

THE HOME DEPOT REFRENDA COMPROMISO

Invierten más de 31,000 millones de pesos en RSE

J. Francisco de Anda Corral
EL ECONOMISTA

DESDE SU llegada a México en el 2001, The Home Depot ha invertido más de 31,000 millones de pesos en el país, y emplea a más de 14,500

mexicanos; adicional a esto ha incrementado su red de proveedores nacionales en 80 por ciento. Uno de sus principales objetivos es el de apoyar a las comunidades que lo rodean en cada una de sus 122 tiendas en la República Mexicana, lo que la ha hecho

acreedora por decimosegundo año consecutivo al distintivo de Empresa Socialmente Responsable.

“Una de las prácticas que más distingue a la firma es su contribución al desarrollo de sus colaboradores y el interés de éstos por contribuir al mejoramiento de sus comunidades”, dice a *El Economista* Érika Díaz, directora sénior de Mercadotecnia, Venta en Línea y Relaciones Públicas de The Home Depot México.

“Ayudar está en el ADN de los asociados, siempre quieren hacer más, por eso hemos emprendido tareas de recuperación de espacios públicos, reconstrucción de casas, adoptando parques, remozando escuelas y albergues. Generamos vínculo con las comunidades”, expone.



En el 2017, la firma benefició a más de 6

Con estas acciones, en el 2017, la empresa benefició a más de 6 millones de personas. Adicionalmente donó 18 millones de pesos para la reconstrucción de viviendas para los damnificados de los sismos de septiembre pasado y ayudó a la Cruz Roja Mexicana en la captación de fondos para enfrentar la emergencia.



millones de personas. FOTO: CORTESÍA

A través de nueve iniciativas sociales, como: Equipos Depot, Donación de Sangre, Donación de Producto, actividades de apoyo a pacientes con Cáncer de Mama, la Carrera 21 K Tarahumara- The Home Depot, Colección Haz más por los Demás, apoyo en Desastres Naturales y Fondo Naranja, la empresa donó más de 122 millones

de pesos a cerca de 800 instituciones en el país, precisa Érika Díaz.

La firma naranja también se preocupa por reclutar talento femenino, pese a que el trabajo en sus bodegas puede parecer pesado; sin embargo, casi cuatro de cada 10 colaboradores son mujeres, que al igual que el personal masculino recibe capacitación, educación y herramientas para hacer el trabajo correctamente, cuidando que el clima organizacional sea favorable para todos. Actualmente, tres mujeres de la firma en México tienen responsabilidades directoras y reportan a la presidencia, y se impulsa un comité para el desarrollo de talento femenino.

francisco.deanda@eleconomista.mx