GRI 401-1

Mujeres Hombres





DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

Somos una empresa incluyente que busca atraer y retener el mejor talento, sin importar su género, edad, raza, cultura, religión, discapacidad, creencias y preferencias. Sabemos que gracias a los diferentes perfiles y talentos que forman parte de la familia naranja, hemos construido grandes resultados. Contamos con dos Comités en temas de diversidad e inclusión:

COMITÉ DE LIDERAZGO FEMENINO:

Busca realizar acciones en favor del crecimiento de las mujeres dentro de la compañía.

COMITÉ DE ACCESIBILIDAD:

Tiene como meta la creación de ambientes accesibles y seguros en nuestras Tiendas, Oficinas de Apoyo a Tiendas y Centros de Distribución.

Entre nuestras iniciativas de diversidad están:

EMPODERAMIENTO Y LIDERAZGO FEMENINO

SPEAKER NIGHTS:

Por segundo año, realizamos un encuentro en el que mujeres exitosas compartieron sus mejores prácticas. En esta ocasión, Liliana del Campo, Gerente Sr. de Comercialización y Desiré Monsivais, jugadora del equipo de Rayadas, nos hablaron sobre el tema "Crear en ti misma para que las cosas sucedan". Contamos con la asistencia de 190 Asociados(as) y personas externas.





❖❖ CUANDO LLEGAS A UNA EMPRESA QUE TE ACEPTA, TE INCLUYE Y TE CUIDA COMO THE HOME DEPOT, NO SOLO ADQUIERES TU MEJOR EXPERIENCIA LABORAL; FORMAS PARTE DE UNA NUEVA FAMILIA Y TE SIENTES EN TU SEGUNDO HOGAR. ❖❖

NANCY RODRÍGUEZ,
ANALISTA DE IMPLEMENTACIÓN DE CAMPO

PERSONAS CON DISCAPACIDAD

FORO DE DIVERSIDAD E INCLUSIÓN:

Fuimos sede de este evento que se llevó a cabo el 19 de septiembre en el auditorio de nuestras Oficinas de Apoyo a Tiendas. Algunas de las conferencias que se presentaron fueron:

“**El ABC de la Diversidad e Inclusión**” por Salvador Luna, Business Partner RRHH, POTENTOR.

“**Talento más allá de las etiquetas**” por María Raquel Chao, Sigma Alimentos.

“**El ADN de una Cultura Positiva e Incluyente**” por Lorena Coello, Líder de Bienestar y Desarrollo, Universidad TecMilenio.

“**Diversidad: El Talento es lo más Importante**” por Iliana Santiago, Gerente de Comunicación Interna y Cultura, The Home Depot.

CONECTA POR MOVIMIENTO CONGRUENCIA:

Movimiento Congruencia, en colaboración con The Home Depot organizó un evento dirigido a personas con discapacidad en busca de una oportunidad laboral. En este evento participaron **19 empresas**, que publicaron un total de **72 vacantes**, a las que los **más de 50 asistentes** pudieron aplicar.

CONGRESO INCLUIR PARA INNOVAR:

The Home Depot participó en este congreso, organizado por el Consejo Ciudadano para Personas con Discapacidad y Movimiento Congruencia, con la conferencia “Beneficios de una Cultura Inclusiva en la Empresa”.

ACCESIBILIDAD EN TIENDAS:

Asistimos a nuestro Centro de Innovación para validar los nuevos muebles que estarán en línea de cajas, los cuales son accesibles para personas con discapacidad al tener la altura correcta y paleta para firmas. Las Tiendas que abrimos durante 2019: Nezahualcóyotl y Atizapán, se realizaron bajo la **NOM-034** para ofrecer a nuestros Asociados(as) y clientes la accesibilidad total dentro y fuera de las Tiendas. Nuestro objetivo es llegar a tener las **125 tiendas** totalmente accesibles.

SERVICIO INCLUYENTE:

Con el fin de dar atención de manera responsable a los clientes y proveedores con discapacidad o de la tercera edad que visitan nuestras Tiendas y Oficinas, así como para lograr la integración completa de nuestros **63 asociados(as)** con discapacidad, diseñamos una certificación e-learning titulada “Servicio Incluyente” para capacitar a nuestros Asociados(as). La meta es capacitar al **100% de nuestros Asociados(as)**.



55 ASOCIADOS Y 8 ASOCIADAS

CON DISCAPACIDAD FORMAN PARTE DE NUESTRA FAMILIA NARANJA



BIENESTAR

Todos los días nos preocupamos por el **Cuidado de Nuestra Gente** y buscamos que nuestros Asociados(as) se desenvuelvan en un ambiente de trabajo motivante y con los mejores beneficios laborales.



ENCUESTA DE CLIMA

Cada año realizamos la encuesta de clima organizacional Voz del Asociado(a), la cual nos permite conocer el nivel de satisfacción de nuestros Asociados(as) y actuar en las áreas que requieren mayor atención

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.**

TODOS LOS ASOCIADOS(AS) SON INVITADOS A PARTICIPAR*

PERMISOS PARENTALES

GRI 401-3

100% DE NUESTROS ASOCIADOS TIENEN DERECHO AL PERMISO PARENTAL

 Asociadas  Asociados

Permiso parental

| | | |
|--------------|--------------|---------------------------------|
| 226 | 620 | Permisos parentales |
| 182 | 450 | Regreso al trabajo tras permiso |
| 164 | 428 | Retención tras 12 meses después |
| 80.5% | 72.5% | Tasa de regreso y retención |

% Participación

| | |
|-----------------|-------------|
| OAT | 83% |
| MDC | 94% |
| División México | 96% |
| Tiendas | 97% |
| HUB | 100% |



*Con una antigüedad mayor a 3 meses

BENEFICIOS

GRI 401-2

ADEMÁS DE **SUELDOS COMPETITIVOS** Y UN **CLIMA LABORAL SANO**, NUESTROS ASOCIADOS(AS) CUENTAN CON DIVERSOS **BENEFICIOS ADICIONALES**:



Hemos establecido convenios empresariales con más de 25 comercios para que nuestros Asociados(as) y sus familias accedan a descuentos, tales como guarderías, universidades, laboratorios médicos y ópticas.

Orange Scholars es nuestro programa de becas educativas para los hijos de nuestros Asociados(as) que se encuentran estudiando el último año de la preparatoria o los primeros tres años de la universidad. La beca consiste en el pago de colegiaturas, cuotas, libros, útiles y equipo.

EN 2019:

OTORGAMOS
**110 BECAS
 ORANGE
 SCHOLARS**
 CON UN VALOR DE
\$1,000 USD
 POR ALUMNO BECADO.



897,631
HORAS
DE CAPACITACIÓN*

60 HORAS
DE CAPACITACIÓN
PROMEDIO ANUAL POR
ASOCIADO(A)

CAPACITACIÓN POR SEXO

Media de horas de capacitación

| | Asociados | Horas | Promedio |
|--------------|---------------|----------------|-----------|
| Mujeres | 5,727 | 332,007 | 58 |
| Hombres | 9,302 | 565,622 | 61 |
| TOTAL | 15,029 | 897,629 | 60 |

*No incluye Asociados(as) con menos de 3 meses en el puesto y/o que no cumplieron un año en la compañía

CAPACITACIÓN Y DESARROLLO

GRI 103-1, 103-2, 103-3, 404-1

Invertimos en la formación de nuestros Asociados(as) para mejorar sus conocimientos, habilidades y actitudes lo cual se refleja en el **Excelente Servicio al Cliente** que ofrecemos.

UNIVERSIDAD HOME DEPOT

GRI 404-2

Cuenta con diversos programas de desarrollo tales como:

ALTO POTENCIAL

Desarrollamos Asociados(as) para prepararlos para el siguiente nivel, cada año se eligen de 20 -25 Asociados(as) y durante todo ese año llevan a cabo un plan de estudios que se compone con temas de competencias o habilidades del puesto, temas técnicos (operativos, negocio) y un proyecto final que deben de presentar ante Vicepresidentes de la Compañía. **El año pasado graduamos a 23 Asociados(as).**



BECAS DE PREPARATORIA Y LICENCIATURA

Programa que permite otorgar una beca a un grupo de Asociados(as) para que estudien su Preparatoria o Licenciatura en línea.

PLATAFORMA UNIVERSIDAD HOME DEPOT

Como parte del entrenamiento y desarrollo de nuestros Asociados(as) contamos con la Plataforma de Capacitación Universidad Home Depot; la cual nos permite llevar el control de toda la capacitación que se imparte en las Tiendas, MDC y OAT; así como también contar con contenido en línea, como cursos e-learning, videos, presentaciones disponibles para los Asociados(as) donde pueden acceder desde cualquier dispositivo móvil.

El enfoque de nuestra capacitación comprende desde el desarrollo de competencias, temas de nuestra cultura Sangre Naranja, Operativos, de Cumplimiento Corporativo tales como Código de Conducta y Ética; así como Conocimiento de Productos, entre otros.



EN 2019:

BRINDAMOS BECAS DEL 80%
A 48 ASOCIADOS(AS)
Y HASTA LA FECHA
HAY 3 ASOCIADOS(AS)
QUE CONCLUYERON LA
PREPARATORIA.

IMPARTIMOS

52 CURSOS
EQUIVALENTES A
13,051 HORAS
DE CAPACITACIÓN EN OAT

BENEFICIAMOS CON CLASES
DE INGLÉS A
+50 ASOCIADOS(AS)
CONTANDO CON 31 CLASES
GRUPALES Y 13 CLASES
INDIVIDUALES.

