



INFORME ANUAL DE SUSTENTABILIDAD 2021



20 AÑOS SIENDO UNA GRAN
FAMILIA NARANJA

20 AÑOS SIENDO UNA GRAN **FAMILIA NARANJA**

EN THE HOME DEPOT MÉXICO VAMOS MÁS ALLÁ DE ENFOCARNOS EN LOGRAR BUENOS RESULTADOS, ESTAMOS CONVENCIDOS DE QUE SI MANTENEMOS UNIDA A ESTA GRAN FAMILIA NARANJA NO HAY META O RETO QUE NO PODAMOS CUMPLIR. **ESTAMOS MUY ORGULLOSOS DE LA FAMILIA QUE HEMOS FORMADO, ASOCIADOS(AS) DE SANGRE NARANJA QUE TRABAJAN POR Y CON LA COMUNIDAD**, QUE DAN TODO POR SUPERARSE APRENDIENDO SIEMPRE ALGO NUEVO, QUE ASUMEN SU RESPONSABILIDAD CON ACCIONES PARA MEJORAR EL PLANETA EN EL QUE VIVIMOS, SIEMPRE CON LA MEJOR ACTITUD Y BRINDANDO UN SERVICIO DE EXCELENCIA.



Índice

4	Carta VP	14	Gobierno
	Mercadotecnia, Comercio en Línea y Servicios Especiales		Corporativo
6	Perfil de la empresa	20	Sustentabilidad

Somos una gran Familia Naranja que...

22	Con acciones positivas construimos mejores comunidades	52	Creemos en la sustentabilidad para vivir en un mundo en equilibrio	66	Desarrollamos y cuidamos a nuestros asociados(as)	86	Trabajamos cada día por brindar la mejor experiencia de compra
----	---	----	---	----	--	----	--

98	Certificaciones y Distintivos	99	Objetivos de Desarrollo Sostenible	101	Acerca de este Informe	102	Índice GRI	105	Datos de contacto
----	----------------------------------	----	--	-----	---------------------------	-----	------------	-----	-------------------

CARTA DEL PRESIDENTE Y DIRECTOR GENERAL

GRI 102-14, 102-15



Estimados amigos y amigas,

Estoy muy orgulloso de presentarles nuestro Informe Anual 2021, en el que integramos los resultados, retos y oportunidades más relevantes de nuestras operaciones en los temas ambientales, sociales y de Gobierno Corporativo.

Este año es muy especial para nosotros, ya que **The Home Depot cumplió 20 años en México**. Y lo hacemos consolidándonos como el líder del mercado de construcción y mejoras para el hogar en el país.

Estoy muy agradecido con todos los que formamos parte de esta empresa, ya que desde que The Home Depot llegó a México en el año 2001, **hemos forjado una cultura de valores, que pone a nuestros clientes y asociados(as) primero**.

En 2021, continuamos con un ambiente retador, ya que la pandemia se prolongó a nivel global. Nos reinventemos y gracias al enorme compromiso de todo el equipo de trabajo, logramos un año de resultados récord en muchos aspectos.

Jose A. Rodriguez

Presidente y Director General

LESTA CULTURA DE “HACER LO CORRECTO”, QUE ES LA BASE CON LA QUE ATENDEMOS, OPERAMOS Y TOMAMOS DECISIONES, ES LO QUE NOS HACE ÚNICOS Y NOS DISTINGUE EN EL MERCADO. TAMBIÉN, ES LO QUE NOS HA PERMITIDO **SUMAR 20 AÑOS CONSECUITIVOS DE CRECIMIENTO POSITIVO**

En primera instancia, nuestro plan se enfocó en **“Cuidar a Nuestra Gente”**, es decir, poner **primero la seguridad y salud de nuestros más de 19 mil asociados(as) y sus familias, así como de nuestros clientes y proveedores**. Esto fue lo que nos permitió asegurar la continuidad de la operación, lograr la permanencia de nuestros clientes ante restricciones a la movilidad y apoyar a la comunidad a enfrentar la pandemia.

Excedimos nuestro plan de ventas, **abrimos 2 tiendas más para llegar a 129 tiendas en el país** y reforzamos nuestra cadena de suministro con la ampliación de nuestros dos Centros de Distribución Multicanal y la construcción de nuevos nodos logísticos denominados LSC.

Atendimos a más de 65 millones de clientes en todas nuestras tiendas en México y registramos más de 230 millones de visitas en nuestro sitio de internet, una cifra sin precedentes en nuestra historia.

Logramos nivel récord en el servicio, de acuerdo con las evaluaciones que cada año realizan nuestros clientes. Y nuestros asociados(as) otorgaron una de las calificaciones más altas en el VOA o Voz del Asociado, reconociendo el cuidado que nuestra división tiene de todos nosotros(as).

Tuvimos resultados muy relevantes en nuestras iniciativas para **Devolver a la Comunidad**, las cuales están enfocadas en mejorar la calidad de vida de nuestras comunidades, recuperar espacios públicos, remodelar viviendas y mejorar las instalaciones de centros comunitarios y escuelas.

Gracias a nuestros programas nacionales de Donación de Mercancía y Pintura, **en 2021 destinamos más de \$57 millones de pesos en especie para apoyar a 380 instituciones** sin fines de lucro para que mejoraran sus instalaciones. Ante el regreso gradual de los alumnos a las escuelas, colaboramos en la rehabilitación de 176 planteles de primaria y secundaria en 15 estados de la República.

A través de nuestra colecta anual, que realizamos en todas nuestras tiendas y gracias a la generosidad de nuestros clientes, **donamos más de \$26 millones de pesos a 36 instituciones que apoyan a población en situación de vulnerabilidad en temas de salud, educación, construcción y asistencia social**.

Sumamos esfuerzos con nuestros proveedores y duplicamos cada peso que ellos donaron para juntos recaudar más de \$9 millones de pesos, que se destinaron a 8 instituciones sin fines de lucro enfocadas en proyectos de construcción, rehabilitación de espacios, salud, educación, entre otros.

Contribuir al cuidado ambiental es una prioridad para nosotros. Hemos implementado iniciativas que fomentan nuestra eficiencia operativa, reducen nuestro impacto al medio ambiente y contribuyen con el cuidado de nuestro planeta.

Ejemplo de ello son todos los esfuerzos que hacemos en materia de economía circular, al **reciclar más de 840 mil tarimas de madera en nuestro proceso, más de 3 mil toneladas de cartón y más de 430 mil toneladas de plástico para emplear**.

Nuestro compromiso con el cuidado del medio ambiente va más allá de nuestras tiendas e incluye también a nuestra cadena de proveeduría. Esto nos permite asegurar que las mercancías que ponemos a disposición de nuestros clientes cumplen con los lineamientos vigentes.

Queremos compartir con nuestros clientes información para que puedan convertir su hogar en un lugar sustentable, por lo que **hemos desarrollado los programas Eco Opciones y Eco Acciones**. Contamos en nuestro catálogo con más de 1,200 productos ahorradores, de alta eficiencia y que son procesados de manera responsable.

En 2022, continuaremos trabajando para seguir creciendo en México y generar valor para todos(as). Incrementaremos nuestra inversión en el país, generaremos más empleos y continuaremos desarrollando proveeduría local.

Aceleraremos nuestro proceso de expansión en el país, fortaleceremos nuestra estrategia de retail interconectado para brindar la mejor experiencia al cliente, trabajaremos intensamente para desarrollar a nuestros asociados y asociadas; y seguiremos impulsando nuestras iniciativas para operar de manera sustentable y apoyar a la comunidad.

Todo esto lo haremos siguiendo los más altos estándares de ética empresarial y Gobierno Corporativo, así como en nuestra cultura de valores.

Quisiera agradecer una vez más a todo el equipo que ha hecho posible lograr estos resultados. Hay que estar muy orgullosos de lo que hemos logrado, pero estoy muy emocionado de lo que viene en el futuro.

Seguramente, el 2022 nos presentará desafíos y oportunidades para que juntos asociados(as), clientes, proveedores y comunidad hagamos más por México.

**Gracias por estos primeros 20 años
¡Vamos por otros 20 años más!**

PERFIL DE LA EMPRESA

GRI 102-1, 102-2, 102-3, 102-4, 102-6, 102-7

En 2021 cumplimos 20 años siendo la cadena minorista de mejoras para el hogar más grande de México con presencia en 98 ciudades en los 32 estados del país. Esto lo hemos logrado través de nuestras 129 tiendas y nuestra tienda en línea, donde ofrecemos la mejor variedad y la más alta calidad de nuestros productos, así como las mejores herramientas en línea para cualquier proyecto.

En 1978, se fundó The Home Depot en Atlanta, Georgia, Estados Unidos. Posteriormente nos expandimos a Canadá, en 1994, y en 2001, llegamos a México con la apertura de tres tiendas en Nuevo León y una en Ciudad de México.



2021

EN CIFRAS

GRI 102-8, 102-9

SOMOS **19 MIL 77 ASOCIADOS(AS)** QUE PORTAMOS CON ORGULLO EL MANDIL NARANJA Y PONEMOS A DISPOSICIÓN DE NUESTROS CLIENTES MÁS DE **24 MIL PRODUCTOS EN TIENDAS FÍSICAS Y MÁS DE 34 MIL EN NUESTRA TIENDA EN LÍNEA.**

ESTO ES POSIBLE GRACIAS A LAS RELACIONES SÓLIDAS QUE MANTENEMOS CON NUESTROS **2 MIL 394 PROVEEDORES.**



+\$57 MDP

donados en mercancía y pintura



+\$26 MDP

recaudados en las cuatro Colectas "Haz más por los demás"



+34 M

horas de servicio al cliente



+4 MIL

nuevas contrataciones



+1,200

productos en el catálogo de eco opciones



+1.9 M

horas de capacitación a nuestros asociados(as)

PRESENCIA EN
EL MERCADO

GRI 102-6, 102-7

Nuestro negocio

En 2021 llegamos a **2 mil 317** tiendas distribuidas en Estados Unidos, México y Canadá.

En México abrimos **dos tiendas**: una en Chihuahua y otra en Querétaro, buscando siempre ser la mejor opción para nuestros clientes.



32 ESTADOS

129 TIENDAS

1 OAT
Oficinas de Apoyo a Tiendas (Corporativo)
• Nuevo León

2 MDC
Centros de Distribución Multicanal
• Atitalaquia, Hidalgo
• Ciénega de Flores, NL

4 HUB
Centro de Concentración de Operaciones
• Perinorte, CDMX
• Iztapalapa, CDMX
• Atitalaquia, Hidalgo
• Ciénega de Flores, NL

4 LSC
Centros logísticos
• Puebla, Puebla
• Guadalajara, Jalisco
• Tijuana, Baja California
• Querétaro, Querétaro

20 AÑOS DE

LOGROS NARANJAS



Registramos 65 trimestres consecutivos de crecimiento positivo. Recibimos por 13 años consecutivos el Distintivo ESR



Llegamos a México adquiriendo a Total Home de Grupo Alfa, con tres tiendas en Nuevo León y una en Ciudad de México con una plantilla de 300 asociados(as)



Tenemos presencia en 10 estados de México



Llegamos a 50 tiendas en 24 estados del país con un equipo de 5 mil 500 asociados(as)



Inauguramos los Centros de Distribución en Ciénega de Flores, Nuevo León, y Atitalaquia, Hidalgo



Abrimos la primera tienda con formato "expres", ubicada en San Juan del Río, Querétaro. Llegamos a 100 tiendas ubicadas en 28 estados de la República Mexicana



Lanzamos la tienda en línea a nivel nacional



Sumamos 120 tiendas en el país, que reciben a más de 60 millones de clientes a nivel nacional



Cumplimos 20 años en México

2001 2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021

Se integra la cadena comercial “Del Norte” con **cuatro tiendas en Chihuahua**



Sumamos 20 tiendas de la cadena “Home Mart”



Recibimos por primera vez el **Distintivo Empresa Socialmente Responsable**, otorgado por CEMEFI y AliaRSE



Cumplimos 10 años en México con presencia en 28 estados y un equipo de 10 mil asociados(as), que atienden a 40 millones de clientes anuales. Recibimos el Premio Nacional de Ahorro de Energía Eléctrica por parte del Fideicomiso para el Ahorro de Energía Eléctrica (FIDE)



Lanzamos la tienda en línea en Nuevo León y **cubrimos los 32 estados del país**



Cumplimos 15 años en México, con 50 trimestres consecutivos de crecimiento positivo y un equipo de 15 mil asociados(as)



Llegamos a 124 tiendas en México. José A. Rodríguez es nombrado Presidente y Director General. Recibimos más de 75 millones de visitas al sitio web, superando por primera vez las visitas anuales a tiendas físicas en el país



Cerramos el año con 127 tiendas en el país y **lanzamos la tienda en línea exclusiva para clientes profesionales**



GOBIERNO CORPORATIVO

GRI 102-18, 102-19, 102-20, 102-22, 102-23, 102-26

CONSEJO DE Administración

El Consejo de Administración de The Home Depot EU es el máximo órgano de Gobierno Corporativo, responsable de dar seguimiento a las operaciones de México, Estados Unidos y Canadá.

El Consejo, integrado por 11 directores, se apega al cumplimiento de las mejores prácticas para asegurar una gestión responsable y sostenible de nuestra organización.

En The Home Depot México, quien toma las decisiones sobre la operación y los temas ambientales, sociales y económicos es el equipo directivo, dirigido por José Rodríguez Garza, Presidente y Director General desde octubre de 2018.

NUESTROS LÍDERES

Nuestro equipo directivo está integrado por profesionistas responsables, que cuentan con la preparación y experiencia necesaria para la toma de decisiones y conducir a la empresa por el camino correcto, para cumplir con sus objetivos y metas.

José Antonio Rodríguez Garza
Presidente y Director General de The Home Depot México

Annabella Saviñon Luttrell
Directora Sr. de Legal

Cesar Augusto Pizano Fernández
Director Sr. de Ventas a Profesionales

Claudia De Koster Silva
Directora Sr. de Tecnologías de la Información

Eduardo Valenti Ramos
Vicepresidente de Recursos Humanos y Seguridad Corporativa

Erika Elizabeth Díaz Villafranca
Vicepresidenta de Mercadotecnia, Comercio en línea y Servicios Especiales

Gabriel López Negrete Stoaks
Vicepresidente de Comercialización

Germán Villacorta Ramos
Vicepresidente de Operaciones

José Gerardo Guardado Alanís
Vicepresidente de Finanzas, Construcción y Bienes Raíces

Juan Fernando Echeverry Moron
Vicepresidente de Cadena de Suministro

El área que gestiona las iniciativas sociales, ambientales y de la Fundación The Home Depot México es la **Gerencia Senior de Comunicación Corporativa y Asuntos Públicos**, que depende de la Vicepresidencia de Mercadotecnia, Comercio en Línea y Servicios Especiales.

Esta área es, además, responsable de la revisión y publicación del Informe de Sustentabilidad.

NUESTRA FILOSOFÍA

GRI 102-16, 102-17

En The Home Depot México basamos nuestras decisiones y nuestros comportamientos, al interior y exterior de nuestra organización, así como en la relación con los asociados(as), accionistas, clientes, proveedores y la comunidad, en nuestra rueda de valores.



L NUESTROS VALORES SE VIVEN AL SERVIR CON LA MEJOR ACTITUD, GENERAR CONFIANZA, COLABORAR CON LOS DEMÁS, OBTENER RESULTADOS, **DAR LO MEJOR CADA DÍA Y PROMOVER LA FELICIDAD**

Construir relaciones sólidas.

- ✓ Promuevo la felicidad y genero confianza
- ✓ Reconozco mis fortalezas y debilidades

Excelente servicio al cliente.

- ✓ Sirvo a todos con la mejor actitud
- ✓ Construir lealtad en nuestros clientes

Cuidar a nuestra gente.

- ✓ Mantener y promover un lugar de trabajo seguro
- ✓ Ayudar a los demás a que se sientan bien con ellos mismos

Devolver a la comunidad.

- ✓ Ayudar a los demás, participando en los programas de Responsabilidad Social
- ✓ Respetar el medio ambiente, haciendo uso responsable de los recursos

Hacer lo correcto.

- ✓ Predicar con el ejemplo
- ✓ Actuar con responsabilidad

Crear valor para la y el accionista.

- ✓ Dar lo mejor de nosotros mismos en cada actividad a realizar
- ✓ Buscar la oportunidad de cuidar los recursos de la empresa

Respeto por todas y por todos.

- ✓ Escuchar y responder en forma positiva
- ✓ Fomentar la ayuda entre los Asociados(as)

Espíritu empresarial.

- ✓ Crear y conservar vínculos en la organización
- ✓ Vivir la Sangre Naranja en todas las actividades

ÉTICA, ANTICORRUPCIÓN Y

CONFLICTOS DE INTERESES

GRI 102-25, 205-2

Contamos con un Código de Conducta y Ética Comercial, el cual contiene los lineamientos que seguimos en todas nuestras actividades. Este documento es revisado y aprobado por el Consejo de Administración EU y el equipo directivo de The Home Depot México.

En su contenido destacan temas como el cumplimiento legal, prácticas de empleo, conflictos de intereses, relaciones con proveedores, regalos, protección de datos, relaciones con el gobierno, salud, seguridad, relaciones laborales, entre otros.

Durante 2021 realizamos una campaña interna para reforzar el conocimiento de nuestro Código, que consistió en el envío de 14 comunicados internos, alusivos a comportamientos íntegros y honestos, así como relacionados con la vivencia de nuestros valores.



Asociados(as) que recibieron la capacitación

Categoría	Porcentaje
Nivel Directivo	4%
Ejecutivos	58%
Administrativos	32%
Total	94%

A TRAVÉS DE LA UNIVERSIDAD HOME DEPOT SE CONTINUÓ IMPARTIENDO EL CURSO PRÁCTICO SOBRE LOS CONTENIDOS DEL CÓDIGO DE CONDUCTA Y ÉTICA COMERCIAL, EL CUAL FUE TOMADO POR 676 ASOCIADOS(AS)

En 2021, compartimos con **2 mil 86 proveedores** la información contenida en nuestro Código, así como los lineamientos de regalos y las políticas anticorrupción y de conflictos de intereses.

Como parte de estas disposiciones, todos nuestros proveedores deben apegarse al **Convenio de Compra con el Proveedor** (SBA, por sus siglas en inglés) y al Manual de Referencia del Proveedor, para prevenir y evitar divulgación de información confidencial, competencia ilícita, regalos, comisiones ilegales, sobornos y conflictos de interés.

LÍNEA DE ALERTA

GRI 102-17

A través de la Política de Puertas Abiertas, invitamos a nuestros asociados(as) a denunciar cualquier irregularidad, acto ilícito o incumplimiento a nuestras políticas y Código de Conducta y Ética Comercial que suceda en alguna de nuestras 129 tiendas, Oficinas de Apoyo a Tiendas, Centros de Distribución y Centros Logísticos a nivel nacional, así como en las relaciones con clientes, proveedores y demás grupos de interés.

Tenemos a nuestra disposición las siguientes líneas de alerta, las 24 horas los 365 días del año:

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

Línea de Alerta para Proveedores:
001 888 765 8153

Contacto con el equipo de Cumplimiento Corporativo: **81 8155 7000, ext.5975** y a través del correo cumplimiento_corporativo@homedepot.com.mx

Contacto directo con las áreas de auditoría y legal, con el gerente, supervisor o jefe inmediato.

CONTAMOS CON UNA POLÍTICA DE CERO TOLERANCIA A REPRESALIAS, QUE ASEGURA LA CONFIDENCIALIDAD DE LOS DENUNCIANTES Y QUE NO SE TOMAN MEDIDAS EN CONTRA DE LA PERSONA QUE DENUNCIE ALGUNA IRREGULARIDAD



GRUPOS DE INTERÉS

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

Como parte de nuestro valor de **Construir Relaciones Sólidas**, constantemente, estamos en contacto con nuestros grupos de interés compartiéndoles información en los ámbitos ambientales, sociales y de Gobierno Corporativo.

Hemos definido cuatro grupos de interés como esenciales para nuestra operación.



	Asociados y Asociadas	Clientes	Comunidad	Proveedores
Mecanismo de diálogo →	Intranet, comunicados internos, línea de alerta, tableros, revista, encuesta clima organizacional, podcast y webcast	Módulos de servicio, línea de atención a clientes, página de internet, redes sociales, encuesta de servicio, catálogo de productos	Redes sociales, correos electrónicos, comunicados de prensa, foros, eventos e Informe de Sustentabilidad	Plataforma para proveedores, redes sociales, comunicados y ferias
Frecuencia →	Diaria, semanal, quincenal, mensual y anual	Diaria y semanal	Diaria, mensual, bimestral y anual	Diaria, mensual y anual
Área responsable →	Recursos Humanos, Operaciones, Servicio a Tiendas, Finanzas y Mercadotecnia	Mercadotecnia, Centro de Contacto, Comercialización y Finanzas	Recursos Humanos y Mercadotecnia	Mercadotecnia, Comercialización y Finanzas

NUESTRA RELACIÓN CON ELLOS SE BASA EN LA COMUNICACIÓN, EN LA CONFIANZA, EN LA HONESTIDAD Y EN LA INTEGRIDAD, POR LO QUE HEMOS PODIDO ESTABLECER VÍNCULOS QUE NOS PERMITEN COLABORAR EN BENEFICIO DE QUIENES MÁS LO NECESITAN, EN LOS 32 ESTADOS DE NUESTRO PAÍS

MATERIALIDAD

GRI 102-46, 102-47

Establecer un diálogo con los grupos de interés para conocer las expectativas que tienen de la empresa en los temas sociales, ambientales y de Gobierno Corporativo nos ha llevado a realizar un estudio de materialidad desde 2017.

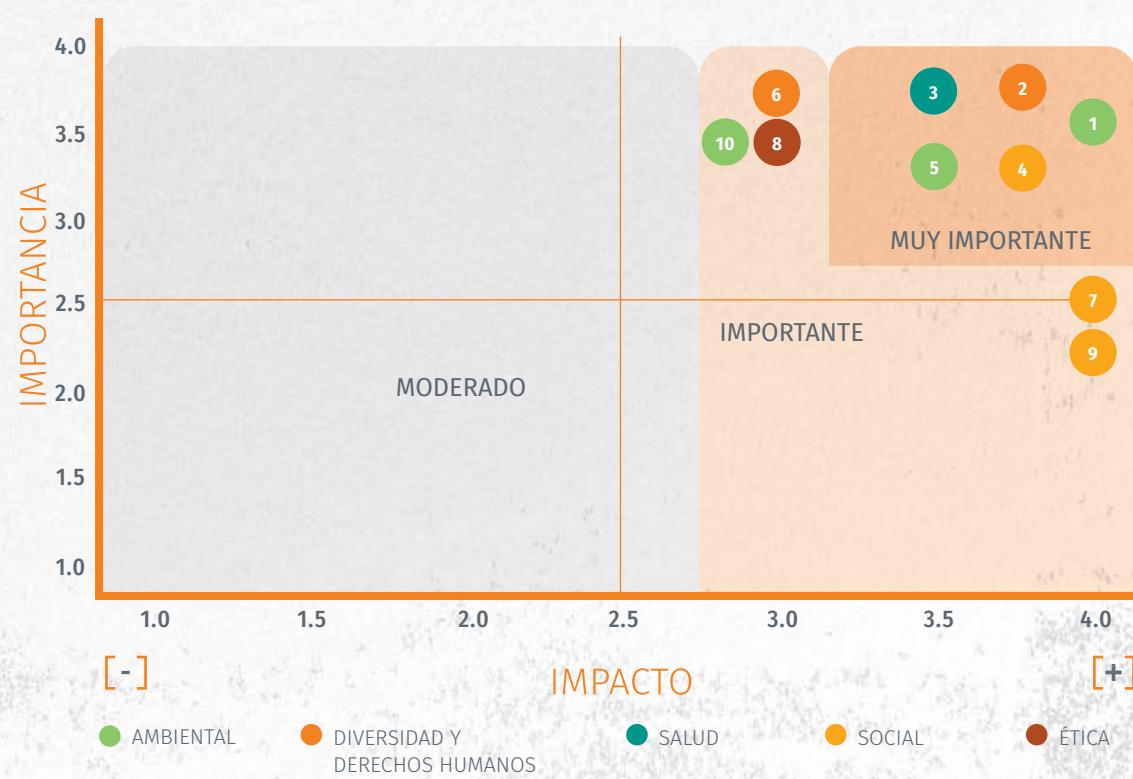
Los resultados que hemos obtenido nos han permitido mejorar nuestra gestión y enfocarnos en los temas que requieren mayor atención para nuestro crecimiento.

En 2020 realizamos nuevamente este ejercicio, en el cual entrevistamos a mil 205 clientes, proveedores, asociados(as) e instituciones con las que trabajamos, a través de encuestas en línea, para que nos compartieran su opinión sobre nuestra gestión de la sustentabilidad.

La información recabada se complementó con una investigación en notas de prensa, estudios comparativos de la industria, casos sectoriales y artículos de opinión, lo que nos ayudó a enfocar nuestros esfuerzos en temas puntuales.

Los temas que resultaron materiales fueron:

- 1 Productos con características sustentables.
- 2 Diversidad e Inclusión.
- 3 Salud y Seguridad en el Trabajo.
- 4 Impacto Social.
- 5 Emisiones de gases de efecto invernadero.
- 6 Equidad de género.
- 7 Voluntariado.
- 8 Lucha contra la corrupción.
- 9 Desarrollo comunitario.
- 10 Gestión de residuos y economía circular.



NUESTRA ESTRATEGIA

GRI 102-20, 102-29, 102-31

En The Home Depot, desde nuestra llegada a México, nos hemos comprometido con distintas causas sociales, con organizaciones de la sociedad civil y con el desarrollo y mejoramiento de las comunidades.

Esta responsabilidad social incluye, además, acciones que promueven el respeto al medio ambiente y a la conservación de los recursos naturales.

A través de los programas de Responsabilidad Social, hemos realizado diferentes intervenciones para restablecer entornos, conservar espacios y mejorar la calidad de vida de miles de mexicanos.

Este compromiso, que inició con nuestra responsabilidad social, ahora crece al caminar hacia la sustentabilidad, para colaborar en las dimensiones sociales, ambientales y de Gobierno Corporativo.

En 2020 definimos nuestra Estrategia de Sustentabilidad, que está basada en tres pilares: el medio ambiente, la comunidad y nuestros asociados(as).

Cada uno de ellos se enfoca en tres objetivos, que dan sentido al compromiso sustentable de nuestra empresa y dan pauta al desarrollo de distintas iniciativas, programas y políticas enfocadas en el desarrollo sostenible.

Hemos alineado actividades a nuestra estrategia de sustentabilidad para generar valor a nuestros grupos de interés, al identificar las áreas de acción prioritarias y definir metas específicas que nos lleven a disminuir nuestros impactos en el medio ambiente.



Medio Ambiente: Buscamos disminuir nuestra huella de carbono a través de la reducción de nuestros residuos, promoviendo la economía circular y ofreciendo productos que ayuden a nuestros clientes a disminuir sus impactos ambientales.



Comunidad: Promovemos el crecimiento, desarrollo y la mejora de la calidad de vida de las comunidades donde tenemos presencia, al proporcionarles los insumos necesarios para mejorar sus espacios públicos mediante los diferentes programas de Responsabilidad Social. Cuando los desastres naturales impactan en la comunidad, mediante la Fundación The Home Depot México y aliados a nivel nacional, apoyamos con donación de herramientas y otros recursos materiales, con los que las familias afectadas pueden recuperarse y reconstruirse.



Asociados(as): Queremos que nuestros asociados(as) tengan bienestar al劳动在 nuestra empresa, al ofrecerles esquemas preventivos de salud, promover la diversidad e igualdad y convertirlos en embajadores de la sustentabilidad.

NUESTRA VISIÓN SUSTENTABLE

GRI 102-20, 102-29, 102-31



Sustentabilidad



Cuando los clientes acuden a nuestras tiendas, nos invitan a sus hogares y negocios. Estamos agradecidos por su confianza y entendemos la responsabilidad que esto conlleva, por lo que **en 2021 creamos nuestro catálogo de Eco Opciones**.

Mediante este catálogo, buscamos facilitar a nuestros clientes la búsqueda de productos que pueden ayudarles a disminuir su impacto ambiental desde el hogar.

Durante 2021 trabajamos en revisar nuestros productos para agruparlos en categorías clave: **energía, agua, madera, hogar saludable, economía circular y aire para integrarlos en un catálogo**.

Como parte de nuestras operaciones, hemos invertido en energías renovables y en programas de separación de residuos y reciclaje, buscando conservar los recursos naturales de nuestro planeta.

Con esta **visión sustentable**, en The Home Depot México nos hemos comprometido a ofrecer a nuestros asociados(as) el mejor lugar para trabajar, condiciones óptimas de seguridad, acciones para Devolver a la Comunidad y operaciones basadas en la ética y la integridad.

Todo esto, lo logramos gracias a la dedicación, esfuerzo y profesionalismo de todos los que formamos parte de la organización, que buscamos hacer nuestro trabajo con excelencia para reducir nuestros impactos ambientales y mejorar la vida de las personas a lo largo de toda nuestra cadena de valor.

Conoce más en la página **56**

Somos una gran Familia Naranja que...
con acciones positivas
**CONSTRUIMOS
MEJORES
COMUNIDADES**



+7,000

personas
beneficiadas
ante desastres
naturales



+\$57 MDP

donados en mercancía
y pintura



\$26 MDP

recaudados
en la Colecta “Haz más
por los demás”



ODS en los que influimos:

1

4

9

10

17

ENTREVISTA

A LA VICEPRESIDENCIA DE MERCADOTECNIA, COMERCIO EN LÍNEA Y SERVICIOS ESPECIALES

GRI 102-14, 102-15

1. Durante 2021, The Home Depot México cumplió 15 años de ser una Empresa Socialmente Responsable, ¿qué representa este reconocimiento para la empresa y todos sus asociados y asociadas?

Es un justo reconocimiento al esfuerzo y compromiso de miles de asociados(as), que durante todos estos años se han esforzado para Devolver a la Comunidad de manera completamente desinteresada. Obtuvimos nuestro primer Distintivo como Empresa Socialmente Responsable en 2006 y, desde entonces, hemos evolucionado de la mano de nuestros programas de Responsabilidad Social, reforzando el compromiso que tenemos con nuestro país.

Sabemos que, trabajando en equipo, podemos apoyar a más personas. Sumando esfuerzos y de la mano con nuestros asociados(as), proveedores, instituciones y clientes, es posible lograr las metas que nos fijamos. Trabajar en conjunto, nos ha permitido desarrollar nuevos programas y perfeccionar nuestra Estrategia de Responsabilidad Social.

Nos llena de orgullo recibir el Distintivo, porque es consecuencia de la labor realizada por los asociados(as) de todas nuestras tiendas. Estamos listos para seguir fortaleciendo nuestros programas y crear nuevas maneras de apoyar a México.

2. ¿Cuál es el principal enfoque de la Fundación The Home Depot México y cómo impacta en sus grupos de interés?

Desde que la empresa fue creada en 1978, uno de nuestros valores ha sido Devolver a la Comunidad.

Hemos creado diversos programas e iniciativas que buscan llevar a la práctica este valor. Ese es el enfoque principal de la Fundación.

Los apoyos que brindamos a los integrantes de una comunidad que viven en situación de vulnerabilidad, se integran como parte de los programas de nuestra Fundación, la cual se enfoca en 4 ejes: la construcción y rehabilitación de viviendas, el mejoramiento de espacios públicos, la capacitación en oficios y la ayuda en desastres naturales.

Formalizar nuestra Estrategia de Responsabilidad Social, a través de nuestra Fundación, nos permite generar mayor confianza en nuestros proveedores y fortalecer las relaciones de negocio con toda nuestra cadena de valor.

3. Durante estos 20 años, ¿qué es lo que más destaca sobre la Responsabilidad Social de The Home Depot México?

Contamos con una amplia gama de programas que buscan impactar positivamente a la comunidad. Sin duda, destacaría nuestro voluntariado que denominamos Equipos Depot, ya que en el mismo puede participar cualquier asociado(a), lo único que se requiere para hacerlo es la voluntad de sumarse. Hasta la fecha, hemos realizado más de 6 mil Equipos Depot.

También, tenemos nuestro Programa Nacional de Donaciones en especie que inició en 2001, mismo año que iniciamos operaciones en el país, y con el que hemos donado más de \$1,200 millones de pesos en mercancía a más de 300 instituciones por año para que puedan mejorar sus instalaciones.

Estamos muy agradecidos con la generosidad de nuestros clientes y proveedores, quienes cada año se suman a nuestras iniciativas, ya sea en nuestra colecta que realizamos en todas nuestras tiendas o cuando duplicamos cada peso que donan nuestros proveedores.

Tenemos mecanismos para apoyar a nuestros asociados(as) cuando sufren algún problema de salud o afectación por desastre natural. También buscamos apoyar a la comunidad cuando ocurren situaciones de contingencia y desastres naturales.

4. ¿Cuáles fueron los principales avances en la Estrategia de Sustentabilidad, que se presentó en el Informe 2020?

Menciono tres: nuestra visión para fortalecer nuestra operación con una visión sustentable, el fortalecimiento de nuestra autoridad de producto mediante la creación del catálogo de Eco Opciones, para contribuir el cuidado del medio ambiente, y la creación de nuestro programa Eco Acciones con un enfoque en educación ambiental mediante la creación de proyectos "hazlo tú mismo".

5. ¿Cuál es tu visión de una empresa sustentable?

Es aquella que Hace lo Correcto en todas las áreas de su negocio, mide sus resultados para ver cómo mejorar, se fija metas con base en sus mediciones, monitorea tendencias y aplica aquellas que contribuyen al crecimiento de la organización y de su equipo de trabajo, mitigando su impacto ambiental y sin poner en riesgo los recursos naturales.

Considero que una empresa sustentable busca continuamente ser mejor en los aspectos sociales, ambientales, de gobernanza y económicos, porque esto le permitirá generar ingresos, crear y mantener empleos, cuidar a su personal, conservar el medio ambiente y promover el desarrollo de las comunidades.



Erika Diaz

Vicepresidencia de Mercadotecnia,
Comercio en Línea y Servicios Especiales

6. ¿Cómo define The Home Depot México la sustentabilidad?

Tenemos una visión integral, ya que para nosotros promover un desarrollo sustentable implica incrementar nuestras eficiencias permanentemente. Esto trae como consecuencia cuidar y desarrollar a nuestra gente, atraer al mejor talento, operar con transparencia y con los más altos estándares de ética empresarial. Además, de mitigar nuestro impacto ambiental, fortalecer la confianza de nuestros clientes y proveedores, así como apoyar a la comunidad. Nuestros valores resumen perfectamente nuestra visión de la sustentabilidad.

**Nuestros Valores resumen perfectamente
nuestra visión de la sustentabilidad.**

COMPROMISO

NARANJA

GRI 203-1, 203-2

Contribuir al desarrollo social de las comunidades cercanas a nuestras tiendas, siempre ha sido el motor que nos impulsa a crear iniciativas para mejorar la calidad de vida de las personas.

Vivimos y llevamos a cabo nuestros valores para seguir haciendo más por México, por lo que desde 2001, año en que iniciamos operaciones en el país, **nos comprometimos a trabajar activa, voluntaria y económicamente** al mejoramiento social y ambiental de las comunidades.

En 2001 iniciamos con nuestros **Programas de Donación de Pintura y Mercancía** para sumarnos en la rehabilitación y mantenimiento de espacios públicos a través de distintas instituciones.