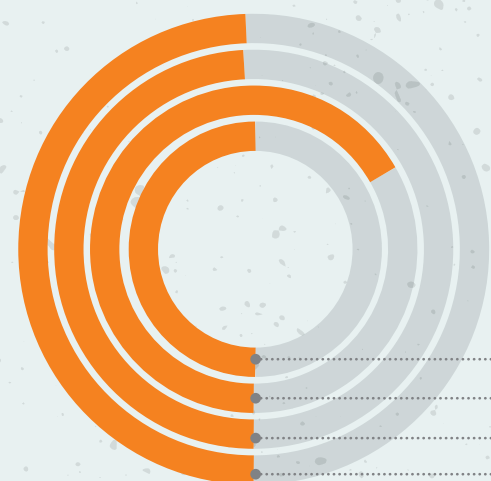


EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

GRI 404-3

Cada año llevamos a cabo la evaluación de desempeño para medir el cumplimiento de objetivos y vivencia de valores por parte de nuestros Asociados(as).

EN 2019 SE EVALUARON:



 Mujeres  Hombres

Evaluación de desempeño por categoría laboral y sexo

| | | |
|--------------|--------------|-----------------------------------|
| 4 | 20 | Directores |
| 291 | 345 | Oficinas de Apoyo a Tiendas |
| 5,536 | 9,209 | Tiendas y Centros de Distribución |
| 5,831 | 9,574 | Total |



VIDA SALUDABLE

GRI 103-1, 103-2, 103-3

A través de nuestro programa de fomento a la salud, Vida Saludable, este año llevamos a cabo actividades en seis rubros:

1. CONTROL NUTRICIONAL

- **1,577 Asociados(as)** inscritos en consultas nutricionales
- **2,418 Asociados(as)** asistieron a las pláticas de nutrición
- **2,293 kg** perdidos en control de peso

2. ACTIVACIÓN FÍSICA

- **42 Asociados(as)** corredores en Oficinas y 71 Asociados(as) corredores en Tiendas
- **13 Asociados(as)** practican yoga
- **325 Asociados(as)** asisten al Gimnasio

3. MANEJO DE ESTRÉS

- **2 días** de masajes antiestrés con participación de **152 Asociados(as) en OAT**
- **3 días** de estiramiento matutino impartidos por nuestra maestra de Yoga en OAT

4. PLATICAS DE RIESGOS

- **1,719 Asociados(as)** asistieron a “Prevención de adicciones”
- **2,626 Asociados(as)** asistieron a “Diabetes”

5. CÁNCER DE MAMA

- **15 Asociadas** acudieron a la plática sobre prevención
- **Se ofrecieron ultrasonidos** de mama a precio preferencial

6. SEMANA DE LA SALUD

- **4,592 Asociados(as)** vacunados contra la influenza
- **Contamos con 96 médicos y 2 enfermeras Asociados(as)** que cubren todas nuestras Tiendas, Centros de Distribución y Oficinas de Apoyo a Tiendas, que realizan programas regulares de prevención y vigilancia médica a través de campañas de salud anuales, elaboración de exámenes médicos periódicos y promoción de prácticas de trabajo saludables.



PROTECCIÓN Y SEGURIDAD

GRI 403-1

Cumpliendo con uno de nuestros valores, el **Cuidado a Nuestra Gente**, garantizamos la protección de nuestros Asociados(as) para que se desempeñen en un ambiente seguro y libre de riesgos. Cada Tienda tiene su propia brigada de salud y seguridad, conformada por 6 Asociados(as) en promedio.

80,418 HORAS
DE CAPACITACIÓN EN SEGURIDAD A
6,493 ASOCIADOS Y 4,113 ASOCIADAS



PROGRAMA PARA REDUCIR ACCIDENTES

GRI 403-2

Implementamos el **Safety Big5**, un programa de seguridad para la reducción de accidentes, con el que logramos reducir un 16% el número de accidentes y 3% en días perdidos.



Este programa consta de cinco enfoques críticos para la seguridad:

1. EQUIPO INFOCUS:

Se llevaron a cabo las juntas y actividades de inFocus, un programa de concientización que tiene como objetivo desarrollar la cultura de prevención en seguridad, a través del compromiso de Asociados(as) y líderes.

2. ALERTA DE SEGURIDAD:

Se difundieron semanalmente alertas de seguridad, las cuales informan sobre los riesgos detectados en Tiendas e indica las prácticas seguras con el objetivo de concientizar a los Asociados(as), crear medidas correctivas a los riesgos detectados y prevenir la reincidencia de accidentes.

3. CHECKLIST DE APERTURA Y CIERRE:

Se llevó a cabo una lista de control que crea conciencia sobre los riesgos básicos de la operación. Se realiza en la apertura y el cierre, y los hallazgos de inconformidades deben corregirse para las 11am de ese mismo día.

4. CAPACITACIONES DE SEGURIDAD:

Se llevó a cabo un programa de capacitación el cual informa sobre los riesgos e indica cuáles son las prácticas seguras, impactando al 100% de las personas expuestas al riesgo.

5. ATENCIÓN Y SEGUIMIENTO A ACCIDENTES, INVESTIGACIONES Y ACCIONES CORRECTIVAS:

Todos los accidentes e incidentes se registraron con su respectiva investigación, donde se buscó la causa raíz y se identificaron aprendizajes.

El **club 365** es un club de excelencia en seguridad al que entran las tiendas que cumplen un año sin accidentes, se otorga presupuesto para que la tienda realice un festejo y se reconoce con una placa conmemorativa y parches para que los Asociados(as) los usen en sus mandiles.

10 TIENDAS EN EL CLUB 365, 1 TIENDA CON DOS AÑOS SIN ACCIDENTES

16%
DE REDUCCIÓN EN EL
NÚMERO DE ACCIDENTES

3%
DE REDUCCIÓN EN
DÍAS PERDIDOS POR
ACCIDENTES

TASA DE ACCIDENTES

Tasa de accidentes por 200,000 horas

Accidentes 2018

8.3

Accidentes 2019

7.5

CONSTRUIMOS CONCIENCIA, TRANSFORMAMOS EL FUTURO.

DÍA A DÍA TENEMOS EL COMPROMISO FIRME DE PROTEGER EL MEDIO AMBIENTE A TRAVÉS DE TODAS LAS ACTIVIDADES QUE REALIZAMOS PARA TRANSFORMAR NUESTRO FUTURO, EL DE NUESTRAS FAMILIAS Y NUESTRAS COMUNIDADES.

3% DE REDUCCIÓN
DEL CONSUMO DE ENERGÍA
ELÉCTRICA

354 PRODUCTOS
DISPONIBLES EN NUESTRO
CATÁLOGO DE HIPOTECA VERDE

+998 MIL TARIMAS
DE MADERA REUTILIZADAS

**100% DE LA
ILUMINACIÓN**
DE NUESTRAS TIENDAS ES LED





▼ **MI MOTIVACIÓN PARA CONTRIBUIR CON INICIATIVAS AMBIENTALES EN LA EMPRESA ES EL INVOLUCRAR A MÁS PERSONAS, ASÍ PODEMOS APORTAR AL MEDIO AMBIENTE SIN DEJAR DE LADO LA RENTABILIDAD DE LOS NEGOCIO. ESTOS ESFUERZOS SON PARA MI FAMILIA, PARA TÚ FAMILIA, SON PARA TODOS.** ▼

SAMUEL BLANCO.
GERENTE DE COMPRAS NO MERCANCÍAS

CULTURA AMBIENTAL

El cuidado del medio ambiente implica un cambio cultural. En The Home Depot emprendemos acciones para que nuestros Asociados(as) no sólo adopten hábitos más sostenibles sino que se conviertan en verdaderos agentes de cambio.

CONTINUANDO CON LAS INICIATIVAS VERDES, HEMOS PROMOVIDO LOS SIGUIENTES CAMBIOS HACIA LA SUSTENTABILIDAD:

AUTOS UTILITARIOS

Estamos trabajando para disminuir nuestra flota de vehículos utilitarios y reemplazarlo con el servicio de UBER. En 2019 retiramos 10 unidades lo que permitió evitar consumir cerca de 15 mil litros de combustible. En 2020 estaremos retirando 20 más.

ELIMINAR EL USO DE DESECHABLES EN OAT

Reemplazamos los desechables por artículos de acero inoxidable evitando con esto el uso de 250 mil piezas anuales de cubiertos, equivalentes al ahorro de 1 millón de litros de agua que eran necesarios para el procesamiento de estos plásticos.

COLOCACIÓN DE BOTES EN OAT PARA SEPARAR EL PET, PEAD Y ALUMINIO

Se realizaron 3 campañas de comunicación interna para crear cultura ambiental de reciclaje.

RETIRO DE LAS BOLSAS DE PLÁSTICO EN 20 TIENDAS

Reducimos nuestro impacto eliminando 11,866 bolsas en Tiendas; es decir, evitamos desechar 5.4 toneladas de residuos plásticos en el medio ambiente.

Agregamos a nuestra línea de productos bolsas ecológicas de polipropeno para facilitar la experiencia de compra de nuestros clientes.



ENERGÍA Y EMISIONES

GRI 103-1, 103-2, 103-3, 302-3, 302-4

La energía que utilizamos tanto en Tiendas, Centros de Distribución y Oficinas de Apoyo a Tiendas, así como para el transporte de mercancías representa uno de nuestros principales consumos, por lo que buscamos soluciones para su reducción y cambio por fuentes renovables.

Contamos con un sistema inteligente de administración de energía a nivel nacional que nos permite monitorear el consumo para implementar soluciones de mejora y eficiencia energética.

A partir de 2019 tenemos como meta reducir el 7% del consumo de energía en Tiendas en los próximos tres años.

100% DE LA ILUMINACIÓN DE NUESTRAS TIENDAS ES LED Y **100% DE NUESTRAS TIENDAS** CUENTAN CON DOMOS TRASLÚCIDOS QUE APROVECHAN LA LUZ NATURAL

EN NUESTRA TIENDA DE JIUTEPEC UTILIZAMOS **ENERGÍA SOLAR** PARA SATISFACER LAS NECESIDADES DE ENERGÍA DEL ESTACIONAMIENTO.



EN 2019:

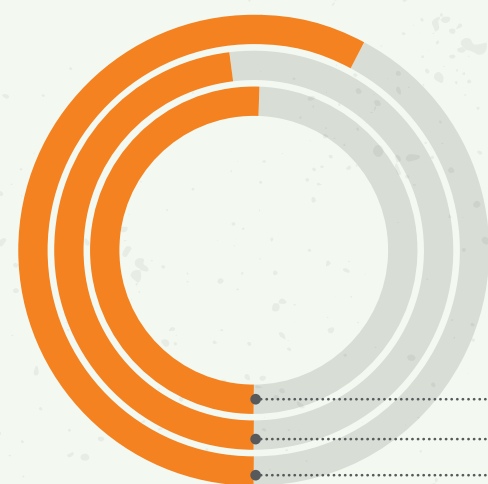
45% DE LA ENERGÍA QUE UTILIZAMOS PROVIENE DE FUENTES RENOVABLES, 13% MÁS QUE EL AÑO ANTERIOR.

CON LAS MEDIDAS QUE IMPLEMENTAMOS, REDUJIMOS UN

27% LAS EMISIONES DE CO₂E PROVENIENTES DE NUESTRO CONSUMO DE ENERGÍA.

REDUJIMOS

3% EL CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA



GJ 2018 GJ 2019

Consumo de energía

| Categoría | 2018 | 2019 |
|-------------------------------|---------|-----------|
| Energía convencional | 261,169 | 252,705.6 |
| Energía de fuentes renovables | 123,591 | 133,074 |
| Total ton CO ₂ e | 50,961 | 36,993.3 |

EN THE HOME DEPOT RECONOCEMOS LA RESPONSABILIDAD QUE TENEMOS CON EL MEDIO AMBIENTE, ES POR ESO QUE **TRABAJAMOS CONSTANTEMENTE** PARA LOGRAR LA DISMINUCIÓN DE GENERACIÓN DE CONTAMINANTES EN NUESTRAS TIENDAS

DIANA VÁZQUEZ,
ESPECIALISTA DE SEGURIDAD Y MEDIO AMBIENTE.

GJ Ton CO₂e

Consumo de combustibles y emisiones (Alcance 1)

| Combustible | GJ | Ton CO ₂ e |
|--------------|----------------|-----------------------|
| Gasolina | 16,315 | 1,140 |
| Gas natural | 8,136 | 456 |
| Diésel | 4,606 | 336 |
| Gas LP | 100,541 | 6,742 |
| TOTAL | 129,599 | 8,676 |



AGUA

El agua es un recurso natural vital para la vida por lo que la consumimos de manera eficiente y la tratamos para su reutilización.

Como parte de las iniciativas que implementamos para reducir el consumo de agua están:

REUTILIZACIÓN DEL AGUA CONDENSADA DE LOS EQUIPOS DE CLIMATIZACIÓN PARA LLENADO DE CISTERNAS

CANALIZACIÓN DE AGUA DE LLUVIA PARA RIEGO

MINGITORIOS SECOS

PLANTAS DE TRATAMIENTO DE AGUAS RESIDUALES

23 TIENDAS Y CENTROS

DE DISTRIBUCIÓN CUENTAN CON PLANTA DE TRATAMIENTO DE AGUAS RESIDUALES (PTAR)

100% DE LOS MINGITORIOS

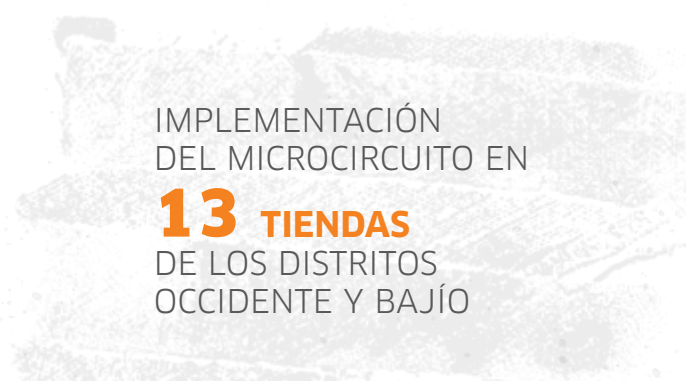
EN TIENDAS SON SECOS



ECONOMÍA CIRCULAR

GRI 103-1, 103-2, 103-3

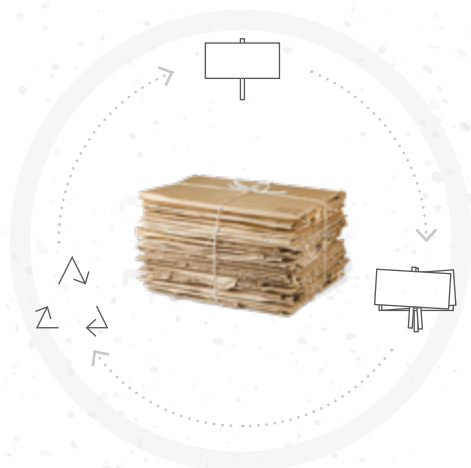
Trabajamos en la transformación de nuestros procesos hacia una economía circular que nos permita realizar las mejores prácticas en el cuidado de nuestro entorno.



IMPLEMENTACIÓN DEL MICROCIRCUITO EN **13 TIENDAS** DE LOS DISTRITOS OCCIDENTE Y BAJÍO

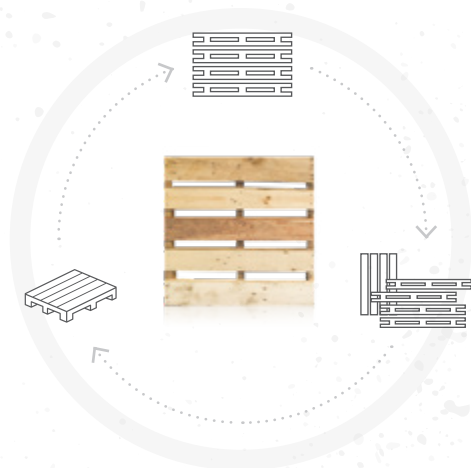
RECICLAJE DE CARTÓN

Actualmente contamos con un programa que consiste en reutilizar el cartón que sale de nuestras Tiendas. En 2019 salieron **1,300 Tons** y este material se vende a un transformador de papel, que a su vez vende a nuestros proveedores de señalización. Esto lo convierte en un ciclo infinito donde el desecho de cartón regresa convertido en productos (300 Tons) para señalar las Tiendas.