Ese año, también iniciamos los voluntariados **Equipos Depot**, que tienen como objetivo realizar labores voluntarias en beneficio de las comunidades donde operamos.

Podemos decir con orgullo que nuestro compromiso naranja continúa fortaleciéndose **gracias al apoyo de nuestros clientes, asociados(as), instituciones aliadas y proveedores** que se suman a nuestras causas.

\$1,200 MDP

donados en mercancía y pintura
en estos 20 años



La Responsabilidad Social de THD a través de los años

2001

Inician Programas de Donación de Pintura y Mercancía y Equipos Depot

2005

+300 instituciones beneficiadas mediante donaciones

2006

Obtenemos el Distintivo ESR por primera vez

2007

Apoyamos a Tabasco tras sufrir la peor inundación de la historia



2008

Realizamos nuestro Equipo Depot #1,000

2010

Inicia la Colecta "Haz más por los demás"

2012

Lanzamiento de nuestro primer Informe de Responsabilidad Social

2013

Nace el programa Fondo Naranja para apoyar a nuestros asociados(as)

2016

Sumamos a nuestra cadena de valor al programa Unidos por una misma Causa

2017

Apoyamos con +\$18 MDP para la construcción de viviendas ante el sismo

2019

+\$30 MDP acumulados mediante nuestra Colecta "Haz más por los demás"

2020

+\$12 MDP donados ante la llegada del Covid-19

2021

+2,000 asociados(as) beneficiados mediante Fondo Naranja

20 AÑOS

DEVOLVIENDO A LA COMUNIDAD

Con motivo de nuestro 20 aniversario en México y como muestra de agradecimiento a las comunidades donde tenemos presencia, en 2021 lanzamos una convocatoria especial para fortalecer programas sociales con enfoque en **vivienda y mejoramiento de espacios**.

Evaluamos proyectos a nivel nacional y fortalecimos nuestra alianza con **35** instituciones, que fueron seleccionadas para recibir un donativo que les permitiera llevar a cabo la iniciativa postulada.

REHABILITACIÓN DE VIVIENDA

Apoyar a la construcción y rehabilitación de vivienda es uno de nuestros principales ejes de acción, a través de esta convocatoria especial logramos apoyar en la mejora de **312 viviendas** por medio de nuestros aliados.



- 98** viviendas en Hidalgo
- 80** viviendas en Estado de México
- 71** viviendas en Nuevo León
- 33** viviendas en Chiapas
- 16** viviendas en Ciudad de México
- 4** viviendas en Puebla
- 4** viviendas en Coahuila
- 3** viviendas en Chihuahua
- 3** viviendas en Veracruz



MEJORAMIENTO DE ESPACIOS PÚBLICOS

Contribuir al cuidado de espacios públicos de nuestro país ha sido nuestra prioridad, por ello mediante esta convocatoria sumamos esfuerzos para renovar **135 espacios públicos**.

A-Z

83 espacios educativos



18 intervenciones de equipamiento en centros de atención a la comunidad



34 parques rehabilitados

UNA CELEBRACIÓN DE COLORES

Convocamos a nuestras instituciones aliadas a participar en un **programa especial de donación de pintura**, las ganadoras recibieron un paquete con accesorios para pintar, con brochas, charolas, entre otros materiales, con el que realizaron un mural de temática libre en sus instalaciones y colocaron una placa conmemorativa del 20 aniversario de nuestra llegada a México, alusivo a nuestra alianza.



JORNADAS DE VOLUNTARIADO

EQUIPOS DEPOT

Somos una empresa comprometida con México y sus comunidades, por ello constantemente nuestros asociados(as) viven nuestro valor de Devolver a la Comunidad sumándose a participar en **jornadas de voluntariado, "Equipos Depot"**, que cada tienda o departamento involucrado planea estratégicamente, según sea la necesidad en la zona a intervenir.

Cada miembro de nuestra Familia Naranja brinda su tiempo libre, talento y energía para contribuir al mejoramiento de espacios a nivel nacional. Este programa nos permite realizar actividades de mantenimiento y convivencia a favor de instituciones sociales, escuelas, parques, espacios públicos, entre otras, donde realizamos desde reforestaciones, jardinería, pintura, hasta actividades generales para el mejoramiento de su infraestructura.

Además de proveer el producto de la más alta calidad, nuestro voluntariado es clave para cumplir nuestro propósito de hacer más por nuestro país.



HEMOS REALIZADO
+6,000
Equipos Depot
en 20 años



TRANSFORMANDO HOGARES

En marzo 2020 pausamos nuestras jornadas de voluntariado como medida de prevención y cuidado de la salud de nuestros asociados(as), sin embargo, nuestras ganas de seguir apoyando nos llevaron a la creación de un nuevo programa: Transformando Hogares.

Este proyecto tiene como objetivo adoptar instituciones para proveerles de productos que contribuyan al mejoramiento de sus espacios y nos permite seguir uniéndonos como Familia Naranja ante cualquier circunstancia para Devolver a la Comunidad, ya que cada asociado(a) tiene la oportunidad de donar algún artículo para la causa.

Transformando Hogares continuó fortaleciéndose en 2021, al adoptar **cuatro organizaciones** dedicadas a la atención integral de niños(as) y adultos mayores, para apoyarlos con distintas actividades.

En abril, con motivo del Día del Niño(a) ayudamos a **dos casas hogares** de Nuevo León, dedicadas a atender a niños(as) con enfermedades terminales y en situación de vulnerabilidad, respectivamente, beneficiando a 458 menores de edad con la **instalación de centros de lectura**.

Nuestros asociados(as) se sumaron a la causa donando libros y colores a través de un "drive thru", habilitado especialmente para ello.

683	83
libros donados	artículos escolares entregados
206	84
regalos entregados	asociados(as) participantes

En diciembre, por segundo año consecutivo, llevamos la magia de la Navidad a **dos casas hogares** en Nuevo León, mediante el donativo e **instalación de colecciones navideñas** en sus centros de atención, beneficiando a 184 niños(as) y 22 adultos mayores, al entregarles regalos que fueron donados por nuestros asociados(as).

LLEVAMOS
LA MAGIA DE
LA NAVIDAD



VIDEO

NUEVAS TIENDAS, NUEVAS OPORTUNIDADES DE APOYAR

Nuestro Espíritu Empresarial nos lleva a definir nuevas metas de crecimiento, sin perder de vista el compromiso que tenemos de Devolver a la Comunidad. Es así que, cada vez que planeamos una apertura de tienda, establecemos como objetivo la realización de una jornada de voluntariado, para conmemorar la llegada a la localidad.

En 2021, con la apertura de las tiendas 1170 Corregidora y 1174 Chihuahua Norte, apoyamos en la rehabilitación de **dos casas hogares** localizadas en el municipio de Corregidora, en Querétaro, así como en el mejoramiento de cinco parques en la ciudad de Chihuahua, Chihuahua.

QUERÉTARO

MINISTERIOS PAN DE VIDA, A.C.

Ampliación de una casa hogar

60 niños beneficiados

CASA HOGAR ESPERANZA PARA TI, A.C.

Rehabilitación de baños para niños(as) de la casa hogar

40 niños beneficiados

CHIHUAHUA

RED DE COHESIÓN Y PARTICIPACIÓN SOCIAL 1,2,3 POR MI Y MI COMUNIDAD A.C.

Mantenimiento de cinco parques públicos y creación de dos murales en comunidades indígenas

650 personas beneficiadas



 **\$303,655**

pesos donados en mercancía

 **3**

instituciones apoyadas

 **750**

personas beneficiadas

DONATIVOS DE PINTURA Y MERCANCÍA

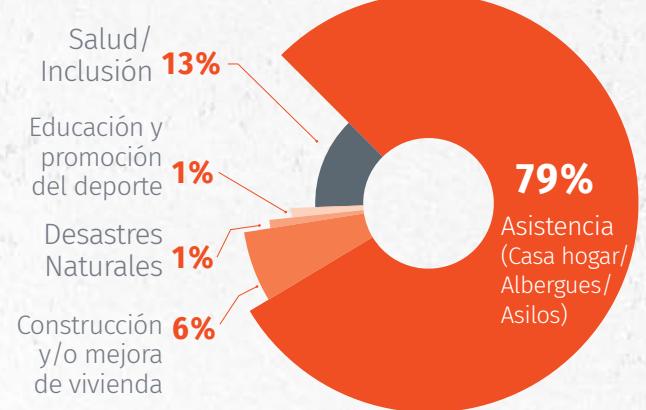
Desde 2001 hemos mantenido el compromiso de apoyar proyectos de construcción, rehabilitación de espacios públicos, educativos, asistenciales y de salud mediante la donación de materiales de nuestras tiendas.

En 2021 logramos contribuir a **415 proyectos** a nivel nacional, a través de donativos en especie.

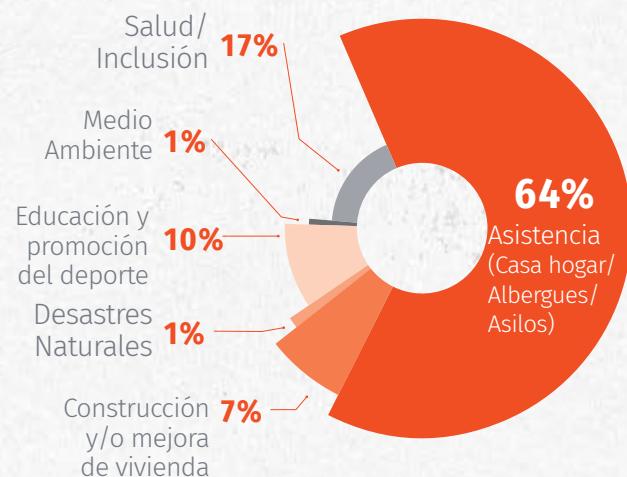
\$57,200,457.14 MXN

donados en mercancía y pintura

DONATIVOS MERCANCÍA
\$17,740,239.90



DONATIVOS PINTURA
\$39,460,217.24



+ \$1,200 MDP

donados desde el 2001

381

instituciones apoyadas

CONOCE MÁS



VIDEO
DONACIONES 2021



COLECTA

“HAZ MÁS POR LOS DEMÁS”

En la búsqueda constante de crear iniciativas para Devolver a la Comunidad, hace 11 años decidimos invitar a nuestros clientes a sumarse a distintas causas sociales a nivel nacional, a través de la **Colecta “Haz más por los demás”**.

Mediante este programa, ponemos a disposición nuestras líneas cajas para que nuestros clientes puedan donar un peso o más, que serán destinados a proyectos de **salud, educación, construcción y asistencia social**, que son implementados por distintas instituciones.

Este programa inició con una colecta anual, en 2020 sumamos dos más y este año decidimos incluir otra, para tener la oportunidad de extender el apoyo a más instituciones.

En 2021, gracias a las aportaciones de nuestros clientes, las cuatro colectas que se realizaron recaudaron un monto de **26 millones 235 mil 837.33 pesos**, que fueron entregados a **36 distintas organizaciones**, las cuales trabajan para mejorar la calidad de vida de los mexicanos, logrando beneficiar a más de **580 mil personas**.

\$67 MDP

recaudados desde el inicio del programa

+\$26 MDP

recaudados en 2021



1,250
consultas médicas



3,144

paquetes escolares



23,141

lentes donados



5

viviendas construidas



COLECTA I

Salud



\$8,213,274.97

6 Organizaciones beneficiadas

COLECTA II

Asistencia Social



\$4,562,497.69

8 Organizaciones beneficiadas

COLECTA III

Educación



\$7,060,658.65

11 Organizaciones beneficiadas

COLECTA IV

Construcción



\$6,399,406.02

11 Organizaciones beneficiadas

FUNDACIÓN

THE HOME DEPOT MÉXICO

Todas las acciones que realizamos en beneficio de nuestras comunidades han consolidado nuestro compromiso con México. Buscamos apoyar a distintas organizaciones de la sociedad civil a nivel nacional, para mejorar la calidad de vida de las personas.



NUESTRA MISIÓN: CONSTRUIMOS MEJORES CONDICIONES DE VIDA A PERSONAS EN SITUACIÓN DE VULNERABILIDAD, A TRAVÉS DE ACCIONES EN MATERIA DE VIVIENDA, RECUPERACIÓN DE ESPACIOS PÚBLICOS, CAPACITACIÓN DE OFICIOS Y APOYO EN DESASTRES NATURALES



AYUDA EN DESASTRES NATURALES

Cuando sucede un desastre natural, buscamos ser los primeros en llegar y los últimos en irnos. **Estamos comprometidos en proveer a la comunidad el producto necesario** durante la emergencia y posterior a los daños, buscamos sumarnos en las necesidades que se presenten.

En 2021, apoyamos con un donativo de \$476 mil 698 **artículos de higiene y limpieza, herramientas, material de construcción y de prevención de incendios** a 11 instituciones, para beneficiar a más de 7 mil personas, que resultaron afectadas por nueve desastres naturales en 10 estados del país.

9

desastres naturales atendidos

450

árboles donados

7,495

personas beneficiadas

NUESTROS ALIADOS



DESASTRES NATURALES ATENDIDOS



HURACÁN



INCENDIO



INUNDACIÓN

1. Nora
2. Grace

3. Sierra de Tepoztlán
4. Zapopan, Jalisco
5. Sierra Carichi
6. Coahuila
7. Nuevo León
8. Desbordamiento del Río Tula
9. Inundación en Querétaro

SOMOS LOS
PRIMEROS EN
LLEGAR



VIDEO

UNIDOS POR UNA MISMA CAUSA

Nuestro programa “Unidos por una misma causa” surgió hace cinco años, buscando **invitar a nuestra cadena de valor** a trabajar en conjunto a favor de distintas causas sociales.

Desde entonces, enviamos la invitación a través de nuestros distintos departamentos para que anualmente adopten una causa específica y la promuevan entre sus proveedores para que realicen un donativo económico, el cual es duplicado por nuestra empresa.

Esta sinergia con los proveedores nos permite seguir apoyando a las comunidades en proyectos de construcción, rehabilitación de espacios, salud, educación, entre otros.

En 2021 realizamos dos campañas de recaudación de fondos, propuestas por los Departamentos de Mercadotecnia y Comercial.

\$9,253,098.00

Recaudados en la campaña 2021

MERCADOTECNIA

\$1,276,000

COMERCIAL

\$7,977,098



MERCADOTECNIA, VENTAS EN LÍNEA, SERVICIOS ESPECIALES, COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y ASUNTOS PÚBLICOS

MONTO RECAUDADO

\$1,276,000

Construcción y rehabilitación de viviendas

INSTITUCIONES APOYADAS



PROVEEDORES

Content & oh!
Contenidos asombrosos para eCommerce

MVS
Radio

SOCCKER
MEDIA SOLUTIONS

jellyfish

MEDIA SOLUTIONS

Mediactiva

GrupoFórmula

PUBLICIDAD VIRTUAL.

LEXIA
Insights & Solutions

GRUPO SAC

PSM
VISUAL SOLUTIONS

inmega

printel

CROMOS

AUDIOMANIA

IMAGYX
ENTERTAINMENT

beehive.

INTERFASE
comunicación integral

PROREX

DID STUDIO

element®
agencia digital

Balance
Consultoría Social

generador
ideas que inspiran

moosostenible

DESARROLLO LITOGRÁFICO
impresión

akevia

COMERCIAL

MONTO RECAUDADO
\$7,977,098

Prevención y tratamiento
de cáncer de mama

INSTITUCIONES APOYADAS



PROVEEDORES



FONDO

NARANJA

En 2013 nace entre nuestros asociados(as) una iniciativa solidaria, para apoyar a aquellos compañeros que sufren algún desbalance económico a causa de su salud o la de su familia o por haber sufrido daños en su vivienda por un desastre natural.

Fondo Naranja es del asociado(a) para el asociado(a). Todos(as) sumamos esfuerzos de forma voluntaria para contar con un programa disponible, que se activa cuando alguien de nuestra Familia Naranja lo requiera.

Este programa año con año, se consolida gracias a la empatía y generosidad de todos(as) los que formamos parte de The Home Depot.

532

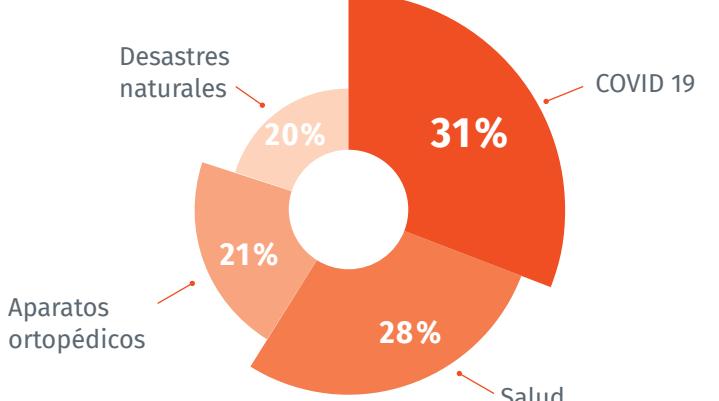
beneficiados en 2021

70%

de nuestra plantilla laboral participa

2,378

asociados(as) apoyados desde el inicio del programa



**“GRACIAS FONDO NARANJA
POR EL APOYO PARA REPARAR
MI CASA QUE SE INUNDÓ POR
LAS LLUVIAS, AHORA VIVO CON
TRANQUILIDAD AL HABERLA
REPARADO”**

Marisela Flores - 8647 Aragón

El programa se enfoca en tres rubros:



1. Salud



2. Desastres naturales



3. Aparatos ortopédicos



FORTALECEMOS

NUESTRAS ALIANZAS

Cada día surgen nuevas oportunidades para apoyar a quienes más lo necesitan y, como parte de nuestra estrategia de responsabilidad social, buscamos estar presentes de manera constante en las comunidades. Adicional a nuestra misión, entendemos que las necesidades van evolucionando, según sean las circunstancias que se presentan en el año. Por lo que constantemente monitoreamos y evaluamos distintas iniciativas a las que podemos sumarnos.