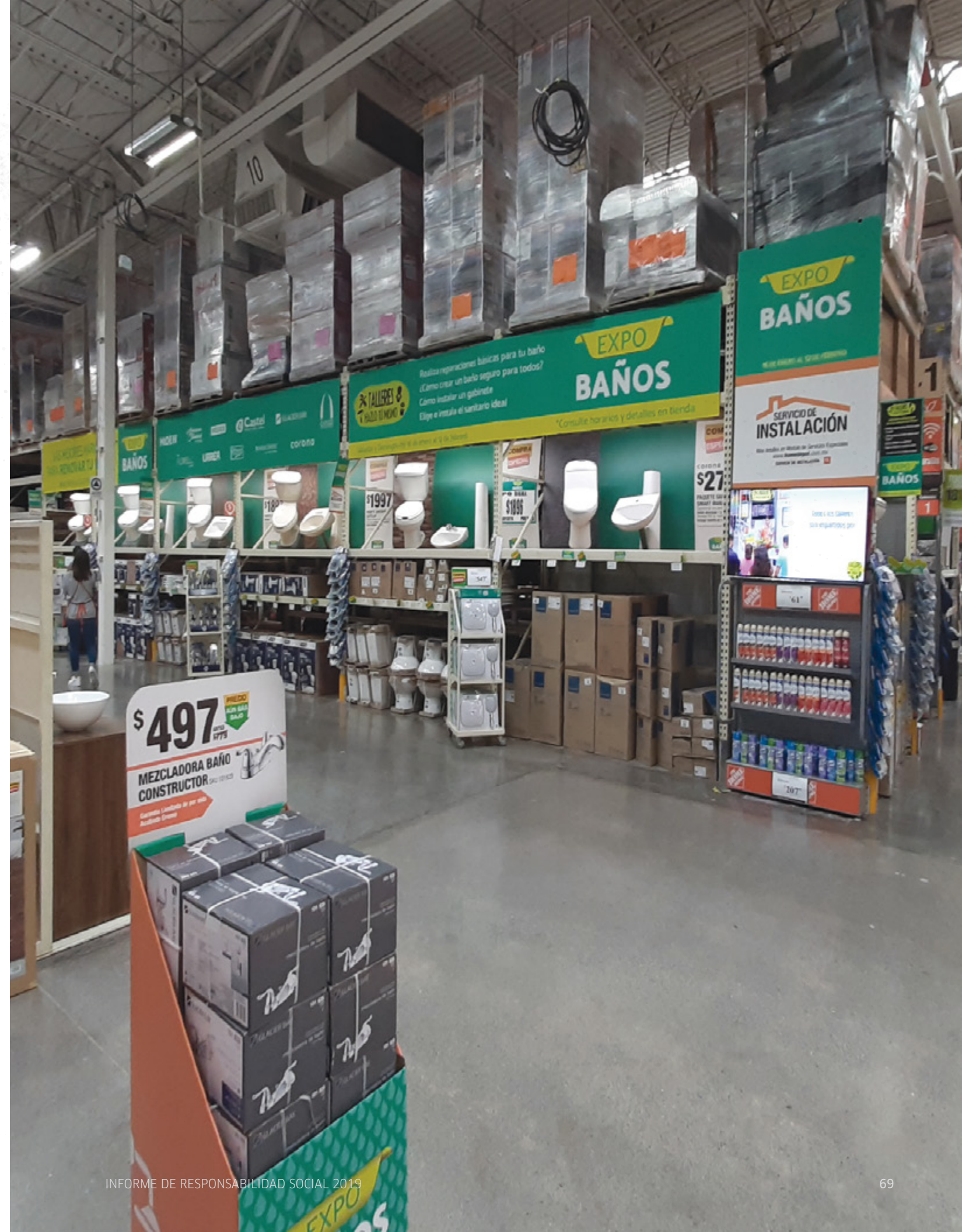
MICROCIRCUITO DE RECOLECCIONES

A partir del año pasado, implementamos un microcircuito de recolecciones, que consiste en reincorporar 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.



ACEITE VEGETAL (COMEDOR)

Anualmente se recolectan más de **1,200 litros** de aceite vegetal del comedor y conjuntamente con el proveedor elegimos una empresa que se encargue de la recolección y el manejo de este material el cual es reutilizado en el campo industrial o pecuario.



LOGÍSTICA INVERSA

GRI 306-2

Nuestro proceso de logística inversa apoya el cambio hacia una economía circular, donde el valor de los productos, materiales, y recursos se mantenga en la economía el mayor tiempo posible, y que se reduzca al mínimo la generación de residuos.

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 **SEGUIR UTILIZÁNDOLOS O CANALIZARLOS** CON EMPRESAS DEDICADAS A SU **TRANSFORMACIÓN.**

EN 2019:

REUTILIZAMOS
998,263
TARIMAS
DE MADERA

RECOLECTAMOS
3,923
TONELADAS
DE CARTÓN

RECOLECTAMOS
520 TONELADAS
DE EMPAQUE DE PLÁSTICO



The Home Depot México

METODOLOGÍA DE LOGÍSTICA INVERSA



1.

Nuestros camiones salen de los Centros de Distribución (MDC) con mercancía.



2.

Llegan a nuestras Tiendas para entregarla.



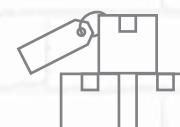
4.

Estos materiales regresan a los MDC.



3.

Los materiales de empaque de entregas anteriores, previamente compactados, son recolectados por los camiones.



5.

Los materiales son vendidos a empresas que los reutilizan responsablemente 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:

- Se reparan dentro del MDC o con un proveedor externo.
- Las que estén dañadas de forma severa y no es rentable repararlas, se venden para su uso como materia prima.



100% DE LA MADERA

QUE VENDEMOS ESTÁ CERTIFICADA POR FOREST STEWARDSHIP COUNCIL (FSC)

PROGRAMAS SUSTENTABLES

GRI 302-5

Sabemos que nuestros clientes también se preocupan por el cuidado del medio ambiente y por la economía familiar, por lo que ponemos a su disposición los mejores productos con características eco-tecnológicas y ahorradoras en el consumo de agua, energía eléctrica y gas.

HIPOTECA VERDE

Hipoteca Verde es un monto de crédito adicional que otorga Infonavit con la idea de que los acreditados adquieran ecotecnologías para su nuevo hogar.

En The Home Depot, al ser proveedor autorizado, ofrecemos una gran variedad de estos productos, siendo nosotros quienes ofrecemos el catálogo más extendido que cumplen con los requisitos de la Hipoteca verde, tales como calentadores solares, paneles fotovoltaicos y optimizadores de voltaje, los cuales cuentan con la opción de servicio de instalación y envío.



354 ECOTECNOLOGÍAS

DISPONIBLES EN NUESTRO CATÁLOGO DE HIPOTECA VERDE:

- **172** PARA AHORRO DE AGUA
- **92** PARA AHORRO DE GAS
- **90** PARA AHORRO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

MEJORAVIT

Mejoravit es 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.

45,481 ACREDITADOS

DE INFONAVIT CANJEARON SU CRÉDITO

CONSTRUIMOS RELACIONES, TRANSFORMAMOS EXPERIENCIAS.

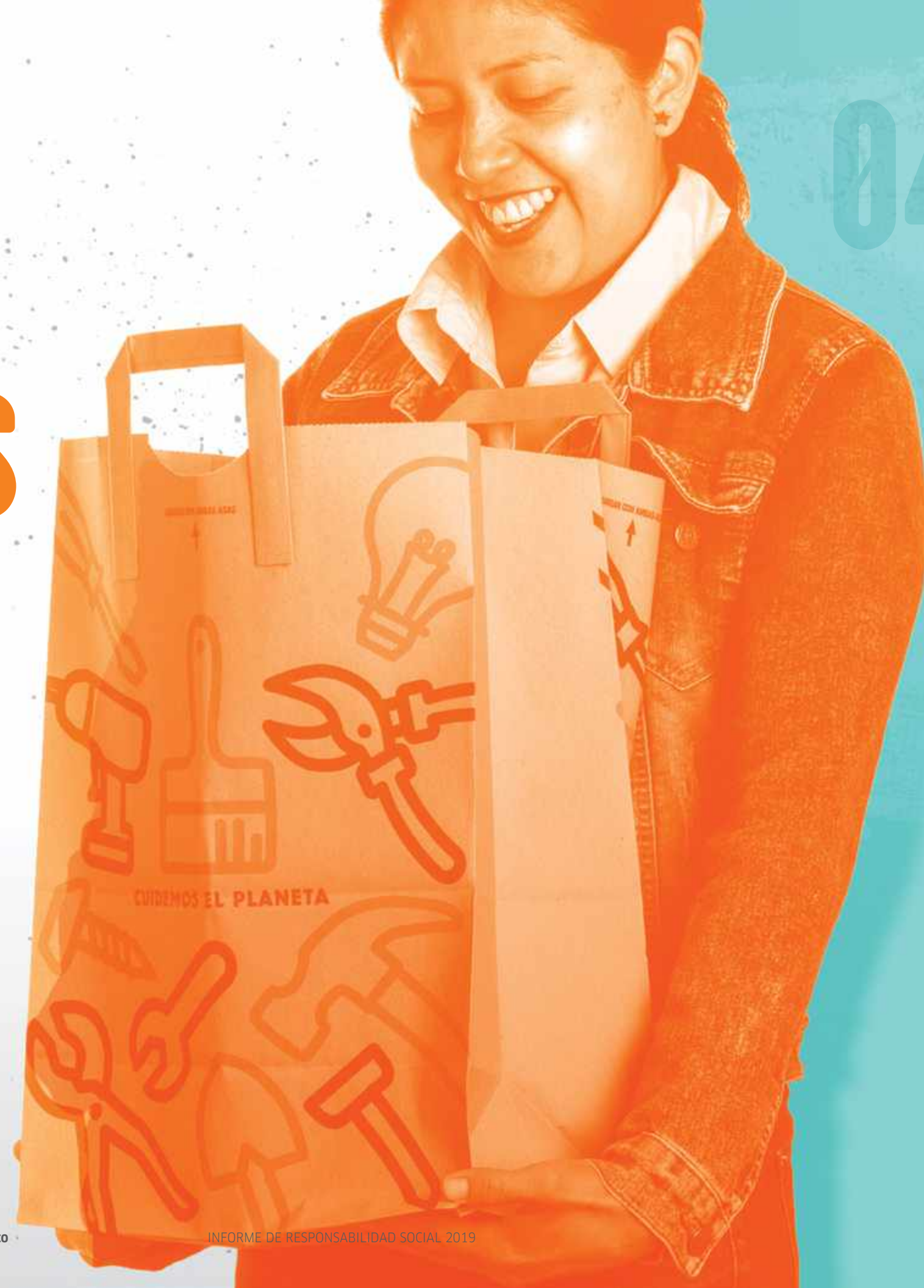
CONSTRUIR RELACIONES SÓLIDAS CON NUESTROS PROVEEDORES Y CLIENTES NOS HA PERMITIDO CREAR EXPERIENCIAS PARA SEGUIR GENERANDO FELICIDAD HOGAR POR HOGAR Y EN MÉXICO.

+3,000 PRODUCTOS
EN CATÁLOGO EXTENDIDO

22 TIENDAS
HABILITADAS PARA PERSONAS
CON DISCAPACIDAD O DE LA
TERCERA EDAD

+35 MILLONES
DE HORAS DE SERVICIO A
NUESTROS CLIENTES

+900 PROVEEDORES
FORMAN PARTE DE NUESTRA
CADENA DE VALOR



NUESTROS CLIENTES

En The Home Depot nuestros clientes son primero. Dirigimos nuestros esfuerzos para brindarles atención de manera eficiente, personalizada y de acuerdo a sus necesidades.

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.

EN 2019, INVERTIMOS

35,376,943

HORAS DE SERVICIO PARA NUESTROS CLIENTES.

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.

CANALES DE ATENCIÓN

Para ofrecer un excelente servicio al cliente y mejorar su experiencia de compra contamos con diferentes mecanismos para recibir y atender las opiniones, sugerencias y retroalimentaciones:

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.

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:

Son compradores encubiertos que nos ayudan a detectar oportunidades y fortalezas en el proceso de compra en nuestras Tiendas.



PROMEDIO DE ENCUESTAS MENSUAL:

12,554

2% DE MEJORÍA

EN EL INDICADOR DE MEDICIÓN DE SERVICIO VS 2018

4% DE AUMENTO

EN EL INDICADOR DE RECOMENDACIÓN A THD COMO LUGAR DE COMPRA VS 2018

3% MENOS

QUEJAS VS 2018



TIENDAS ACCESIBLES

Comprometidos con el bienestar de todos y todas, en The Home Depot estamos trabajando en la accesibilidad para que las personas con discapacidad y de la tercera edad puedan tener la mejor experiencia de compra satisfaciendo sus necesidades al visitar nuestras Tiendas y Oficinas.

En 2019 pusimos en marcha el plan de trabajo diseñado en 2018 para mejorar la accesibilidad de todas nuestras Tiendas.

NUESTRO OBJETIVO ES TENER UN 100% DE TIENDAS ACCESIBLES.

Logramos habilitar **20 Tiendas** y además, **las 2 aperturas en 2019 fueron tiendas totalmente accesibles.** Algunas de las adecuaciones que estamos realizando son:

GUÍAS PODOTÁCTILES EN LOS ACCESOS Y PISO DE VENTAS.

MINGITORIO EN CADA MÓDULO DE SANITARIOS (ASOCIADOS Y CLIENTES) CON BARRAS DE SOPORTE Y GANCHO PARA SUJETAR BASTÓN O MULETAS.

LETREROS CON SISTEMA BRAILLE EN LA SEÑALIZACIÓN.

BAÑOS ADAPTADOS.

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.

Asimismo, diseñamos la capacitación **“Servicio Incluyente”** para que nuestros Asociados(as) cuenten con las herramientas necesarias para brindar atención de manera responsable e incluyente.



COMERCIO EN LÍNEA

Nuestro sitio de e-commerce de The Home Depot México destaca entre los principales jugadores del sector de Home Improvement (HI) gracias a la constante innovación y enfoque en nuestros clientes, ofreciendo una experiencia interconectada con más de 125 puntos de venta a lo largo del país.

Para lograr esta omnicanalidad, a lo que nosotros llamamos Interconnected Retail, hemos integrado más de 11 sistemas del ecosistema The Home Depot y más de 13 sistemas externos de manera segura y eficiente. Esto nos permite dar a nuestros usuarios visibilidad de tiempos de entrega e inventario en tiempo real, la ubicación exacta de nuestros productos dentro de la tienda seleccionada y contenido personalizado como recomendaciones de producto por medio de plataformas inteligentes.

Nuestro principal objetivo es ofrecer soluciones a nuestros usuarios para simplificar la selección de productos para cada uno de sus proyectos. Hemos invertido como ningún otro en desarrollar un catálogo de productos completo y con contenido enriquecido, incluyendo reseñas ofrecidas por los mismos compradores. Contamos con una poderosa herramienta de búsqueda y comparación, que hace más sencilla la toma de decisiones, además usamos íconos y filtros para identificar fácilmente los diferentes tipos de promoción que ofrecemos.

LAS VISITAS A NUESTRO SITIO ONLINE SUPERARON EN

1.6 VECES

LAS VISITAS TOTALES A NUESTRAS TIENDAS FÍSICAS

+23,500 PRODUCTOS PUBLICADOS

+2,000 PRODUCTOS ADICIONALES EN PROMOCIÓN VS HOTSALÉ Y BUENFIN EN 2018

+10,000 PRODUCTOS CON MEJORA EN DESCRIPCIONES, TABLAS DE ATRIBUTOS Y FOTOGRAFÍAS

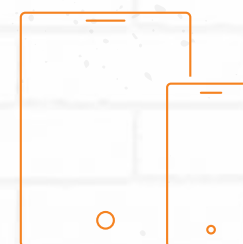
+3,000 PRODUCTOS DE CATÁLOGO EXTENDIDO

MEJORAS EN LA NAVEGACIÓN

En The Home Depot México nos esforzamos por proveer a cada tipo de cliente una experiencia personal y segura, desde el dispositivo de su preferencia. En 2019 hicimos diversas mejoras en la navegación, tales como:

1. ENFOQUE EN DISEÑO

"MOBILE FIRST"



2. NUEVO CONTENIDO:

- Tips de Compra
- Ideas para proyectos
- Nueva sección de Shop the Look
- Actualización de todas nuestras páginas de categoría



3. OPTIMIZAMOS PARA NUESTROS CLIENTES:

- Nuestro buscador
- Mejoramos nuestros filtros de navegación
- Mejoramos la información en nuestras fichas de productos
- Actualizamos nuestros carruseles de mercadería cruzada



COMPRA EN LÍNEA





RECOGE EN TIENDA, MEJORÓ UN **3%** SU NIVEL DE SERVICIO

ENTREGA A DOMICILIO, MEJORÓ UN **8%** SU NIVEL DE SERVICIO

SERVICIO

Mejoramos nuestros indicadores de servicio en relación al año anterior, tanto para los clientes que recogen en tienda o reciben en su domicilio.

NUEVAS FUNCIONALIDADES

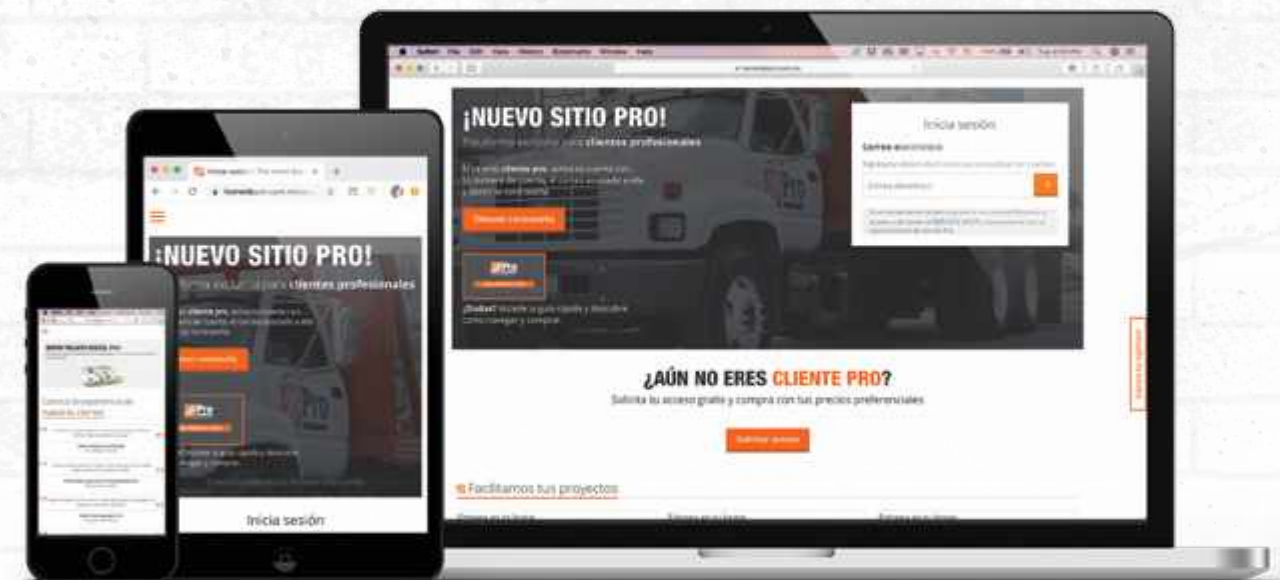
Elaboramos herramientas para ayudar a nuestros usuarios a realizar compras inteligentes, como la calculadora de pisos que permite determinar el número de cajas necesarias para cubrir el área deseada introduciendo las medidas de su espacio. Esta herramienta podrá utilizarse para proyectos de pintura e impermeabilización, entre otros.

UBICACIÓN DE PRODUCTO

Para los clientes que inician su investigación en línea y concluyen su compra en tienda, colocamos un indicador de la ubicación exacta de los productos en la tienda de su preferencia. Cada uno de los productos cuenta con número de pasillo y bahía para facilitar el recorrido de los clientes dentro de nuestras tiendas, brindando una experiencia omnicanal.