En 2020 adecuamos nuestros programas para apoyar ante la contingencia sanitaria causada por la pandemia COVID-19 y en 2021 continuamos apoyando diversas iniciativas ajustadas a la nueva normalidad.



1. Educación

Fomentamos estudios básicos y talleres de oficio en línea



2. Salud

Continuamos apoyando ante el Covid-19



3. Escuelas

Apoyamos con materiales para rehabilitar sus instalaciones para un sano regreso a clases



4. Carrera Tarahumara

Por primera ocasión, se llevó a cabo de manera virtual



AULA VIRTUAL

THE HOME DEPOT



construyendo
y creciendo

Sabemos que al apoyar proyectos de educación contribuimos al desarrollo y crecimiento de las personas. Por ello, a lo largo de los años, hemos mantenido una gran alianza con la **Fundación Construyendo y Creciendo A.C.** iniciando en 2016 con un programa de capacitación presencial, dirigido a los trabajadores que son parte del proyecto de la construcción de nuestras tiendas.

Como parte de nuestra estrategia de sustentabilidad, hemos adoptado el compromiso de reforzar nuestro apoyo hacia la educación en temas de oficios. Por lo que en 2021 nos sumamos a un nuevo proyecto en conjunto con Construyendo y Creciendo para crear el **"Aula Virtual Home Depot"**, que está enfocada en el aprendizaje digital y permite a los trabajadores de la construcción iniciar o continuar con sus estudios.

Con una inversión de \$144 mil pesos, la plataforma digital inició operaciones en abril de 2021 con 30 usuarios, quienes cursaron distintos niveles de primaria, secundaria, medio superior y oficios.

Este proyecto **fue reconocido por la Organización de las Naciones Unidad para la Educación, Ciencia y Cultura (UNESCO)**, por el programa de alfabetización que atiende el rezago educativo de los grupos vulnerables de la sociedad.

También en 2021, nos sumamos para apoyar a 500 trabajadores de la construcción mediante nuestra Colecta "Haz más por los demás", con el objetivo de que puedan completar la primaria, secundaria, preparatoria o talleres oficio en el Aula Móvil.

The screenshot shows the homepage of the "Plataforma Educativa CyC Aula Virtual Home Depot". At the top, there is a banner with a gloved hand holding a brick, with the text "Plataforma Educativa CyC Aula Virtual Home Depot" and "Con el apoyo de THE HOME DEPOT". Below the banner, the text "Pilares de Construyendo y Creciendo" is displayed. There are three circular icons representing the pillars: "Educación" (with a graduation cap icon), "Capacitación para el trabajo y uso de las TICS" (with a computer icon), and "Desarrollo Humano" (with a wrench icon). Below each pillar, there is a brief description and a link to more information.

Iniciar sesión (Ingresar)

Plataforma Educativa CyC Aula Virtual Home Depot

Bienvenidos

Con el apoyo de THE HOME DEPOT

Pilares de Construyendo y Creciendo

Educación

Aquí podrás concluir tu primaria, secundaria o preparatoria

Capacitación para el trabajo y uso de las TICS

Aquí encontrarás cursos que te ayudarán a obtener mejores habilidades laborales

Desarrollo Humano

Aquí encontrarás temas para el cuidado de tu salud y temas para mejorar en tu vida personal

NoteBook Pro

ACCIONES ANTE COVID-19

En 2021 continuamos sumando esfuerzos con instituciones sociales por medio de donativos de materiales, necesarios para controlar los contagios y reforzar las medidas de prevención. Se donaron \$479 mil 511 pesos en mercancía y se contribuyeron en distintas actividades emprendidas por el sector salud.

Realizamos alianza con el municipio de San Pedro Garza García, N.L, para instalar un centro de vacunación, así como en la colocación de un filtro sanitizante en una institución médica de Tamaulipas, a través de la Fundación del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS).

Además, apoyamos en el mantenimiento de las instalaciones del Hospital Materno Infantil, en Nuevo León; donamos 972 productos sanitizantes al Banco de Alimentos Cáritas del Estado de México, I.A.P.; a BRED Diocesano de Guadalajara, Jalisco, y a Escuelas Sustentables, de la Ciudad de México.

\$479,511
invertidos



972

productos
sanitizantes
entregados

1

centro de
vacunación
instalado

209

productos
donados para
mantenimiento
de un hospital

1

filtro sanitizante
en una
institución
médica



REHABILITACIÓN DE ESCUELAS

En 2020 y 2021, se suspendieron las clases presenciales en México como una medida de prevención ante los contagios de COVID-19, lo que causó que, con el paso del tiempo, los planteles educativos sufrieran un deterioro significativo.

A finales de 2021, se anunció el regreso a las aulas a nivel nacional, lo que nos motivó a ser parte del programa **Apadrina una escuela**, en donde mejoramos la infraestructura física de los planteles de primaria y secundaria, que requerían una gran cantidad de materiales para su mantenimiento.

Contabilizamos un total de 176 escuelas apoyadas en 15 estados de la República, con los programas de **Donación de Mercancía y Pintura, Colecta "Haz más por los demás"** y **Unidos por una misma causa**, que sumaron un monto de 5 millones 632 mil 737.83 pesos.

Con estas acciones beneficiamos a un aproximado de 61 mil 600 niños, niñas y adolescentes en edad escolar.

+\$5.6 MDP

invertidos

176

escuelas apoyadas

24

aliados a nivel nacional

15,243

unidades de pintura y
mercancía

CONOCE CÓMO
APADRINAMOS
ESCUELAS



VIDEO

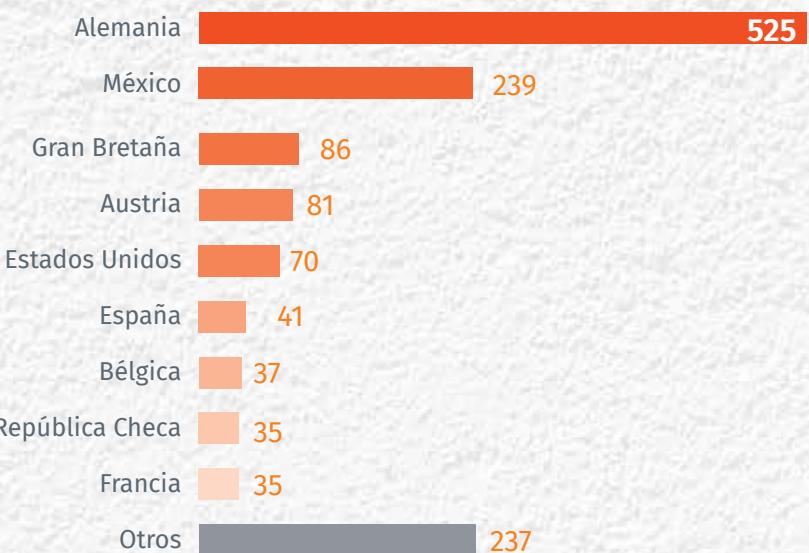
CARRERA TARAHUMARA

Por noveno año consecutivo, organizamos la Carrera Tarahumara The Home Depot en conjunto con la Fundación "José A. Llaguno", en beneficio de las comunidades que viven en la Sierra de Chihuahua, para brindarles soporte educativo y tecnológico.

Con el monto total recaudado, se apoyó en partes iguales los proyectos Jóvenes con Sentido y Vida Universitaria, beneficiando a 371 jóvenes rarámuris, entre los 18 y 25 años de edad.

+1,300
corredores

PROCEDENCIA DE LOS CORREDORES



RARÁMURIS BENEFICIADOS



ESTE AÑO, SE ORGANIZÓ DE FORMA VIRTUAL, DÁNDONOS LA OPORTUNIDAD DE INVITAR A MÁS CORREDORES DE OTROS PAÍSES PARA VIVIR EL ESPÍRITU DE LA CARRERA

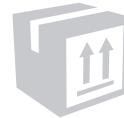


Somos una gran Familia Naranja que...
**creemos en la
sustentabilidad**
**PARA VIVIR EN UN
MUNDO EN EQUILIBRIO**



+840

mil tarimas
recicladas



+3,000

toneladas de
cartón recicladas



+1,200

productos en nuestro
catálogo de Eco
Opciones



ODS en los que influimos:

7

12

15



Contribuir al cuidado de nuestros ecosistemas se ha convertido en una responsabilidad para nosotros. Nuestro compromiso por **Hacer lo Correcto** en todas nuestras operaciones, se basa en el enfoque de conservación del medio ambiente para las generaciones futuras.

Como parte de este compromiso, hemos creado iniciativas que fomentan el cuidado de nuestro planeta y ayudan al desarrollo social y comunitario en donde operamos.

En 2019 iniciamos con el retiro de las bolsas de plástico en nuestras sucursales, a la fecha 104 tiendas han implementado esta iniciativa para fomentar el uso de bolsas ecológicas.

LA TRAVÉS DE LOS 20 AÑOS QUE LLEVAMOS EN MÉXICO, HEMOS EVOLUCIONADO NUESTRA MANERA DE OPERAR, DE ATENDER A NUESTROS CLIENTES Y DE RECICLAR NUESTROS MATERIALES, **PARA REDUCIR NUESTROS RESIDUOS Y LA EMISIÓN DE GASES DE EFECTO INVERNADERO**



ENFOQUE DE GESTIÓN

GRI 301-1, 301-2, 301-3

Uno de los tres ejes de nuestra **Estrategia de Sustentabilidad** es el medio ambiente, que nos orienta a disminuir nuestra huella de carbono, promover la economía circular y ofrecer productos con un menor impacto ambiental.

Los grupos de interés que participaron en nuestro estudio de materialidad determinaron tres temas importantes relacionados con nuestra gestión ambiental: productos con características sustentables, emisiones de gases de efecto invernadero, gestión de residuos y economía circular.

Nuestras prácticas ambientales están fundamentadas en la Política Ambiental, la Política de Gestión Integral de Residuos, la Política de Economía Circular y la Política Energética y Emisión de GEI, que establecen los lineamientos que cumplimos a nivel nacional en todas nuestras Tiendas, Oficinas de Apoyo a Tiendas, Centros Logísticos y de Distribución.

LOS ASUNTOS MATERIALES RESULTANTES ESTÁN INTEGRADOS EN NUESTRA ESTRATEGIA AMBIENTAL, POR LO QUE LAS ACCIONES QUE REALIZAMOS CONTRIBUYEN A RESPONDER SUS EXPECTATIVAS



AUTORIDAD DE PRODUCTO

En The Home Depot México tenemos el compromiso de innovar constantemente para continuar ofreciendo el mejor producto con excelente calidad a nuestros clientes. En las nuevas tendencias de construcción, decoración y remodelación, predomina un enfoque sustentable y amigable con el medio ambiente.



Energía

Sensibilizamos a nuestros clientes sobre el impacto climático y el uso de productos energéticamente eficientes



Agua.

El agua es un recurso vital para nuestro planeta. Apoyamos a nuestros clientes a conservarla mediante el uso de productos ahorradores



Madera

Nuestros bosques son los pulmones del planeta, creamos en protegerlos con prácticas forestales responsables



Hogar Saludable

Un hogar debe tener un ambiente saludable, creamos en protegerlos con prácticas forestales responsables



Economía circular

Ofrecemos a nuestros clientes productos que tengan un impacto medioambiental positivo mediante su uso



Aire.

Pasamos casi el 90% de nuestro tiempo en interiores, por ello, nos enfocamos en ayudar a nuestros clientes a mantener un ambiente limpio y seguro

EN UNA PRIMERA ETAPA, ESTE CATÁLOGO ESTÁ CONFORMADO POR MÁS DE 1,200 ECO OPCIONES Y TENEMOS EL COMPROMISO DE CONTINUAR INCORPORANDO NUEVOS PRODUCTOS CON UN MENOR IMPACTO AMBIENTAL.



CONSULTA
NUESTRO SITIO
DE ECO OPCIONES



HIPOTECA VERDE

Continuando con nuestro enfoque de proveer productos a favor del cuidado del medio ambiente, también contamos con un catálogo de más de 300 productos disponibles para adquirir por medio del Programa Hipoteca Verde, del INFONAVIT, del cual somos proveedores autorizados.

El programa otorga un monto adicional mediante los créditos del INFONAVIT para adquirir productos ecológicos, que generan ahorros económicos en los consumos de agua, gas y energía eléctrica.

A través de esta línea de productos eco tecnológicos, buscamos facilitar a nuestros clientes la adopción de un estilo de vida sustentable.

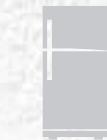


TOTAL 362



AGUA

158



ENERGÍA ELÉCTRICA

94



GAS

110

CONSUMO

ENERGÉTICO

GRI 302-1, 302-3, 302-4,

En The Home Depot hemos realizado una serie de iniciativas enfocadas en la disminución de nuestros consumos energéticos. Durante 2021, el 46 por ciento de la energía que consumimos en nuestras unidades de negocio fue producida por fuentes renovables, principalmente eólica.

CONSUMO POR TIPO ENERGÍA



ELÉCTRICA

200,561.59



EÓLICA

170,957.65

371,519.24

Consumo total de energía eléctrica

Utilizamos combustibles no renovables como la gasolina, el gas natural, el diésel y el gas LP, en nuestros vehículos y en las plantas de emergencia, cuyos consumos sumaron **134,177 Gigajulios (Gj) durante 2021**.

CONSUMO POR TIPO DE COMBUSTIBLE (Gj)



GASOLINA

14,831.55



GAS NATURAL

5,156.93



DIÉSEL

6,236.73



GAS LP

107,951.99

134,177.19

Consumo total de combustibles



CONSUMO ENERGÉTICO TOTAL (Gj)

505,696.43

RATIO DE INTENSIDAD (Gj)

27.54 (Gj)

Por asociado(a)

RATIO DE INTENSIDAD (Gj)

3,802.23 (Gj)

considerando 133 edificios

El medir nuestro consumo energético nos permite tomar acciones puntuales para concientizar a nuestros asociados(as) de la importancia de utilizar estos recursos de forma sustentable.

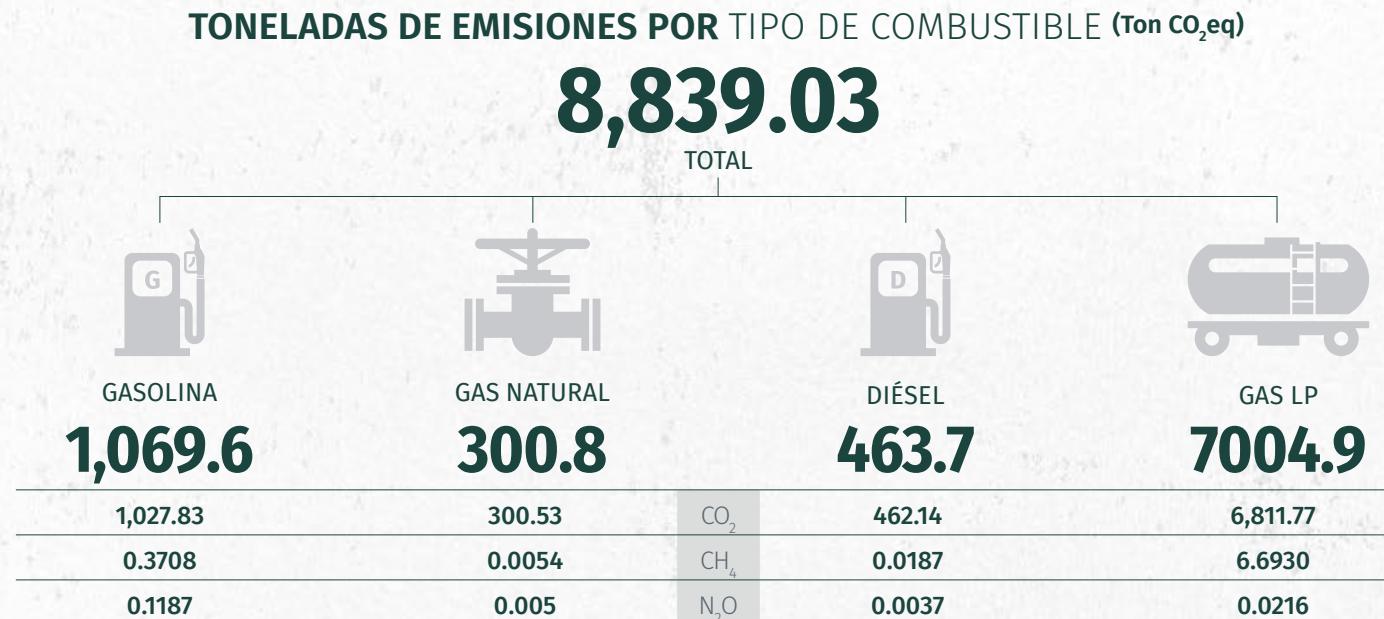
Los resultados obtenidos durante 2021 serán la base para realizar los análisis comparativos de nuestros consumos de energía en los próximos años.

HUELLA DE CARBONO

GRI 305-1, 305-2, 305-4, 305-5

Convencidos de nuestro compromiso ambiental, hemos emprendido distintas acciones para reducir nuestras emisiones de gases de efecto invernadero y colaborar en el cuidado al medio ambiente. Estas acciones se reflejan en la medición de nuestras emisiones de acuerdo a su alcance, dependiendo de la fuente de generación.

Las emisiones de Alcance 1, producidas por el consumo de combustibles fósiles, fueron de 8 mil 839.03 toneladas de CO₂eq, representando el 16.83 por ciento; mientras que las de Alcance 2, correspondientes al consumo de energía eléctrica adquirida y consumida, sumaron 43 mil 653.51 toneladas, representando el 83.16 por ciento del total de nuestras emisiones.



Utilizamos un factor de potencial de calentamiento global para poder comparar las emisiones, por ejemplo, 1 ton de CH₄ equivale a 28 ton de CO₂, esto lo realizamos para comparar las emisiones y obtener el total de CO₂ equivalente.