A FINAL DEL 2019, LIBERAMOS UNA PLATAFORMA EN LÍNEA PARA NUESTROS CLIENTES PROFESIONALES, QUE LES PERMITE NAVEGAR Y COMPRAR EN NUESTRO CATÁLOGO DE **23,500 SKUS A NIVEL NACIONAL.**

WWW.HOMEDEPOT.COM.MX/PRO



VENTAJAS PARA EL CLIENTE PROFESIONAL:

- VISUALIZAR SUS PRECIOS COMERCIALES
- REALIZAR ÓRDENES Y DAR SEGUIMIENTO 24/7
- REORDENAR FÁCILMENTE DESDE SU HISTORIAL DE ÓRDENES
- UTILIZAR MÉTODOS DE PAGO ONLINE, TRANSFERENCIAS Y PAGO EN TIENDA EN SUS COMPRAS EN LÍNEA
- ENTREGAS EN TIENDA O DIRECTAS A OFICINAS Y PROYECTOS
- FOTOGRAFÍAS

NUESTROS PROVEEDORES

GRI 102-9, 103-1, 103-2, 103-3, 204-1

Para nosotros, nuestros proveedores son nuestros principales y más importantes socios comerciales, ya que gracias a ellos podemos darles a nuestros clientes el mejor producto adecuado a sus necesidades.

Buscando aumentar la proveeduría local, este año llegamos a más de 900 proveedores, de los cuáles el 83% son locales; es decir, son comercializadores y/o productores que tienen razón social establecida en México.

702 PROVEEDORES LOCALES

265 PROVEEDORES EXTRANJEROS

967 EN TOTAL



FERIA DE PROVEEDORES

La Feria de Proveedores es un evento que realizamos cada año para ampliar la presencia de la proveeduría mexicana en The Home Depot. En este evento, el departamento de Global Sourcing se encarga de orientar, evaluar e indentificar a empresas con alto potencial para el desarrollo de productos para la venta en nuestras Tiendas de México y exportación a Estados Unidos y Canadá.

Cada proveedor que tiene interés en colaborar con nosotros, se registra en nuestro sitio web y es evaluado con base en el tipo de producto y en aspectos de calidad, seguridad y Responsabilidad Social. En The Home Depot, damos recomendaciones a cada uno de esos proveedores para mejorar la competitividad de sus productos y lograr la certificación de cada uno de ellos basados en las normas locales (NOM) e internacionales por medio de nuestras agencias aprobadas.

SE TRABAJÓ EN EL DESARROLLO DE

145

PROVEEDORES

POTENCIALES PARA MÉXICO, ESTADOS UNIDOS Ó CANADÁ. DE ESOS PROVEEDORES, SE SELECCIONARON AL **10% PARA UNIRSE A LA PROVEEDURÍA DE THE HOME DEPOT US.**

2 EVENTOS CON PARTICIPACIÓN DE **60 PROVEEDORES** INTERESADOS EN FORMAR PARTE DE NUESTRA CADENA DE SUMINISTRO

EVALUACIÓN SOCIAL Y AMBIENTAL

Todos los proveedores extranjeros y los locales que manejan nuestras marcas propias, son evaluados de acuerdo con una lista de criterios ambientales y sociales efectuada por un proveedor de servicio externo.

Estas revisiones se realizan periódicamente, dependiendo de la calificación, que pueda ser cada año o cada dos años sin excepción, y durante toda la vida de la relación entre el proveedor y The Home Depot. Con base en la calificación obtenida, definimos si se puede hacer negocio o no con dicho proveedor.

Entre los más de 100 puntos que se evalúan, con base en la auditoría de fábricas SER (Social, Environmental and Responsibility program) se encuentran entre otros temas: 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 local e internacional.

**SE EVALUARON
+100
PROVEEDORES**

**SE IDENTIFICÓ UN
PROVEEDOR CON IMPACTO
SOCIAL NEGATIVO**



ANEXOS



GRUPOS DE INTERÉS

GRI 102-40, 102-42, 102-43

En The Home Depot, nos desenvolvemos en diferentes actividades que forman parte de aspectos económicos, sociales y medioambientales, e identificamos a cuatro grupos de interés principales: Asociados(as), Clientes, Comunidades y Proveedores.

Con cada uno de nuestros grupos de interés hemos establecido mecanismos de diálogo y comunicación que nos permiten conocer sus expectativas y fortalecer nuestra relación con ellos.



| GRUPO DE INTERÉS | PRINCIPALES MECANISMOS DE DIALOGO | FRECUENCIA | ÁREA RESPONSABLE |
|----------------------|--|--|--|
| ASOCIADOS(AS) | Intranet y comunicados internos Administrador de tareas Línea de alerta Transmisión de circuito cerrado "webcast" Tableros Revista Encuesta de clima | Diaria Diaria Diaria Semanal Quincenal Mensual Anual | Recursos Humanos Operaciones Servicio a Tiendas Finanzas Mercadotecnia |
| CLIENTES | Módulos de servicio al cliente Líneas de atención a clientes Página web Redes sociales Medios tradicionales LinkedIn Catálogo de productos y blogs Encuesta de servicio | Diaria Diaria Diaria Diaria Diaria Semanal Diaria | Mercadotecnia Call center Comercialización Finanzas |
| COMUNIDAD | Redes sociales Correos Comunicados de prensa Participación en foros Eventos Informe | Diaria Diaria Mensual Bimestral Anual Anual | Recursos Humanos Mercadotecnia |
| PROVEEDORES | Plataforma para proveedores Redes sociales Medios tradicionales Comunicados Ferias | Diaria Diaria Mensual Mensual Anual | Mercadotecnia Comercialización Finanzas |

MATERIALIDAD

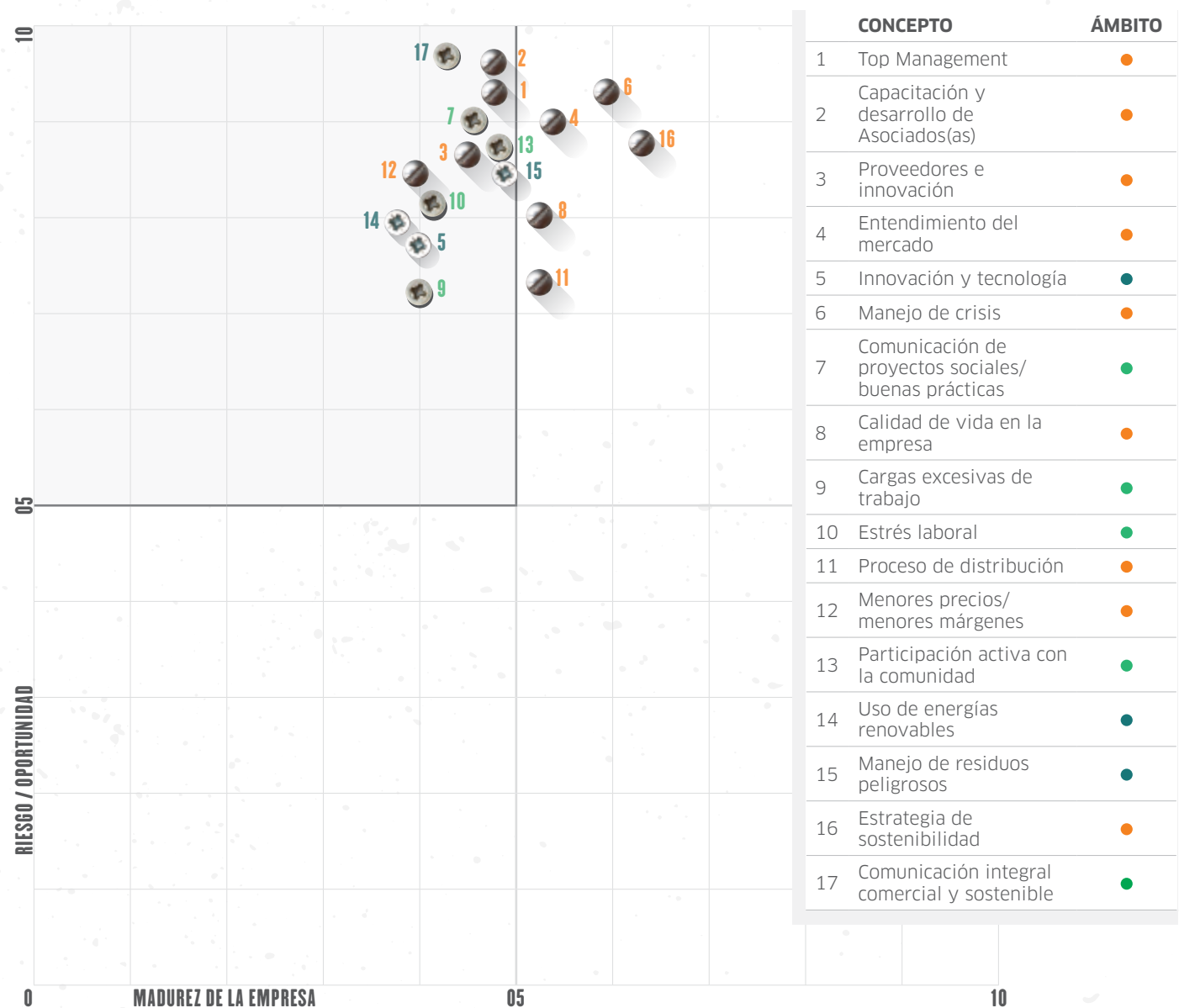
GRI 102-21, 102-31, 102-34, 102-44, 102-46, 102-47

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.