*Los cálculos se realizaron tomando como base el factor de emisión para energía eléctrica y combustibles, publicado por la SENER. "<http://www.gob.mx>"

ALCANCE 1 Y 2 (Ton CO₂eq)

52,492.54

RATIO DE INTENSIDAD (Ton CO₂eq)

POR EMPLEADO

2.86

POR EDIFICIO (133)

394.68

ECONOMÍA CIRCULAR Y RESIDUOS

GRI 306-2, 306-3, 304-4



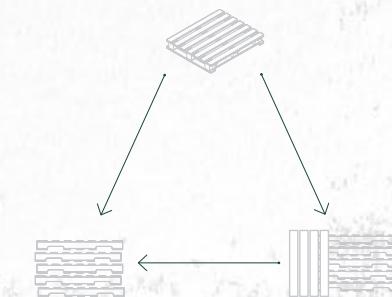
METODOLOGÍA DE LOGÍSTICA INVERSA

UNO DE NUESTROS COMPROMISOS ES DISMINUIR LA GENERACIÓN DE RESIDUOS Y, PARA ELLO, HEMOS IMPLEMENTADO TRES PROGRAMAS: METODOLOGÍA DE LOGÍSTICA INVERSA, MICROCIRCUITO DE RECOLECCIONES Y RECICLAJE DE CARTÓN, LOS CUALES SON EJEMPLO DE ECONOMÍA CIRCULAR



MICROCIRCUITO DE RECOLECCIONES

Este programa inició en 2019 para recolectar las tarimas de madera y reincorporarlas como materia prima en la reparación y construcción de nuevas plataformas de transporte de mercancías. Con ello, reducimos los viajes de nuestras unidades y maximizamos los espacios de almacén. Actualmente, el Microcircuito opera en 13 tiendas de las regiones de Occidente y Bajío.



RECICLAJE DE CARTÓN

Todo el cartón que se desecha en nuestras tiendas se recolecta y se vende a una empresa transformadora de papel. Una vez modificado es adquirido por nuestros proveedores de señalización, quienes lo regresan a nuestras instalaciones convertido en anuncios, letreros y señalética. Este año **recuperamos 3 mil 106 toneladas de cartón** mediante este programa.



RESIDUOS

En 2021 fomentamos la reutilización de distintos residuos recolectados en nuestras instalaciones a nivel nacional.



TARIMAS DE MADERA

848,200

unidades



CARTÓN

3,106

Ton



PLÁSTICO DE EMPLEAR

433.5

Ton

EVALUACIÓN AMBIENTAL

PROVEEDORES

GRI 308-1

Nuestra Política de Compras a Proveedores incluye criterios ambientales que deben cumplir todas las empresas que desean tener una relación comercial con nosotros. Algunos de estos criterios ambientales son la gestión de residuos, el cumplimiento legal y la trazabilidad de las materias primas con que elaboran sus productos.

Esto nos permite asegurar que las mercancías que ponemos a disposición de nuestros clientes cuentan con las certificaciones, permisos y registros ambientales, requeridos por las autoridades y por las regulaciones internacionales.

Una forma de mantener estos estándares es realizando evaluaciones a nuestros proveedores, mediante un formulario que contiene preguntas específicas sobre la obtención de sus materias primas, el lugar de origen, componentes principales, seguridad del producto, entre otras.

EN 2021, EL 100 POR CIENTO DE LOS PROVEEDORES QUE INICIARON RELACIONES COMERCIALES CON THE HOME DEPOT MÉXICO FUERON EVALUADOS CON CRITERIOS AMBIENTALES. DE ELLOS, 98 SON EXTRANJEROS, CUATRO NACIONALES Y UNO LOCAL



COMPROMISOS

AMBIENTALES



AIRE

En The Home Depot México estamos trabajando para disminuir nuestros impactos por causa de nuestras operaciones. Durante 2021 incluimos criterios ambientales en la construcción de nuestras dos nuevas tiendas, ubicadas en Chihuahua y en Querétaro.

Tomando como base los criterios de la certificación LEED, aumentamos el aislamiento térmico de muros y techos, para lograr una optimización en el consumo de energía eléctrica. Estas mejoras, nos permitieron ahorrar 518.42 Mwh en nuestro consumo anual.

Además, incorporamos filtros en los sistemas de aire acondicionado para remoción de partículas mayores a tres micras, mejorando así la calidad del aire para nuestros asociados(as) y clientes.

La instalación de filtros de aire se concluyó en 2021 en Querétaro, mientras que en la tienda de Chihuahua se continuará durante 2022.

AHORRO DE ENERGÍA

518,423

kWh

CHIHUAHUA

262,927

kWh

QUERÉTARO

255,496

kWh

AGUA

Estamos comprometidos con el cuidado de los recursos naturales, por ello hemos desarrollado iniciativas para fomentar su conservación.

HEMOS SEMBRADO

235

ejemplares de distintas especies nativas de árboles, arbustos y plantas

TIENDA CHIHUAHUA

140

Huizache (*Acacia Farnesiana*)

TIENDA QUERÉTARO

78

- Palo Fierro
- Pata de Vaca
- Encino

17

- Guayabo
- Nopal
- Jacaranda
- Fresno
- Ficus
- Chapulixtle

En nuestras tiendas hemos reducido las áreas con césped y colocado cubre suelos, que requieren menos cantidad de agua de riego. Y en nuestros espacios hemos sembrado 235 ejemplares de distintas especies nativas de árboles, arbustos y plantas, que ayudarán a restaurar los ciclos hidrológicos.



SUELO

Como parte de los esfuerzos de conservación de los recursos naturales, instalamos 3 mil metros² de eco concretos y 4 mil 830 m² de adopasto en las áreas de más tráfico y estacionamientos de nuestras tiendas, para garantizar la filtración de agua de lluvia al subsuelo y disminuir la erosión.

Con estas prácticas, a nivel nacional, buscamos disminuir nuestros impactos en los recursos naturales y nuestro entorno, asegurando la preservación de nuestro planeta para las generaciones futuras.

Asociados(as)

Somos una gran Familia Naranja que...
desarrollamos y cuidamos
A NUESTROS
ASOCIADOS(AS)

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



+19

mil asociados(as)
a nivel nacional



47

becas Orange
Scholars otorgadas



+1.9

millones de horas
de capacitación
brindadas



ODS en los que influimos:

- 1
- 3
- 4
- 5
- 8
- 9
- 10
- 17



Nos llena de orgullo contar con un equipo de asociados(as) que basan su desempeño laboral en la rueda valores de The Home Depot, fortaleciendo la cultura corporativa y aportando sus ideas y opiniones para mejorar los resultados de nuestra empresa.

Todos(as) somos embajadores de nuestra estrategia de sustentabilidad, ya que día a día buscamos hacer lo correcto con nuestras acciones para mejorar nuestras comunidades, conservar el medio ambiente y posicionar a nuestra empresa como la mejor opción en el mercado de la construcción y mejoras para el hogar del país.

LOS 19 MIL 77 ASOCIADOS(AS) QUE FORMAMOS PARTE DE LA FAMILIA NARANJA, NOS DISTINGUIMOS POR VIVIR DIARIAMENTE NUESTROS VALORES Y BRINDAR UN EXCELENTE SERVICIO AL CLIENTE

ENFOQUE DE GESTIÓN

GRI 301-1, 301-2, 301-3

Conocer la opinión que tienen nuestros clientes, proveedores, instituciones aliadas y otros grupos de interés sobre nuestro desempeño, es muy importante. Por lo que verificamos los resultados del estudio de materialidad para conocer los temas más relevantes en los aspectos de recursos humanos.

La forma en que gestionamos la diversidad, la inclusión, la salud y seguridad en el trabajo y la equidad de género, constituye un tema prioritario para nuestros grupos de interés y también para nuestra empresa. Por lo que contamos con procesos de selección y reclutamiento de personal inclusivos y libres de discriminación, basados en nuestra cultura corporativa.

En The Home Depot hemos definido la Política de Inclusión y No Discriminación, así como los Estándares de Seguridad Críticos para la Operación, que contienen directrices alineadas a la legislación y normativa laboral que nos compete, las cuales nos permiten proporcionar las mejores condiciones de trabajo y para el desarrollo profesional a nuestros asociados(as).

Por ello, implementamos programas enfocados en su bienestar, crecimiento personal y profesional, para ofrecerles condiciones de igualdad en su desempeño laboral, que nos permitan mantenernos como un gran lugar para trabajar.



BIENESTAR

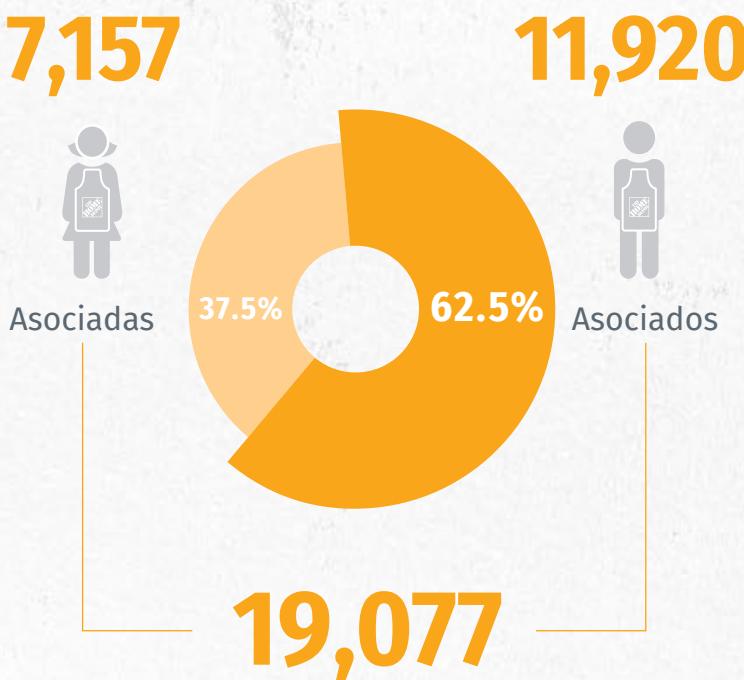
LABORAL

GRI 102-8, 202-2, 401-1, 401-2, 401-3

Garantizar un clima laboral que promueva el respeto y la colaboración de nuestros equipos de trabajo es nuestra prioridad. Por lo que brindamos las facilidades necesarias para su capacitación, crecimiento y desarrollo profesional.

Nuestra plantilla laboral está integrada por 11 mil 920 asociados y 7 mil 157 asociadas, que atienden diariamente a nuestros clientes con calidad y eficiencia, brindando el mejor servicio y, al mismo tiempo, trabajando en equipo.

Para continuar siendo un gran lugar para trabajar, constantemente monitoreamos la percepción y el sentimiento por parte de nuestros asociados(as) hacia nuestra compañía a través de la encuesta anual "Voz del(la) Asociado(a)".



L 86% DE NUESTROS ASOCIADOS(AS) ESTÁN ORGULLOSOS DE PERTENECER A LA COMPAÑÍA, ESTE RESULTADO PROVIENE DE LA ENCUESTA ANUAL "VOZ DEL(LA) ASOCIADO(A)" EN LA CATEGORÍA DEL ÍNDICE DE COMPROMISO DE ASOCIADOS(AS) (ACI).

Durante 2021, nos enfocamos en operar con estrictas medidas preventivas de seguridad y salud, estipuladas por entidades gubernamentales ante la contingencia sanitaria, para continuar ofreciendo un **excelente servicio a nuestros clientes**. En el año realizamos 4 mil 971 nuevas contrataciones, lo que representa el 26 por ciento de nuestra plantilla laboral.

NUEVAS CONTRATACIONES

4,971		
Asociados	Asociadas	
3,280	1,691	
2,400	1,109	18 a 30 años
810	529	31 a 50 años
70	53	51 años y +

Cuatro mil 708 asociados(as) dejaron de laborar en nuestra empresa por distintos motivos, siendo 3 mil 380 hombres y mil 328 mujeres, para una tasa de rotación del 25% a nivel compañía.

ROTACIÓN DE PERSONAL

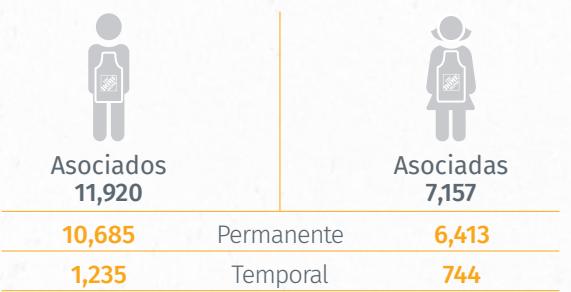
4,708		
Asociados	Asociadas	
3,380	1,328	
2,115	702	18 a 30 años
1,112	534	31 a 50 años
153	92	51 años y +



ASOCIADOS Y ASOCIADAS POR TIPO DE JORNADA LABORAL



ASOCIADOS Y ASOCIADAS POR TIPO DE CONTRATO



ASOCIADOS Y ASOCIADAS POR LUGAR DE TRABAJO

Asociados		Asociadas		
Lugar de trabajo	Permanente	Temporal	Permanente	Temporal
Centros Logísticos	1,220	11	339	1
Tiendas	9,017	1,215	5,706	729
Oficinas Apoyo a Tiendas (OAT)	448	9	368	14

ASOCIADOS Y ASOCIADAS POR REGIÓN*



LUGAR DE PROCEDENCIA DE LOS DIRECTIVOS

Vicepresidentes	Directores
Asociados	19
Asociadas	7

Chiapas, CDMX y Nuevo León Estado de origen CDMX, Edomex, Guerrero, Nuevo León, Sinaloa y Sonora

* La información por región solo corresponde a los asociados(as) que laboran en tiendas



BENEFICIOS PARA NUESTROS ASOCIADOS Y ASOCIADAS

El bienestar, el cuidado de nuestros asociados(as) y el balance trabajo-familia son primordiales para nosotros, por lo que nuestra Familia Naranja cuenta con un plan de prestaciones que incluye beneficios que nos permiten mantenernos competitivos en el mercado laboral, así como atraer y retener el mejor talento.

BENEFICIOS ASOCIADOS(AS)



Bono por resultados



Gastos funerarios



Horarios flexibles



Caja de ahorro



Ayuda por defunción de familiares



Permisos con goce de sueldo



Seguro de Vida



Prima vacacional



Aguinaldo

El cuidado y bienestar de nuestra gente es una prioridad. Por lo que hemos establecido un programa de convenios con distintos establecimientos comerciales, que ofrecen precios preferenciales a nuestros asociados(as) y sus familias.

Entre los comercios que otorgan descuentos se encuentran hospitales, laboratorios, universidades, primarias, escuelas de idiomas, restaurantes, gimnasios, tiendas especializadas, entre otros.



PERMISOS PARENTALES Y MATERNALES

Como parte de nuestras acciones para fomentar el cuidado de nuestros asociados(as) y sus familias, en 2021 otorgamos **153 permisos por maternidad y 382 por paternidad** para contribuir al desarrollo saludable de sus hijos(as).



Hombres

Mujeres

Empleados que solicitaron permiso de maternidad y paternidad durante 2021	382	153
Empleados que regresaron al trabajo durante 2021 después de terminar el permiso de maternidad y paternidad	382	153
Empleados que siguen siendo empleados 12 meses después de regresar al trabajo por permiso de maternidad y paternidad	382	153
Tasas de regreso al trabajo después del permiso de maternidad y paternidad	100%	100%
Tasas de retención de empleados que se acogieron al permiso de maternidad y paternidad	100%	100%

L EL 100% DE LOS ASOCIADOS(AS) QUE REGRESARON A LABORAR POSTERIOR A SU PERMISO PARENTAL Y MATERNAL, SE MANTIENEN EN NUESTRA FAMILIA NARANJA

PREVENCIÓN DE LA SALUD

GRI 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8, 403-9, 403-10



Mantener y promover que nuestras instalaciones sean lugares de trabajo seguros y que todos nuestros asociados(as) se sientan cómodos formando parte de nuestra empresa, es lo que hacemos diariamente, al ofrecerles programas de salud preventiva, lo que nos permite vivir el valor de cuidar a nuestra gente.

Constantemente, monitoreamos las tendencias de padecimientos que se van presentando o evolucionando a nivel mundial, para anticiparnos y desarrollar estrategias y campañas de prevención y atención del cuidado de la salud.



En México, el cáncer de mama es el segundo tipo de cáncer más común. Por lo que buscando cuidar de nuestras asociadas, diseñamos un programa de prevención para apoyarlas brindándoles el conocimiento de esta enfermedad y compartiéndoles técnicas de autoexploración y prevención.

Como parte del programa, impartimos una conferencia virtual con la participación de 80 asociados(as), mientras que 17 mil 051 tomaron los talleres ofrecidos en la Universidad Home Depot.

Que nuestros asociados(as) puedan encontrar el balance en su vida laboral y familiar es uno de los principios básicos en los que basamos nuestro actuar. Por ello exploramos distintas maneras de ayudarlos(as) a cumplir con sus roles de maternidad y paternidad.

Dentro de nuestra estrategia, se encuentran actividades para conmemorar la Semana Mundial de la Lactancia Materna. En esta campaña participaron 219 asociadas en asesorías personalizadas en temas de embarazo y lactancia, que se sumaron a los 14 mil 475 que asistieron a los talleres que organizamos en agosto a través de la Universidad Home Depot.

Otras iniciativas que hemos desarrollado son campañas para conocer las distintas causas del estrés, con la finalidad de que nuestros asociados(as) conozcan las herramientas para prevenir enfermedades y mejoren su calidad de vida laboral y familiar. En estas pláticas participó el 89 por ciento de nuestra plantilla laboral.



PLÁTICA/TALLER



CÁNCER DE MAMA



LACTANCIA MATERNA



ESTRÉS LABORAL

Asociados Participantes

17,051

95% de asistencia

14,745

86% de asistencia

12,216

89% de asistencia

Nuestro **Programa de Donación de Sangre** nos permite vivir nuestros valores, ya que cada asociado(a) que participa lo realiza de manera voluntaria para apoyar a los bancos de sangre del estado. Gracias a su participación, en 2021 logramos donar 130 unidades de sangre, que beneficiaron a 390 personas.

DONACIÓN DE SANGRE

130

Donantes voluntarios

390

Beneficiarios

Participantes

11

Tiendas

1

Oficina de Apoyo a Tiendas (OAT)

1

Centro de Distribución (MDC)

Continuando con el compromiso de sumar en apoyo a la salud de nuestros asociados(as) y sus familias ante la llegada del COVID 19, realizamos una campaña de concientización sobre la importancia de recibir las vacunas para disminuir la gravedad de los síntomas en caso de contagio.

Esta campaña se amplió para apoyar a nuestros asociados(as) en sus procesos de vacunación, ofreciéndoles la posibilidad de **recibir las dosis respectivas de la vacuna contra el virus de COVID 19**, mediante la cual el 83 por ciento de nuestra plantilla se vio beneficiada.

L EL 83 POR CIENTO DE NUESTRA PLANTILLA FUE BENEFICIADA TRAS LA RESPECTIVA APLICACIÓN DE LAS DOSIS CONTRA EL COVID-19

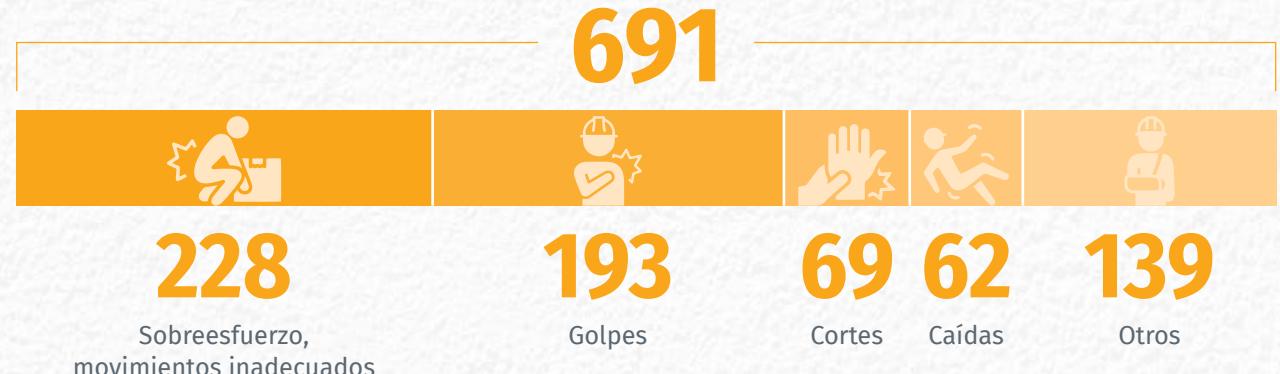
SEGURIDAD E HIGIENE

En todas nuestras instalaciones promovemos continuamente el seguir y cumplir los protocolos de seguridad e higiene, que nos permiten operar con menores márgenes de riesgo de lesiones o accidentes laborales.

Recorridos de inspección, seguimiento a planes de acción, procesos estandarizados e instrucciones para realizar el trabajo de forma segura, son las actividades que nos han ayudado a mantener una tasa de accidentalidad del 5.6 por ciento anual y disminuir en seis por ciento la tasa de gravedad.

L EN NUESTRAS 129 TIENDAS CONTAMOS CON UN EQUIPO DE SEGURIDAD Y PROTECCIÓN DE ACTIVOS, QUE LIDERA LA SUPERVISIÓN E INSPECCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DIARIAS, PARA DETECTAR CUALQUIER CONDICIÓN O ACTO INSEGURO QUE PUEDA DERIVAR EN LESIONES O ACCIDENTES DE TRABAJO

TIPOS DE LESIONES



En 2021 creamos el programa Alerta Roja, que es un procedimiento para investigar, analizar, apoyar y definir soluciones para accidentes graves, en el cual está involucrado el equipo líder de cada tienda, así como asociados(as) de la Oficinas de Apoyo a Tiendas (OAT).

Adicionalmente, establecimos un lineamiento para la captura de hojas de seguridad de productos químicos, así como para el registro de accidentes y lesiones en el lugar de trabajo.



DESARROLLO Y CAPACITACIÓN

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

En The Home Depot México nos llena de orgullo contar con un equipo capacitado y motivado para seguir aprendiendo, por ello, ofrecemos programas de capacitación enfocados en mejorar sus conocimientos, habilidades y aptitudes.

En 2021, se impartió un total de 1,943,917 horas de capacitación, lo que sumó un promedio de 102.5 horas por asociado(a) al año.

Se diseñaron programas de capacitación para impulsar y potenciar competencias en ciertas posiciones.

Programa	Participantes
Perfeccionamiento de Liderazgo.	50
Planifica y Alinea.	144
Business Boost.	25
Negociación Arte y Ciencia.	8
Total	227

CAPACITACIÓN POR CATEGORÍA Y GÉNERO

Categoría laboral	Asociadas	Horas de capacitación	Media de horas de capacitación
Directores	8	27	3.4
OAT	375	2,376	6.3
Tiendas y CL*	6,729	684,936	101.8
TOTAL	7,112	687,339	96.6

Categoría laboral	Asociados	Horas de capacitación	Media de horas de capacitación
Directores	25	86	3.4
OAT	433	2,547	5.9
Tiendas y CL*	11,389	1,253,945	110.1
TOTAL	11,847	1,256,578	106

* Centros Logísticos.

UNIVERSIDAD HOME DEPOT PLATAFORMA UNIVERSIDAD HOME DEPOT

Contamos con una herramienta de formación diseñada con el objetivo de integrar nuevas formas de aprendizaje a través de materiales dinámicos, innovadores y autodidactas.

Como parte de la oferta de la plataforma, se incluyen capacitaciones para desarrollar distintas competencias en nuestros asociados(as) de acuerdo con su posición laboral y al departamento donde se desempeñan.

Algunos temas que sobresalen son: **liderazgo, conocimiento de producto, servicio al cliente, seguridad y operaciones.**

L CONTAMOS CON UN **CATÁLOGO DE MÁS DE 20 MIL CURSOS EN LÍNEA EN NUESTRA PLATAFORMA A TRAVÉS DE ALIANZAS CON PROVEEDORES MUNDIALMENTE RECONOCIDOS**



EMBAJADORES DE SUSTENTABILIDAD

En 2021, se crearon contenidos específicos en la plataforma Universidad Home Depot con temas sustentables con el objetivo de invitar a participar a nuestros asociados(as) a convertirse en agentes de cambio, que realizan acciones a favor de nuestro planeta.



BECAS DE PREPARATORIA Y LICENCIATURA

Desde el 2017 contamos con el Programa de becas cuyo objetivo es brindar apoyo educativo y económico a los asociados(as) que reúnan ciertos requisitos para concluir sus estudios de Preparatoria o Licenciatura en línea de manera satisfactoria.

En 2021, se otorgaron un total de 33 becas de preparatoria y licenciatura y, actualmente, continuamos beneficiando con clases de inglés a 47 de nuestros asociados(as) de oficinas de apoyo a tiendas, inscritos en cursos en línea.

PROGRAMA ORANGE SCHOLARS

Buscando siempre la forma de favorecer el desarrollo educativo de los hijos e hijas de nuestros asociados(as), contamos con el Programa Becas Naranjas (Orange Scholars) que se otorga por un año a estudiantes de universidad que cumplen con ciertos requisitos. En 2021, se otorgaron 47 becas equivalentes a 964 mil pesos.



EVALUACIÓN

DE DESEMPEÑO

Como parte de nuestro enfoque de buscar el continuo crecimiento de nuestros asociados(as), realizamos anualmente una evaluación de su desempeño para apoyarlos resaltando los principales logros del año y compartiendo retroalimentación para continuar mejorando y creciendo dentro de su plan de desarrollo personal.

En 2021, el 96.4% de nuestra plantilla participó en este programa, en el que se valoran sus conocimientos, habilidades, aptitudes y cultura corporativa en el desempeño de sus labores diarias.

NÚMERO DE ASOCIADOS(AS) QUE HAN RECIBIDO EVALUACIÓN PERIÓDICA DE DESEMPEÑO Y DESARROLLO PROFESIONAL

96.4%

0.16%

Directores

4.1%

Oficinas Apoyo
a Tiendas

92.2%

Tiendas y Centros
de Distribución

Para la evaluación, se consideran los asociados(as) que laboraron en The Home Depot al cierre de octubre 2021 que, en esta ocasión, sumaron 18 mil 408.



DIVERSIDAD E

IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

GRI 405-1

Estamos convencidos de que la pluralidad de talentos es la clave del éxito. Por lo que entre más diverso sea nuestro equipo, mejor será nuestro servicio al cliente. Por ello, promovemos un ambiente laboral que fomenta la igualdad de oportunidades, el desarrollo personal y profesional para todos y todas.

RANGO DE EDADES DE LOS ASOCIADOS(AS) QUE CONFORMAN NUESTRA FAMILIA NARANJA

Posición laboral	Total de Asociados						
	Menor o igual a 30 años		31 a 50 años		51 años y +		
	Asociados	Asociadas	Asociados	Asociadas	Asociados	Asociadas	Total
Presidencia					1		1
Vicepresidencia				3	1	2	6
Dirección			14	6	5	1	26
Gerencias	27	18	517	253	69	15	899
Jefaturas	303	105	1,000	489	86	51	2,034
Coordinaciones	87	68	85	63	6	2	311
Especialistas	503	162	427	128	30	2	1,252
Analistas	13	29	16	20		3	81
Asociados(as) de tienda y centros logísticos	4,538	2,217	3,498	2,938	690	586	14,467
TOTAL	5,471	2,599	5,560	3,898	889	660	19,077

EQUIDAD E INCLUSIÓN

Como parte de la vivencia de nuestros valores, diariamente promovemos la equidad y establecemos planes que contribuyan el bienestar laboral e igualdad de oportunidades para todos nuestros asociados(as).

Esto se refleja en las distintas acciones que realiza nuestra Gerencia de Cultura y Comunicación Interna, que fomenta la incorporación de las mejores prácticas a nivel mundial y el desarrollo de nuevos proyectos que promueven el respeto por todos(as).



ALIANZAS

Hemos desarrollado alianzas con distintas organizaciones para facilitar la búsqueda de talento que quiera formar parte de nuestra Familia Naranja. Una de ellas es **Movimiento Congruencia**, con el que colaboramos en iniciativas para reforzar la importancia de la inclusión laboral de personas con discapacidad en las organizaciones.

Desde el último trimestre del año formamos parte de **Pride Connection México**, para seguir creando alianzas y continuar fomentando las buenas prácticas, referentes a la creación de espacios de trabajo inclusivos para la comunidad LGBT+.

Nuestra Familia Naranja cuenta con un total de 77 asociados(as) con discapacidad, quienes se desempeñan en distintas áreas de nuestra empresa con gran entusiasmo, calidad, entrega y responsabilidad.

INICIATIVAS

Comité de Bienestar Laboral y No Discriminación, que busca construir y fomentar una cultura de inclusión y respeto hacia todos(as).

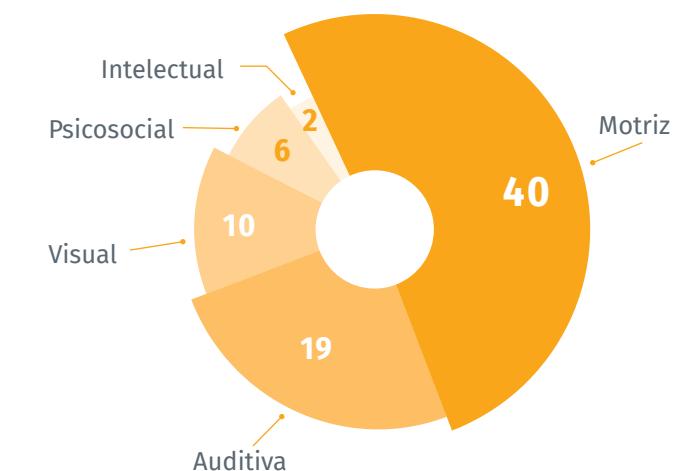
Da seguimiento, investiga y emite sugerencias y líneas de acción ante cualquier tema de discriminación y violencia laboral, por mencionar algunos temas.

Comité de Liderazgo Femenino, que promueve acciones en favor del crecimiento personal y profesional de las mujeres dentro de la compañía.

Como parte de las acciones de este Comité, que trabaja para ofrecer herramientas y desarrollar nuevas habilidades en nuestras asociadas, lanzamos la comunidad **Lazos Naranjas**, un espacio donde pueden compartir y aprender sobre distintos temas que les permitan crecer a nivel personal, familiar y profesional.

Esta comunidad es un foro abierto para todas nuestras asociadas, que pueden participar en las distintas actividades que se organizan como pláticas virtuales, dinámicas, congresos y movimientos como **#MeUnoPorEllas**.

TIPO DE DISCAPACIDAD/ NÚMERO DE ASOCIADOS(AS)



PROGRAMAS INCLUYENTES

Como parte de nuestro interés por promover una cultura de trabajo diversa e inclusiva, hemos definido un programa que incluye una serie de talleres y pláticas a las que se invita a participar a todos nuestros asociados(as).

PLÁTICA/TALLER

SERVICIO INCLUYENTE	BIENESTAR LABORAL	RECLUTAMIENTO INCLUYENTE	DINÁMICAS DE INCLUSIÓN
Asociados(as) participantes			
8,052	1,356	313	1,049



TENEMOS COMO MISIÓN MEJORAR LA ACCESIBILIDAD PARA NUESTROS CLIENTES, ASOCIADOS(AS) Y PROVEEDORES EN EL 100% DE NUESTRAS TIENDAS, PROYECTO EN EL QUE HEMOS AVANZADO DE FORMA IMPORTANTE. ESTE AÑO INAUGURAMOS LAS TIENDAS DE CORREGIDORA, QUERÉTARO Y CHIHUAHUA NORTE, CHIHUAHUA, CONSTRUIDAS BAJO LOS PARÁMETROS DE DISEÑO DE ACCESIBILIDAD UNIVERSAL.

- ✓ Evento +Inclusión, Movimiento Congruencia, A.C.
- ✓ Congreso de Salud Mental, Ingenium, A.B.P.
- ✓ Jornada de Mercadotecnia, Productos y Servicios Incluyentes, Alianza Éntrale, A.C.
- ✓ Red Global de Negocios y Discapacidad, Organización Internacional del Trabajo (OIT).
- ✓ Pride Connection México, Capítulo Monterrey.

Nos llena de orgullo ser reconocidos por diferentes organismos a nivel nacional por las acciones que desarrollamos a favor de la inclusión como Distintivo Éntrale, A.C., Certificación de Igualdad Laboral y No Discriminación y Distintivo Empresa Socialmente Responsable.

Estos logros reafirman nuestro compromiso para continuar trabajando en la mejora y fortalecimiento de nuestras prácticas laborales, que nos permiten ofrecer espacios de trabajo seguros, confiables, inclusivos y diversos, que propician un excelente clima de trabajo en todas nuestras instalaciones, lo que constituye la base principal del bienestar de nuestros asociados(as) y sus familias.

Somos una gran Familia Naranja que...

**trabajamos cada día para
brindar la mejor
EXPERIENCIA DE
COMPRA**



+29,000

productos en
nuestra tienda
en línea



24

tiendas habilitadas
para personas con
discapacidad y de
la tercera edad



+38

millones de horas
de servicio a
nuestros clientes



ODS en los que influimos:

1

8

9

10

DESEMPEÑO ECONÓMICO

Construir relaciones sólidas con nuestros clientes y proveedores nos ha permitido consolidarnos como líderes del mercado minorista de mejoras para el hogar en México.

Esto ha sido posible gracias a las estrategias de mercado que hemos definido para ser el principal aliado de nuestros clientes y, en conjunto, hacer realidad sus proyectos.

En 2021 obtuvimos resultados financieros positivos, excedimos en un 15 por ciento el plan anual de ventas y sumamos dos nuevas tiendas.

Estamos comprometidos a brindar un excelente servicio a nuestros clientes. Por ello, continuamente medimos sus niveles de satisfacción para seguir fortaleciendo la experiencia y mejorar en nuestras áreas de oportunidad.



NUESTROS CLIENTES

GRI 102-6

Diariamente acuden millones de clientes a nuestras tiendas físicas y en línea, buscando opciones en materiales, artículos y productos para realizar mejoras en su hogar, oficina o negocio. Nos visitan familias, profesionales de la construcción, representantes de empresas, entre muchas otras personas, que adquieren desde lo básico para realizar un proyecto en casa hasta altos volúmenes de productos.

De acuerdo a su perfil de compra, los hemos dividido en cuatro categorías:



CLIENTE PRO

Constructoras o contratistas que adquieren grandes volúmenes de materiales para proyectos de construcción y mantenimiento.



E-COMMERCE

Personas que realizan sus compras en línea, desde cualquier computadora o celular para ahorrar tiempos de traslados.



CLIENTE OFICIO

Expertos que realizan proyectos para un cliente, como pintura, plomería, electricidad, impermeabilización e instalación de pisos, entre otros.

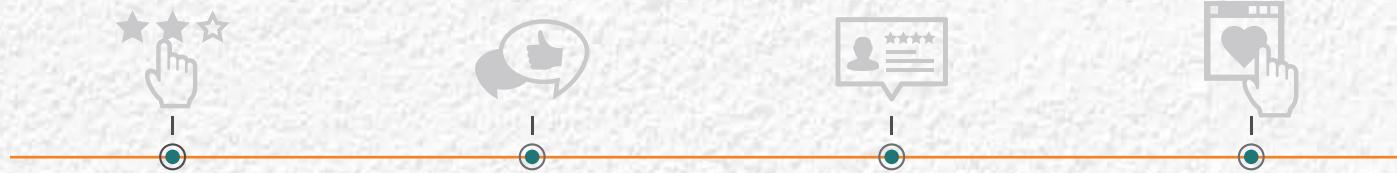


HAZLO TÚ MISMO

Clientes que reparan, remodelan o decoran su hogar u oficina, realizando las mejoras ellos mismos o a través de un oficio.