MATRIZ DE MATERIALIDAD

● Ámbito Económico ● Ámbito Social ● Ámbito Ambiental ● Ámbito Ético



ACERCA DEL INFORME

GRI 102-1, 102-5, 102-10, 102-32, 102-45, 102-50, 102-51, 102-52, 102-54

El Informe Anual de Responsabilidad Social de The Home Depot 2019 es la 7ª publicación anual de Home Depot México, S. de R.L. de C.V.

Por tercer año consecutivo, hemos presentado este documento con base en la metodología GRI. En él se reporta el desempeño y los resultados de la empresa en los tres ámbitos de la sostenibilidad: económico, social y medioambiental, y abarca del 1 de enero al 31 de diciembre de 2019.

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

El Informe comprende únicamente las actividades de Home Depot México, S. de R.L. de C.V. y es independiente de otras entidades y empresas filiales.

Este informe se ha elaborado de conformidad con los Estándares GRI: opción Exhaustiva. Asimismo, ha cumplido con los diez principios de elaboración de informes del GRI:

PRINCIPIOS DE CONTENIDO

PRINCIPIOS DE CALIDAD

| | |
|--|----------------|
| Participación de los grupos de interés | Precisión |
| Contexto de sostenibilidad | Equilibrio |
| Materialidad | Claridad |
| Exhaustividad | Comparabilidad |
| | Fiabilidad |
| | Puntualidad |

El Informe se encuentra alineado a los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, a los que contribuye a través de las actividades que aquí se reportan.

La recopilación de la información corrió a cargo del área de Responsabilidad Social y Sustentabilidad y para su elaboración se contó con la asesoría de consultores expertos en el tema, sin ser verificado por una entidad externa. El proceso de revisión estuvo a cargo de la Vicepresidencia de Mercadotecnia, Servicios Especiales y Comercio en Línea.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

GRI 102-12

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), adoptados en la Asamblea General de la ONU en 2015, trazan el camino para que juntos, los gobiernos, las empresas y la sociedad, trabajemos durante los próximos 15 años para alcanzar 17 ambiciosos objetivos y 169 metas.

En The Home Depot incorporamos muchos de estos objetivos, los cuales se reflejan en nuestros valores esenciales. Aspiramos a mejorar continuamente nuestros productos, negocio y operaciones para beneficiar a nuestros clientes, Asociados(as), proveedores y comunidades construyendo un mejor lugar de trabajo, un mejor negocio y en definitiva un mejor mundo.

| ODS | META | PÁG. |
|-----|---|----------------|
| | 1.1 Erradicación de la pobreza extrema | 32,37 |
| | 1.5 Resiliencia a desastres ambientales, económicos y sociales. | 20,24,26,30,31 |
| | 3.4 Reducir la mortalidad prematura por enfermedades no transmisibles | 30 |
| | 3.8 Lograr la cobertura universal y acceso medicamentos. | 56 |
| | 4.3 Asegurar el acceso igualitario a la formación superior | 34,35,53 |
| | 4.4 Aumento de las competencias para acceder al empleo. | 53 |
| | 4.5 Eliminación disparidad de género y colectivos vulnerables. | 37 |
| | 4.6 Asegurar la alfabetización y conocimiento de aritmética. | 34-35 |
| | 4.a Mejora de instalaciones educativas inclusivas y seguras. | 20,21,26,27 |
| | 4.b Aumento de becas para enseñanza superior. | 51 |
| | 5.4 Reconocer el trabajo de cuidados y doméstico. | 48 |
| | 5.5 Asegurar la participación plena de la mujer e igualdad oportunidades. | 44 |
| | 5.c Aprobar políticas y leyes para la igualdad y el empoderamiento. | 13,44 |
| | 6.3 Reducir la contaminación y aguas residuales. | 67 |
| | 6.4 Aumentar el uso eficiente de recursos hídricos (extracción de agua dulce) | 67,73 |
| | 7.1 Garantizar acceso universal a energía. | 73 |
| | 7.2 Aumento de las energías renovables. | 64 |
| | 7.3 Duplicar la tasa de eficiencia energética. | 64 |

| | | |
|--|--|------------------|
| | 8.3 Fomento de pequeña y mediana empresa. | 85 |
| | 8.5 Lograr el pleno empleo y trabajo decente. | 42 |
| | 8.7 Erradicación la esclavitud, trata y trabajo infantil | 86 |
| | 8.8 Protección de los derechos laborales y trabajo seguro. | 58,86 |
| | 9.1 Desarrollo de Infraestructura sostenible | 20-27 |
| | 9.3 Aumento del acceso PYMES a servicios financieros y cadenas de valor. | 85 |
| | 9.4 Modernización de la infraestructura, tecnología limpia | 72 |
| | 10.2 Promoción de la Inclusión social, económica y política | 44,47 |
| | 10.3 Garantizar la igualdad de oportunidades | 46,47 |
| | 11.1 Asegurar el acceso a la vivienda. | 24-27 |
| | 11.3 Aumento de la urbanización inclusiva y sostenible | 72,73 |
| | 11.6 Reducción del impacto ambiental en ciudades. | 68-73 |
| | 12.2 Lograr el uso eficiente de recursos naturales. | 64,73 |
| | 12.4 Gestión ecológica de desechos a lo largo de su ciclo de vida | 70,71 |
| | 12.5 Prevención, reducción, reciclado y reutilización de desechos. | 63 |
| | 12.7 Adquisiciones públicas sostenibles. | 86 |
| | 13.1 Fortalecimiento de la resiliencia y adaptación. | 30,31 |
| | 13.2 Incorporación del cambio climático en políticas, estrategias y planes nacionales. | 64,65 |
| | 13.3 Mejora de la educación y sensibilización medioambiental | 63 |
| | 15.2 Gestión sostenibles de bosques | 20,21 |
| | 15.b Aumento de recursos para gestión forestal. | 72 |
| | 16.2 Erradicación del maltrato, trata y explotación infantil. | 86 |
| | 16.3 Promoción del Estado de Derecho, acceso a justicia | 10 |
| | 16.5 Reducción de la corrupción y soborno. | 9,13 |
| | 17.17 Fomento de alianzas público-privadas. | 8,24,25,31-35,37 |

ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

DE CONFORMIDAD" CON LOS ESTÁNDARES GRI: OPCIÓN EXHAUSTIVA

GRI 102-55

| ESTÁNDAR GRI | CONTENIDO | PÁGINA/RESPUESTA DIRECTA | OMISIONES |
|---|--|---|-----------|
| GRI 101: Fundamentos 2016 | | | |
| Contenidos generales | | | |
| GRI 102: Contenidos Generales 2016 | 102-1 Nombre de la organización | Acerca del Informe p.91 | |
| | 102-2 Actividades, marcas, productos y servicios | "Perfil de la empresa p.6 " | |
| | 102-3 Ubicación de la sede | Contraportada p.98 | |
| | 102-4 Ubicación de las operaciones | "Presencia en México p.2 " | |
| | 102-5 Propiedad y forma jurídica | Acerca del Informe p.91 | |
| | 102-6 Mercados servidos | "Presencia en México p.2 " | |
| | 102-7 Tamaño de la organización | "Presencia en México p.2 Perfil de la empresa p.6 Nuestros Asociados(as) p.42 " | |
| | 102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores | Nuestros Asociados(as) p.42 | |
| | 102-9 Cadena de suministro | Proveedores p.84 | |
| | 102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro | Acerca del Informe p.91 | |
| | 102-11 Principio o enfoque de precaución | La Gerencia Senior de Tesorería y Administración de Riesgos es la responsable de la gestión de riesgos patrimoniales y financieros de la empresa. | |
| | 102-12 Iniciativas externas | "Certificaciones y reconocimientos p.10 Objetivos de Desarrollo Sostenible p.92 " | |
| | 102-13 Afiliación a asociaciones | "Asociaciones a las que pertenecemos p.10 " | |
| | 102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones | "Carta del Presidente y Director General p.4 Entrevista de Vicepresidencia de Mercadotecnia, Servicios Especiales y Comercio en Línea p.14 " | |
| | 102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades | "Carta del Presidente y Director General p.4 Entrevista de Vicepresidencia de Mercadotecnia, Servicios Especiales y Comercio en Línea p.14 " | |
| | 102-16 Valores, principios, Estándares y normas de conducta | "Nuestros valores esenciales p.10 Código de Conducta y Ética Comercial p.11 " | |
| | 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones | Línea de Alerta Awareline p.12 | |
| | 102-18 Estructura de gobernanza | "Consejo de Administración p.15 Equipo de Liderazgo p.15 " | |
| | 102-19 Delegación de autoridad | "Lineamientos de Gobierno Corporativo p.15 https://ir.homedepot.com/~media/Files/H/HomeDepot-IR/documents/governance-documents/2019/Copy of Corporate Governance Guidelines Aug 2019.pdf " | |
| | 102-20 Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales | El área encargada de coordinar en estos tres ámbitos es la Gerencia de Responsabilidad Social y Relaciones Públicas bajo la supervisión de la Vicepresidencia de Online, Mercadotecnia y Servicios Especiales. | |
| | 102-21 Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales | Materialidad p.90 | |
| | 102-22 Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités | "Consejo de Administración p.15 Lineamientos de Gobierno Corporativo p.15 https://ir.homedepot.com/~media/Files/H/HomeDepot-IR/documents/governance-documents/2019/Copy of Corporate Governance Guidelines Aug 2019.pdf " | |
| | 102-23 Presidente del máximo órgano de gobierno | "Consejo de Administración p.15 Equipo de Liderazgo p.15 " | |
| | 102-24 Nominación y selección del máximo órgano de gobierno | "Lineamientos de Gobierno Corporativo p.15 https://ir.homedepot.com/~media/Files/H/HomeDepot-IR/documents/governance-documents/2019/Copy of Corporate Governance Guidelines Aug 2019.pdf " | |