CANALES DE ATENCIÓN

En The Home Depot nos caracterizamos por buscar siempre ofrecer un excelente servicio al cliente y la mejor experiencia de compra. Entendemos que, para lograrlo, es importante escuchar su voz y es por eso, que contamos con distintos canales de atención que nos permiten escuchar y atenderlos.



01

ENCUESTAS DE SERVICIO:

Activas las 24 horas del día los siete días de la semana, para conocer la experiencia de compra de nuestros clientes, a través de los distintos canales.

02

CENTRO DE CONTACTO:

Atendemos las sugerencias que provienen de nuestros clientes, provenientes de correo electrónico, llamada telefónica o redes sociales, dándoles un puntual seguimiento.

03

MONITOREO DE SALUD DE MARCA

Aplicamos encuestas a nuestros clientes para conocer nuestro posicionamiento a nivel mercado, entender la percepción de la marca y la intención de compra.

04

COMPRADORES MISTERIOSOS (MYSTERY SHOPPERS):

Compradores encubiertos que ayudan a detectar las fortalezas y áreas de oportunidad en nuestra atención al cliente durante el proceso de compra.

+2%

de clientes recomendaría comprar en The Home Depot

+2%

de clientes volvería a comprar en The Home Depot

DURANTE 2021 RECIBIMOS +19 MIL ENCUESTAS DIGITALES A TRAVÉS DE LOS DIFERENTES CANALES DE ATENCIÓN

TIENDAS ACCESIBLES

Ser incluyentes forma parte de nuestro compromiso con México, por lo que trabajamos en la accesibilidad de nuestras tiendas para facilitar la visita de personas con discapacidad y pertenecientes a la tercera edad, buscando siempre brindarles la mejor experiencia de compra.

En 2018 establecimos como meta que el 100 por ciento de nuestras tiendas fueran accesibles. Por lo que, a partir de ese año, las tiendas que inauguramos cuentan con instalaciones adecuadas para ser incluyentes.

En 2021, inauguramos Querétaro y Chihuahua, las cuales están planeadas y edificadas bajo los estándares de Diseño Universal para la Accesibilidad de Personas con Discapacidad. Con estas dos tiendas, contamos ya con 26 instalaciones adaptadas para facilitar la distribución de los productos, el desplazamiento y la atención de todas las personas.

TIENDAS ACCESIBLES

Tienda	Estado	Año de apertura
Juriquilla	Querétaro	2019
Soler	Baja California Norte	2019
Lincoln	Nuevo León	2020
Santa Anita	Jalisco	2020
Corregidora	Querétaro	2021
Chihuahua	Chihuahua	2021



Esta atención integral y responsable a todos nuestros clientes, es posible gracias a nuestro equipo de asociados(as), quienes participan en el Programa Servicio Incluyente, por medio del cual se imparten cursos y talleres de capacitación durante todo el año.

Además, estas condiciones de accesibilidad permiten que nuestros 77 asociados(as) con discapacidad puedan realizar sus labores diarias con altos niveles de seguridad.

26

tiendas incluyentes

6

diseñadas y construidas

20

modificadas y habilitadas

COMERCIO EN LÍNEA

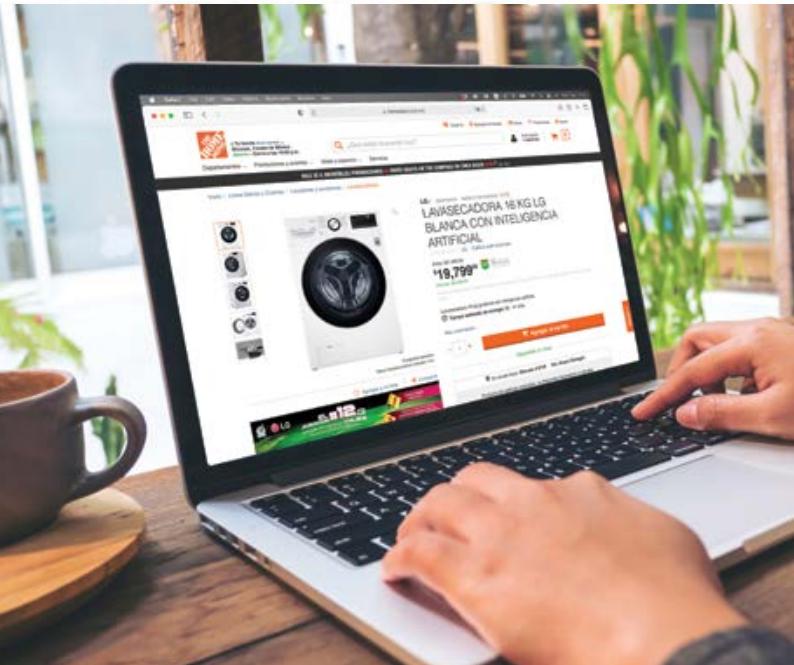
Nuestra plataforma de comercio en línea cuenta con un amplio catálogo con más de 29 mil productos, que pueden ser adquiridos desde la comodidad del hogar u oficina, lo que ahorra los desplazamientos para el cliente y favorece la optimización de su tiempo.

La tienda en línea ofrece precios competitivos, opciones de pago con tarjeta de crédito, con puntos bancarios, tarjetas de regalo y programación de la entrega de los productos, nuestros clientes pueden elegir entre recibirlos en su domicilio o pasar a tienda por ellos.

Esto es posible gracias a la omnicanalidad, que permite enlazar el inventario de productos de las 129 tiendas, para dar a nuestros clientes la visibilidad del artículo que requiere, de acuerdo con la ubicación seleccionada.

También contamos con un Catálogo Extendido que contiene más de 5 mil productos, que nos posibilita ampliar nuestra oferta en tiendas físicas y en línea.

L INCLUIMOS LOS PROGRAMAS LLÉVATELOS JUNTOS, MERCADERÍA CRUZADA Y AGRUPACIÓN DE PRODUCTOS, COMO UNA FORMA DE INTEGRAR TODOS LOS ARTÍCULOS QUE REQUIERE EL CLIENTE, EN DISTINTOS PAQUETES PARA FACILITAR SU ADQUISICIÓN Y LLEVAR A CABO SUS PROYECTOS



Monitoreamos constantemente nuestra plataforma de ventas en línea para asegurar que estamos cubriendo las necesidades del mercado y del uso de las nuevas tecnologías. Por lo que este año se realizaron mejoras en la velocidad de navegación y se integraron dos vías en el canal de atención y gestión a clientes.

Para facilitar la comunicación, la plataforma cuenta con opciones de contacto a través de SMS, chat, Whatsapp, correo electrónico o redes sociales.

PROVEEDORES

GRI 204-1

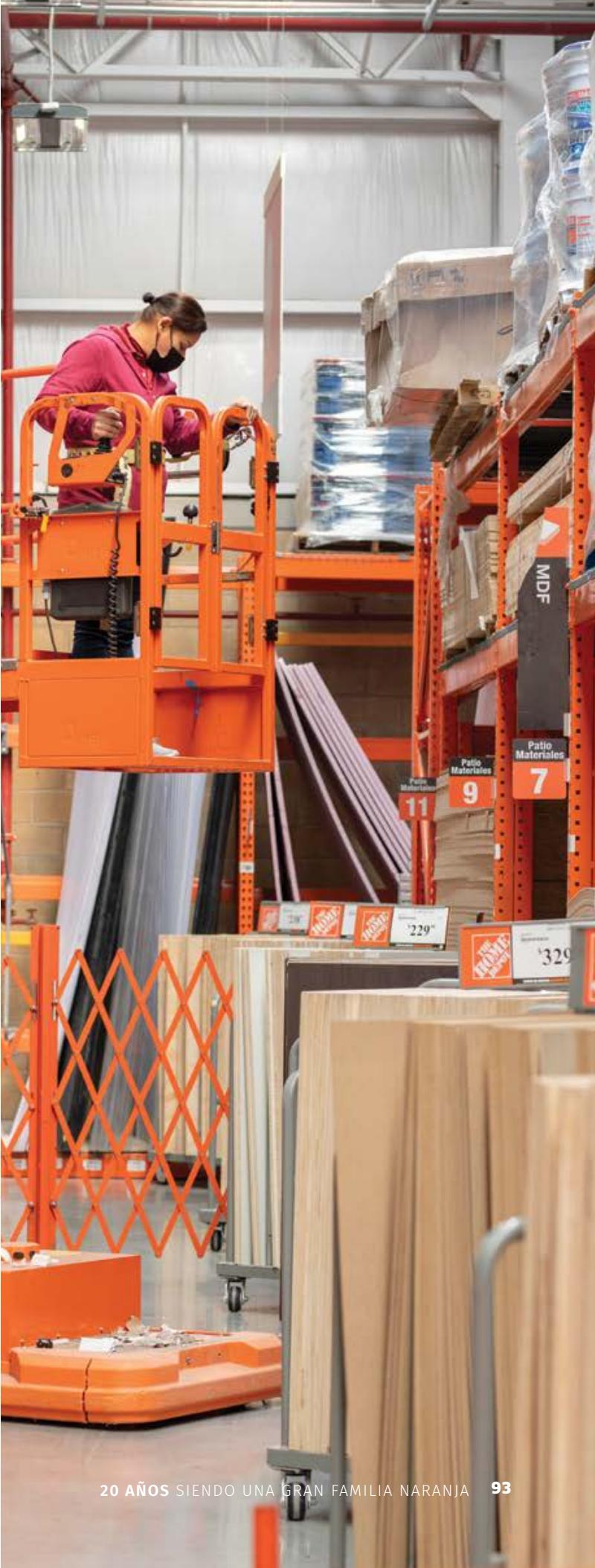
Los proveedores son nuestros socios comerciales más importantes. Con ellos compartimos nuestros valores para poder ofrecer los mejores productos, cumpliendo altos estándares de calidad, utilidad y cuidado al medio ambiente.

Nos aseguramos de que nuestros proveedores cumplan con las regulaciones, reglamentos y leyes nacionales e internacionales de acuerdo a su industria, en los temas laborales, fiscales, comercio, medio ambiente, entre otros.

Para ello, contamos con **Normas de Suministro Responsable**, que compartimos con cada uno de nuestros proveedores para que conozcan su contenido y conduzcan sus acciones, de acuerdo a nuestros lineamientos.

Dentro de estas Normas está la **Política de Compra de Madera, donde se prohíbe la adquisición de este producto procedente de regiones con alto riesgo de deterioro ambiental**, además de solicitar que nuestros proveedores cuenten con la certificación Forest Council Stewardship (FCS).

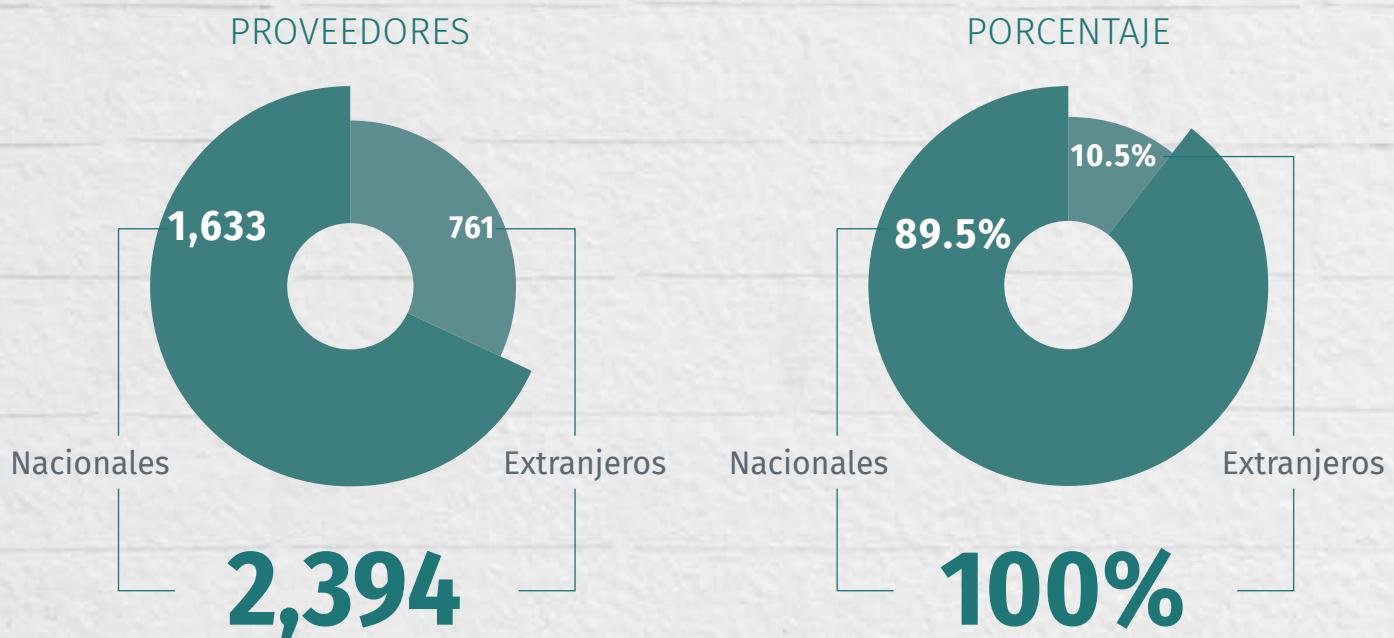
Para continuar cuidando nuestros bosques, en 2021, se agregaron nuevos sitios a la prohibición de adquisición de madera, debido a que se ha detectado que se realiza tala inmoderada y venta ilegal en Papúa, Nueva Guinea, las cuencas del Amazonas en Brasil y Ecuador, así como el Congo y las Islas Salomón.



NUESTRA CADENA DE SUMINISTRO

GRI 102-9

A lo largo de 2021, trabajamos con 2 mil 394 proveedores, de los cuales el 89.5 por ciento son nacionales y el 10.5 por ciento extranjeros, buscando siempre exceder las expectativas de quienes visitan nuestras tiendas físicas y en línea, para adquirir nuestros productos.



Para asegurar la mejor calidad de nuestros productos y para cumplir con las necesidades de nuestros clientes, **realizamos desde hace 12 años una Feria de Proveedores, cuyo objetivo es ampliar la oferta de artículos manufacturados en México y aumentar su presencia en las tiendas The Home Depot en Estados Unidos y Canadá.**

Durante el evento, buscamos identificar a las empresas que tienen potencial para desarrollar y exportar sus artículos entre 42 diferentes categorías.

Las empresas que buscan ser un aliado comercial pueden registrarse en nuestro sitio web y llenar un formulario para entrar a un proceso de evaluación, donde consideramos aspectos de calidad, seguridad y responsabilidad social.

El registro está abierto para todas las empresas de Latinoamérica, que tienen potencial de desarrollar y producir productos para el hogar, de acuerdo a un listado de categorías, entre ellas, plomería, herramientas, muebles, accesorios para pintar, pisos, muros, entre otros.

Una vez analizados los registros, se determinan las empresas que cubren los lineamientos y reciben seguimiento en una entrevista. **Este año realizamos la Feria de Proveedores, en Ciudad de México, con la participación de 17 empresas.**



Además, como parte del Programa de Desarrollo trabajamos con 18 nuevos proveedores para capacitarlos en distintos temas y aspectos de mejora, que les permitan certificar, vender y exportar sus productos a Estados Unidos y Canadá.

Al finalizar el proceso, ocho empresas fueron seleccionadas para formar parte del grupo de proveedores de Estados Unidos, dos para Canadá y ocho para México.

PROVEEDORES DESARROLLADOS PARA FORMAR PARTE DE LA CADENA DE SUMINISTRO DE THE HOME DEPOT

The Home Depot USA	8
THe Home Depot Canadá	2
The Home Depot México	8

Dentro del programa, también acompañamos a los integrantes de nuestra cadena de suministro en proyectos de desarrollo de nuevas líneas de producto. Este año incluimos nuevos artículos a nuestro catálogo, fabricados por cinco de nuestros proveedores ya existentes.

NUEVAS CATEGORÍAS DESARROLLADAS

The Home Depot USA	4
The Home Depot México	1

EVALUACIÓN

SOCIAL Y AMBIENTAL

GRI 308-1, 414-1

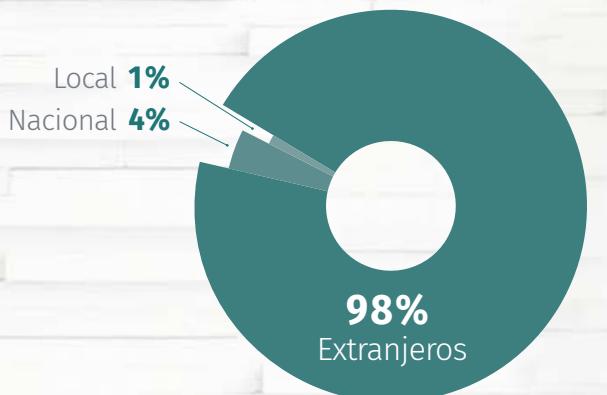
Cada año los proveedores, **que elaboran nuestra marca propia y quienes nos surten productos importados**, son evaluados con criterios ambientales y sociales, para asegurar la trazabilidad de los artículos que ofrecemos, a través de nuestras 129 tiendas, a nivel nacional.

En esta ocasión, evaluamos a 103 proveedores existentes, de los cuales 98 son extranjeros, cuatro nacionales y uno local.

Los proveedores nacionales, que nos entregan mercancías bajo su marca, no reciben evaluación.