| | | |
|---|--|--|
| 102-25 Conflictos de interés | "Lineamientos de Gobierno Corporativo p.15 https://ir.homedepot.com/~media/Files/H/HomeDepot-IR/documents/governance-documents/2019/Copy of Corporate Governance Guidelines Aug 2019.pdf " | |
| 102-26 Función del máximo órgano de gobierno en la selección de objetivos, valores y estrategia | "Lineamientos de Gobierno Corporativo p.15 https://ir.homedepot.com/~media/Files/H/HomeDepot-IR/documents/governance-documents/2019/Copy of Corporate Governance Guidelines Aug 2019.pdf " | |
| 102-27 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno | "Lineamientos de Gobierno Corporativo p.15 https://ir.homedepot.com/~media/Files/H/HomeDepot-IR/documents/governance-documents/2019/Copy of Corporate Governance Guidelines Aug 2019.pdf " | |
| 102-28 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno | "Lineamientos de Gobierno Corporativo p.15 https://ir.homedepot.com/~media/Files/H/HomeDepot-IR/documents/governance-documents/2019/Copy of Corporate Governance Guidelines Aug 2019.pdf " | |
| 102-29 Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales | El área encargada de coordinar los impactos en estos tres ámbitos es la Gerencia de Responsabilidad Social y Relaciones Públicas bajo la supervisión de la Vicepresidencia de Online, Mercadotecnia y Servicios Especiales. | |
| 102-30 Eficacia de los procesos de gestión del riesgo | El área encargada de garantizar la eficacia de los procesos de gestión del riesgo es la Gerencia de Responsabilidad Social y Relaciones Públicas bajo la supervisión de la Vicepresidencia de Online, Mercadotecnia y Servicios Especiales. | |
| 102-31 Revisión de temas económicos, ambientales y sociales | Materialidad p.90 | |
| 102-32 Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad | Acerca del Informe p.91 | |
| 102-33 Comunicación de preocupaciones críticas | El área encargada de la comunicación sobre estos tres ámbitos es la Gerencia de Responsabilidad Social y Relaciones Públicas bajo la supervisión de la Vicepresidencia de Online, Mercadotecnia y Servicios Especiales. | |
| 102-34 Naturaleza y número total de preocupaciones críticas | Materialidad p.90 | |
| 102-35 Políticas de remuneración | "Lineamientos de Gobierno Corporativo p.15 https://ir.homedepot.com/~media/Files/H/HomeDepot-IR/documents/governance-documents/2019/Copy of Corporate Governance Guidelines Aug 2019.pdf " | |
| 102-36 Proceso para determinar la remuneración | "Lineamientos de Gobierno Corporativo p.15 https://ir.homedepot.com/~media/Files/H/HomeDepot-IR/documents/governance-documents/2019/Copy of Corporate Governance Guidelines Aug 2019.pdf " | |
| 102-37 Involucramiento de los grupos de interés en la remuneración | "Lineamientos de Gobierno Corporativo p.15 https://ir.homedepot.com/~media/Files/H/HomeDepot-IR/documents/governance-documents/2019/Copy of Corporate Governance Guidelines Aug 2019.pdf " | |
| 102-38 Ratio de compensación total anual | "Lineamientos de Gobierno Corporativo p.15 https://ir.homedepot.com/~media/Files/H/HomeDepot-IR/documents/governance-documents/2019/Copy of Corporate Governance Guidelines Aug 2019.pdf " | |
| 102-39 Ratio del incremento porcentual de la compensación total anual | "Lineamientos de Gobierno Corporativo p.15 https://ir.homedepot.com/~media/Files/H/HomeDepot-IR/documents/governance-documents/2019/Copy of Corporate Governance Guidelines Aug 2019.pdf " | |
| 102-40 Lista de grupos de interés | Grupos de interés p.88 | |
| 102-41 Acuerdos de negociación colectiva | No aplica | |
| 102-42 Identificación y selección de grupos de interés | Grupos de interés p.88 | |
| 102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés | Grupos de interés p.88 | |
| 102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados | Materialidad p.90 | |
| 102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados | Acerca del Informe p.91 | |
| 102-46 Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema | Materialidad p.90 | |

| | | | |
|---|---|--|--|
| | 102-47 Lista de los temas materiales | Materialidad p.90 | |
| | 102-48 Reexpresión de la información | No se realizaron reexpresiones de la información. | |
| | 102-49 Cambios en la elaboración de informes | No se realizaron cambios significativos en la elaboración del informe. | |
| | 102-50 Periodo objeto del informe | Acerca del Informe p.91 | |
| | 102-51 Fecha del último informe | Acerca del Informe p.91 | |
| | 102-52 Ciclo de elaboración de informes | Acerca del Informe p.91 | |
| | 102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe | Contraportada p.98 | |
| | 102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI | Acerca del Informe p.91 | |
| | 102-55 Índice de contenidos GRI | Índice de contenidos GRI p.94 | |
| | 102-56 Verificación externa | No se realizó una verificación externa. | |
| Temas materiales | | | |
| Económico | | | |
| Prácticas de adquisición | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 Explicación del tema material y su Cobertura | Proveedores p.84 | |
| | 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes | Proveedores p.84 | |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | Proveedores p.84 | |
| GRI 204: Prácticas de adquisición 2016 | 204-1 Proporción de gasto en proveedores locales | Proveedores p.84 | |
| Ambiental | | | |
| Energía | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 Explicación del tema material y su Cobertura | Energía y emisiones p.64 | |
| | 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes | Energía y emisiones p.64 | |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | Energía y emisiones p.64 | |
| GRI 302: Energía 2016 | 302-1 Consumo energético dentro de la organización | Energía y emisiones p.64 | |
| | 302-2 Consumo energético fuera de la organización | No se tiene contabilizado | |
| | 302-3 Intensidad energética | Energía y emisiones p.64 | |
| | 302-4 Reducción del consumo energético | Energía y emisiones p.64 | |
| | 302-5 Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios | Programas sustentables p.72 | |
| Efluentes y residuos | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 Explicación del tema material y su Cobertura | Economía circular p.68 | |
| | 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes | Economía circular p.68 | |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | Economía circular p.68 | |
| GRI 306: Efluentes y residuos 2016 | 306-1 Vertido de aguas en función de su calidad y destino | La calidad del agua vertida al drenaje municipal cumple con todos los parámetros de ley. | |
| | 306-2 Residuos por tipo y método de eliminación | Logística inversa p.70 | |
| | 306-3 Derrames significativos | No se presentaron casos de este tipo. | |
| | 306-4 Transporte de residuos peligrosos | No se transportan cantidades significativas de residuos peligrosos. | |
| | 306-5 Cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o escorrentías | No se presentaron casos de este tipo. | |

| | | | |
|--|---|--|--|
| Social | | | |
| Empleo | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 Explicación del tema material y su Cobertura | Contruimos oportunidades, transformamos sueños p.38 | |
| | 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes | Contruimos oportunidades, transformamos sueños p.38 | |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | Contruimos oportunidades, transformamos sueños p.38 | |
| GRI 401: Empleo 2016 | 401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal | "Nuevas contrataciones 2019 p.43 Rotación de personal 2019 p.43 " | |
| | 401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales | Beneficios p.50 | |
| | 401-3 Permiso parental | Permisos parentales p.48 | |
| Salud y seguridad en el trabajo | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 Explicación del tema material y su Cobertura | Vida saludable p.56 | |
| | 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes | Vida saludable p.56 | |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | Vida saludable p.56 | |
| GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2016 | 403-1 Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad | Protección y seguridad p.57 | |
| | 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 | Programa para reducir accidentes p.58 | |
| | 403-3 Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad | No se presentaron casos de este tipo. | |
| | 403-4 Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos | No Aplica | |
| Formación y enseñanza | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 Explicación del tema material y su Cobertura | Capacitación y desarrollo p.52 | |
| | 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes | Capacitación y desarrollo p.52 | |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | Capacitación y desarrollo p.52 | |
| GRI 404: Formación y enseñanza 2016 | 404-1 Media de horas de formación al año por empleado | Capacitación y desarrollo p.52 | |
| | 404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición | Universidad Home Depot p.53 | |
| | 404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional | Evaluación de desempeño p.54 | |
| Comunidades locales | | | |
| GRI 103: Enfoque de Gestión 2016 | 103-1 Explicación del tema material y su Cobertura | Construimos comunidades, transformamos vidas p.16 | |
| | 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes | Construimos comunidades, transformamos vidas p.16 | |
| | 103-3 Evaluación del enfoque de gestión | Construimos comunidades, transformamos vidas p.16 | |
| GRI 413: Comunidades locales 2016 | 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo | Construimos comunidades, transformamos vidas p.16 | |
| | 413-2 Operaciones con impactos negativos significativos -reales y potenciales- en las comunidades locales | No se presentaron casos de este tipo. | |

CONSTRUYE Y TRANS- FORMA

GRI 102-3, 102-53

THE HOME DEPOT de México



Oficina 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
www.homedepot.com.mx