En 2021, 14 nuevas empresas se integraron a nuestra cadena de suministro, las cuales fueron evaluadas sobre aspectos ambientales, que incluyen manejo de residuos y sustancias químicas, agua y energía; en lo laboral como trabajo infantil, salarios justos, no discriminación y temas de calidad, salud, seguridad, entre otros.

Todos ellos fueron elegidos para formar parte de nuestro equipo de proveedores a nivel nacional.



NUEVOS PROVEEDORES EVALUADOS CON CRITERIOS SOCIALES Y AMBIENTALES

14

9

Extranjeros

4

Nacionales

1

Local

El 100 por ciento de nuestros proveedores fueron capacitados e informados sobre el contenido de la política y los procedimientos anticorrupción, que están vigentes en The Home Depot y aplican para todos nuestros grupos de interés.

L CON ESTAS ACCIONES, NOS COMPROMETEMOS CADA DÍA A OFRECER PRODUCTOS SEGUROS Y EFICIENTES, QUE PROMUEVEN EL DESARROLLO SOCIAL DE LA CADENA DE VALOR Y EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE



ANEXOS

ODS en los que influimos:

17

GRI 102-12 102-13

CERTIFICACIONES Y DISTINTIVOS



2006 – 2022 – Centro Mexicano para la Filantropía



2020- 2021 Secretaría de Trabajo y Previsión Social



RPrIL-011
14.03.2021
14.03.2025

ASOCIACIONES A LAS QUE PERTENECEMOS



OBJETIVOS DE DESARROLLO

SOSTENIBLE



OBJETIVOS
DE DESARROLLO
SOSTENIBLE

En 2020 inició la Década de la Acción, cuyo objetivo es aumentar los esfuerzos a nivel mundial de empresas, instituciones, gobiernos y sociedad civil para cumplir las 169 metas, de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

En The Home Depot, conscientes de ese compromiso con la sustentabilidad y de hacer más por nuestro Mundo, desde 2019 hemos identificado las acciones que realizamos a nivel nacional y que contribuyen a colaborar en su cumplimiento.

En 2021, las actividades que implementamos en beneficio de nuestros clientes, asociados(as) y comunidades, así como las alianzas que realizamos con nuestros proveedores, nos han permitido apoyar el cumplimiento de 28 metas, correspondientes a 12 Objetivos de Desarrollo Sostenible.

ODS AL QUE CONTRIBUYE	META	INICIATIVA THD Página
	1.2 Reducir a la mitad la proporción de hombres, mujeres y niños (as) que viven en la pobreza. 1.5 Fomentar la resiliencia de las personas que se encuentran en situaciones vulnerables y reducir su exposición a los fenómenos climáticos extremos y a otros desastres económicos, sociales y ambientales.	38, 39
	3.4 Reducir, prevenir y tratar enfermedades no transmisibles y promover la salud mental y el bienestar. 3.8 Lograr el acceso a servicios de salud esenciales y a medicamentos y vacunas seguros, eficaces, asequibles y de calidad. 3.9 Reducir el número de muertes y enfermedades producidas por productos químicos peligrosos y la contaminación del aire, el agua y el suelo.	76, 77, 78
	4.3 Asegurar el acceso igualitario a una formación técnica, profesional y superior de calidad, incluida la enseñanza universitaria. 4.4 Aumentar el número de jóvenes y adultos con las competencias necesarias, técnicas y profesionales, para acceder al empleo, el trabajo decente y el emprendimiento. 4.5 Eliminar las disparidades de género en la educación y asegurar el acceso igualitario a la enseñanza y la formación profesional a las personas vulnerables, con discapacidad y pueblos indígenas.	80, 81
	5.1 Eliminar todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y las niñas. 5.5 Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo. 7.2 Aumentar la proporción del uso de energía renovable.	83, 84, 85
		58

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

ODS AL QUE
CONTRIBUYE

META



8.1 Mantener el crecimiento económico per cápita.

INICIATIVA THD
Página

70 a 85

8.2 Lograr niveles elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización e innovación, centrándose en el uso de mano de obra.

8.3 Promover la creación de puestos de trabajo decentes.

8.5 Ofrecer empleo y trabajo decente para todos, incluidas las personas con discapacidad, así como la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor.

8.7 Adoptar medidas para erradicar el trabajo forzoso, poner fin a las formas de esclavitud y asegurar la prohibición y eliminación de trabajo infantil.

8.8 Proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos para todos los trabajadores.



9.1 Desarrollar infraestructuras fiables, sostenibles, resilientes y de calidad, para apoyar el desarrollo económico y el bienestar humano, enfatizando el acceso asequible y equitativo para todos.

30 a 37, 94,
95

9.3 Aumentar el acceso de las pequeñas industrias y otras empresas, en las cadenas de valor.



10.2 Potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas.

83, 84, 85

10.3 Garantizar la igualdad de oportunidades eliminando prácticas discriminatorias.



12.4 Gestionar ecológicamente los productos químicos y de todos los desechos a lo largo de su ciclo de vida, y reducir su liberación a la atmósfera, el agua y el suelo para minimizar sus efectos adversos en la salud humana y el medio ambiente.

56, 57, 61, 62

12.5 Reducir la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización.

12.7 Promover prácticas de adquisición sostenibles.



15.2 Promover la gestión sostenible de los bosques.

93



16.2 Poner fin al maltrato, la explotación, la trata y todas las formas de violencia y tortura contra los niños.

96, 16, 17

16.5 Reducir la corrupción y el soborno en todas sus formas.



17.17 Fomentar y promover la constitución de alianzas públicas, público-privada y de la sociedad civil.

29, 36, 37, 38,
39, 41, 42, 43,
46, 98

ACERCA DE ESTE INFORME

GRI 102-46, 102-50, 102.52, 102-54

Como muestra de nuestro compromiso de informar nuestro desempeño ambiental, social y de gobernanza, publicamos nuestro Informe Anual de Sustentabilidad, realizado de conformidad con los estándares del Global Reporting Initiative, en su versión exhaustiva.

Uno de los cambios significativos de este Informe es que a partir de 2021 decidimos evolucionar, de mostrar nuestras acciones de Responsabilidad Social a integrarlas bajo nuestra estrategia de Sustentabilidad para, a partir de ahí, definir el rumbo que seguiremos para ser más responsables y sostenibles, en beneficio de las comunidades, el medio ambiente y nuestros asociados(as).

Nuestro Informe presenta la información generada del 1 de enero al 31 de diciembre de 2021, y se limita a las operaciones de The Home Depot México, y no incluye otras entidades, empresas, proveedores o terceros.

Reporta, además, nuestra contribución al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Es importante destacar que, durante este periodo no se presentaron cambios relevantes en las operaciones de la empresa ni reformulaciones de datos presentados en informes anteriores.

Los datos y la información han sido recopilados por el Departamento de Responsabilidad Social y Sustentabilidad y revisados por la Vicepresidencia de Mercadotecnia, Comercio en Línea y Servicios Especiales.

El contenido del Informe no ha sido verificado por alguna entidad externa a The Home Depot.



ÍNDICE

GRI

GRI 102-55

ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI			
Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
GRI 101: FUNDAMENTOS 2016			
CONTENIDOS GENERALES			
Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
GRI 102: Contenidos Generales 2016			
102-1	Nombre de la organización	6	
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	9	
102-3	Ubicación de la sede	6	
102-4	Ubicación de las operaciones	6	
102-5	Propiedad y forma jurídica	6	
102-6	Mercados servidos	7	
102-7	Tamaño de la organización	8	
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	70	
102-9	Cadena de suministro	94	
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro		En 2021 no se presentaron cambios significativos en nuestra Cadena de Suministro.
102-11	Principio o enfoque de precaución	Sitio corporativo de The Home Depot/relación con inversionistas/gobierno corporativo Overview The Home Depot	
102-13	Iniciativas externas	99	
102-13	Afiliación a asociaciones	98	
2. ESTRATEGIA			
	102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	4
	102-15	Principales impactos, riesgos y oportunidades	Sitio corporativo de The Home Depot/relación con inversionistas/gobierno corporativo Overview The Home Depot

ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI				
Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión	
3. ÉTICA E INTEGRIDAD				
	102-16	Valores, principios, Estándares y normas de conducta	15	
	102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	17	
4. GOBERNANZA				
	102-18	Estructura de gobernanza	Declaración Proxy. HD - 2021 Proxy Statement (NG) (homedepot.com)	
	102-19	Delegación de autoridad	Sitio corporativo de The Home Depot/relación con inversionistas/gobierno corporativo. HYPERLINK Overview The Home Depot	
	102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	23	
	102-21	Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales	18	
	102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	Sitio corporativo de The Home Depot/relación con inversionistas/gobierno corporativo Overview The Home Depot	
	102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	Sitio corporativo de The Home Depot/relación con inversionistas/gobierno corporativo Overview The Home Depot	
	102-24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	Sitio corporativo de The Home Depot/relación con inversionistas/gobierno corporativo Overview The Home Depot	
	102-25	Conflictos de interés	16	
	102-26	Función del máximo órgano de gobierno en la selección de objetivos, valores y estrategia	Sitio corporativo de The Home Depot/relación con inversionistas/gobierno corporativo Overview The Home Depot	
	102-27	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	14	

ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI				
Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión	
	102-28	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	Sitio corporativo de The Home Depot/relación con inversionistas/gobierno corporativo Overview The Home Depot	
	102-29	Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	14	
	102-30	Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	Sitio corporativo de The Home Depot/relación con inversionistas/gobierno corporativo Overview The Home Depot	
	102-31	Revisión de temas económicos, ambientales y sociales	20	
	102-32	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	14	
	102-33	Comunicación de preocupaciones críticas	Declaración Proxy, HD - 2021 Proxy Statement (NG) (homedepot.com)	
	102-34	Naturaleza y número total de preocupaciones críticas	No disponible	Información de carácter confidencial.
	102-35	Políticas de remuneración	Declaración Proxy, HD - 2021 Proxy Statement (NG) (homedepot.com)	
	102-36	Proceso para determinar la remuneración	Declaración Proxy, HD - 2021 Proxy Statement (NG) (homedepot.com)	
	102-37	Involucramiento de los grupos de interés en la remuneración	Declaración Proxy, HD - 2021 Proxy Statement (NG) (homedepot.com)	
	102-38	Ratio de compensación total anual	No disponible	Información de carácter confidencial.
	102-39	Ratio del incremento porcentual de la compensación total anual	No disponible	Información de carácter confidencial.
5. PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS				
	102-40	Lista de grupos de interés	18	
	102-41	Acuerdos de negociación colectiva	No disponible	Información de carácter confidencial.
	102-42	Identificación y selección de grupos de interés	18	

ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI				
Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión	
	102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	18	
	102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	19	
6. PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES				
	102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	Forma 10 K. The Home Depot. Sitio corporativo: 2021 AR Cover IR Site.indd (homedepot.com)	
	102-46	Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	101	
	102-47	Lista de los temas materiales	19	
	102-48	Re expresión de la información	Durante este periodo no se realizaron cambios en la forma de reportar la información	
	102-49	Cambios en la elaboración de informes	Durante este periodo no se realizaron cambios en la forma de elaborar el informe	
	102-50	Periodo objeto del informe	1 de enero a 31 diciembre 2021	
	102-51	Fecha del último informe	2020	
	102-52	Ciclo de elaboración de informes	Anual	
	102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	111	
	102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI	101	
	102-55	Índice de contenidos GRI	102	
	102-56	Verificación externa	No se realiza verificación externa	
TEMAS MATERIALES				
PRODUCTOS CON CARACTERÍSTICAS SUSTENTABLES				
GRI 103 Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	54	
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	55	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	55	
No procede		Productos que ayudan a los clientes a disminuir sus impactos ambientales	56	
DIVERSIDAD E INCLUSIÓN				
GRI 103 Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	83	
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	83	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	83	

ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI				
Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión	
GRI 405: Diversidad e Igualdad de Oportunidades 2016	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	83	
	405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	No disponible	Se considera información confidencial.
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO				
GRI 103 Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	76	
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	76	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	76	
GRI 403: Salud y Seguridad en el Trabajo 2018	403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	No disponible	No se ha implementado un Sistema de Gestión de Salud y Seguridad en el Trabajo, pero se está trabajando en ello.
	403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	78	
	403-3	Servicios de salud en el trabajo	77	
	403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	77	
	403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	77	
	403-6	Fomento de la salud de los trabajadores	77	
	403-7	Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados con las relaciones comerciales	77	
	403-8	Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	78	
	403-9	Lesiones por accidente laboral	78	
	403-10	Dolencias y enfermedades laborales	78	
IMPACTO SOCIAL				
GRI 103 Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	26	
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	26	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	26	
No procede	Indicador propio	Mejoramiento de espacios públicos	28	

ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI				
Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión	
EMISIONES				
GRI 103 Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	55	
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	55	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	55	
GRI 305: Emisiones 2016	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	60	
	305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	60	
	305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	No disponible	No se mide este alcance.
	305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	60	
	305-5	Reducción de las emisiones de GEI	60	
	305-6	Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO)	No disponible	No se emiten estas sustancias.
	305-7	Óxidos de nitrógeno (NOx), óxidos de azufre (SOx) y otras emisiones significativas al aire	No disponible	No se emiten estas sustancias.
EQUIDAD DE GÉNERO				
GRI 103 Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	68	
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	68	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	68	
		Porcentaje de hombres y mujeres por género y edad	71	
VOLUNTARIADO				
GRI 103 Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	26	
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	26	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	30	
No procede	Indicador propio	Transformando hogares	31	
LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN				
GRI 103 Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	16	
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	16	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	16	
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	No disponible	Se considera información confidencial.
	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	16	
	205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	No disponible	Se considera información confidencial.

ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI				
Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión	
COMUNIDADES LOCALES				
GRI 103 Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	26	
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	26	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	26	
GRI 413: Comunidades Locales	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	34	
	413-2	Operaciones con impactos negativos significativos -reales y potenciales- en las comunidades locales	No Disponible	Durante 2021 nuestras operaciones no causaron impactos negativos en las comunidades locales.
GESTIÓN DE RESIDUOS Y ECONOMÍA CIRCULAR				
GRI 103 Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	61	
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	61	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	61	
GRI 306: Residuos 2020	306-1	Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	61	
	306-2	Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	61	
	306-3	Residuos generados	62	
	306-4	Residuos desviados de eliminación	No disponible	En 2021 no se desviaron residuos de su eliminación.
GRI 200 ECONÓMICOS				
201 DESEMPEÑO ECONÓMICO 2016				
GRI 201: Desempeño Económico 2016	201-1	Valor económico directo generado y distribuido		Esta información se presenta a nivel global en la Forma 10-K, presentada por The Home Depot.
202 PRESENCIA EN EL MERCADO 2016				
GRI 202: Presencia en el mercado 2016	202-1	Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	No disponible	Se considera información confidencial.
	202-2	Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local	72	

ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI				
Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión	
203 IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS 2016				
GRI 203: Impactos Económicos Indirectos 2016	203-1	Inversiones en infraestructura y servicios apoyados	22	
	203-2	Impactos económicos indirectos significativos	34	
204 PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN 2016				
GRI 204: Prácticas de adquisición	204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	94	
206 COMPETENCIA DESLEAL 2016				
GRI 206: Competencia desleal	206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia		En 2021 no se realizaron acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, prácticas monopólicas o libre competencia.
300 AMBIENTALES				
301 MATERIALES 2016				
GRI: 301 Materiales 2016	301-2	Insumos reciclados	62	
	301-3	Productos reutilizados y materiales de envasado	61	
302 ENERGÍA 2016				
GRI 302: Energía 2016	302-1	Consumo energético dentro de la organización	58	
	302-3	Intensidad energética	59	
	302-4	Reducción del consumo energético	59	
306 RESIDUOS 2020				
GRI 306: Residuos 2020	306-2	Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	61	
	306-3	Residuos generados	62	
	306-4	Residuos no destinados a eliminación	62	
307 CUMPLIMIENTO AMBIENTAL 2016				
GRI 307: Cumplimiento ambiental 2016	307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental		En 2021 no se presentaron incumplimientos a la legislación y normativa ambiental.

ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI				
Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión	
308 EVALUACIÓN AMBIENTAL DE PROVEEDORES 2016				
GRI 308: Evaluación Ambiental de Proveedores 2016	308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	63	
	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas		Durante 2021 no se presentaron impactos negativos en la cadena de suministro.
400 SOCIALES				
401 EMPLEO 2016				
GRI 401: Empleados 2016	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	71	
	401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	74	
	401-3	Permiso parental	75	
404 FORMACIÓN Y EDUCACIÓN 2016				
GRI 404: Formación y Educación 2016	404-1	Media de horas de formación al año por empleado	80	
	404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	81	
	404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	82	
408 TRABAJO INFANTIL 2016				
GRI 408: Trabajo Infantil 2016	408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil		Nuestras operaciones y proveedores no incurren en riesgos de casos de trabajo infantil.
409 TRABAJO FORZOSO U OBLIGATORIO 2016				
GRI 409: Trabajo Forzoso u obligatorio 2016	409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio		Nuestras operaciones y proveedores no incurren en riesgos de casos de trabajo forzado.
414 EVALUACIÓN SOCIAL DE LOS PROVEEDORES 2016				
GRI 414: Evaluación social de proveedores 2016	414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	95	

DATOS DE

CONTACTO

GRI 102-53

THE HOME DEPOT MÉXICO

Oficinas de Apoyo a Tiendas

Ricardo Margain Zozaya 605 Fraccionamiento Santa Engracia, San Pedro Garza García, Nuevo León 66267

Responsabilidad_social@homedepot.com.mx

www.homedepot.com.mx

VISITA NUESTRAS REDES SOCIALES

 **FACEBOOK:** /thehomedepotmx

 **TWITTER:** thehomedepotmx

 **PINTEREST:** thehomedepotmx

 **YOUTUBE:** thehomedepotmx

 **INSTAGRAM:** @ thehomedepotmx

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

INFORME ANUAL DE SUSTENTABILIDAD 2021



WWW.HOMEDEPOT.COM.MX