



# INFORME ANUAL 2006

## ENFOCADOS EN SERVIR A LOS CLIENTES





**Puedes hacerlo.  
Podemos ayudarte.**

## CONTENIDO

- A 3** RESUMEN DE DESEMPEÑO
- A 4** CARTA A LOS ACCIONISTAS
- A 5** NUESTROS ASOCIADOS
- A 6** ATENCIÓN AL CLIENTE
- A 8** CONSTRUCCIÓN DE COMUNIDADES
- A 9** FORMULARIO 10-K
- A11** JUNTA DIRECTIVA Y EQUIPO DE LIDERAZGO







## RESUMEN DE DESEMPEÑO:

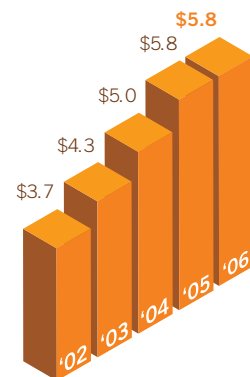
(montos expresados en miles de millones, excepto las ganancias por acción diluida y cantidad de tiendas)

	Año fiscal 2006	Año fiscal 2005	Año fiscal 2004
Ventas netas	\$ 90.8	\$ 81.5	\$ 73.1
Utilidades netas	\$ 5.8	\$ 5.8	\$ 5.0
Ganancia por acción diluida	\$ 2.79	\$ 2.72	\$ 2.26
Activo total	\$ 52.3	\$ 44.4	\$ 39.0
Pasivo total	\$ 27.2	\$ 17.5	\$ 14.9
Patrimonio	\$ 25.0	\$ 26.9	\$ 24.2
Cantidad de tiendas	2,147	2,042	1,890

**Ventas netas**  
(en miles de millones)



**Utilidades netas**  
(en miles de millones)



**Ganancia por acción**  
(diluida)



**Activo total**  
(en miles de millones)



# ESTIMADOS ACCIONISTAS, ASOCIADOS, CLIENTES, PROVEEDORES Y COMUNIDADES:

Desde sus comienzos, nuestra compañía se ha centrado fundamentalmente en brindar un excelente servicio al cliente. Nuestros clientes esperan mucho de nosotros precisamente porque nuestros asociados generan esas expectativas. Esta expectativa de recibir un servicio al cliente excelente es lo que nos diferencia como minorista. La parte más crítica de la tarea de quienes lideramos esta compañía es conservar una cultura que nunca deje de cumplir con esas expectativas del cliente. Nuestra “rueda de valores” resume esta cultura:



Como leerán en el informe financiero que se adjunta, 2006 ha sido un año desafiante para nosotros. El mercado de la vivienda presentó dificultades, particularmente, en la segunda mitad del año. Para enfrentarlas, apresuramos las inversiones en nuestro negocio minorista e intensificamos nuestro énfasis en el servicio y la satisfacción del cliente.

De cara al futuro, creemos que 2007 será un año difícil ya que el mercado de las viviendas se mantiene débil. Seguiremos haciendo las inversiones necesarias en nuestro negocio minorista para que la recuperación de la industria nos encuentre en una posición aún más sólida. Tenemos cinco prioridades en torno a las cuales se alinean nuestro equipo de liderazgo, nuestros asociados y nuestras inversiones.

**Conexión de los asociados con los clientes:** Brindar un servicio al cliente diferenciado y los conocimientos que los clientes esperan recibir de parte de los asociados de The Home Depot.

**Innovación de productos:** Generar valor, liderazgo en los precios e innovación a través de los productos.

**Disponibilidad de productos:** Mejorar la cantidad de artículos en inventario para que los clientes puedan encontrar y comprar exactamente lo que necesitan.

**Ambiente de compra:** Garantizar que nuestras tiendas sean seguras, limpias y ordenadas.

**Dominio del mercado de los profesionales:** Ser el principal destino de los contratistas profesionales, cuyo negocio en la actualidad representa aproximadamente 30% de nuestras ventas minoristas.

2006 marcó un hito para el segmento Supply. Concretamos la adquisición de Hughes Supply y logramos integrarla exitosamente con nuestro negocio HD Supply. En la actualidad, somos la segunda empresa de distribución más importante de Estados Unidos. Tal como anunciamos en febrero de 2007, estamos analizando alternativas estratégicas para HD Supply, incluso la posible venta del negocio.

En 2006, concretamos una adquisición importante en China, un país que tiene uno de los mercados de mejoras para el hogar más grandes y de más rápido crecimiento del mundo. La compañía que adquirimos, The Home Way, tiene tiendas muy similares a nuestras tiendas de América del Norte y esto se debe a una muy buena razón: Nos encargamos de capacitar al equipo de gerencia que las fundó a mediados de los años noventa.

Nuestro objetivo es brindar la mejor experiencia del cliente en el sector minorista de mejoras para el hogar, el mejor lugar de trabajo para nuestros asociados y el mejor negocio para invertir. Las cinco prioridades descritas más arriba están claramente alineadas con los dos primeros objetivos, y adoptaremos un enfoque disciplinado en cuanto a la asignación de capital, con miras a lograr el tercero.

El barómetro más importante de la solidez de nuestra compañía es la solidez de nuestra cultura. Espero que compren en nuestras tiendas y perciban directamente nuestra cultura orientada al cliente.

**Francis S. Blake**  
Presidente de la Junta Directiva y CEO  
29 de marzo de 2007



# NUESTROS ASOCIADOS

## NUESTROS ASOCIADOS MARCAN LA DIFERENCIA.

En The Home Depot, estamos convencidos de que tenemos que cuidar de quienes atienden a nuestros clientes. Nuestros 364,000 empleados cuentan con los conocimientos necesarios para marcar una verdadera diferencia en la experiencia del cliente y tienen el deseo de hacerlo. Invertimos en nuestros asociados porque consideramos que son nuestro activo más importante. Les ofrecemos programas de capacitación intensivos, recompensas y bonificaciones a través de los programas Success Sharing (Compartir el Éxito) y Orange Juiced (Impulso Naranja) y los mejores beneficios de la industria para asociados de tiempo completo y de jornada reducida. Cuidar a nuestros asociados es uno de nuestros principales valores; forma parte de nuestra cultura.





## ATENCIÓN AL CLIENTE

**DESDE QUE ABRIMOS NUESTRA PRIMERA TIENDA, NOS CENTRAMOS EN BRINDAR A NUESTROS CLIENTES UN SERVICIO ÓPTIMO, ASÍ COMO TAMBIÉN, CONVENIENCIA, VALOR, CALIDAD Y CONOCIMIENTOS SOBRE PRODUCTOS Y PROYECTOS.**

En 2006, seguimos mejorando la experiencia de compra del cliente, modernizando la apariencia de muchas de nuestras tiendas. También ofrecimos productos innovadores a nuestros clientes, que incluyen desde herramientas y herrajes hasta artículos de iluminación y espacios exteriores, a precios increíbles. Nuestro negocio consiste en brindar servicios de un modo que enorgullezca a nuestros asociados y a nuestros clientes.





## YA SEA QUE LOS CLIENTES NECESITEN COSAS GRANDES O PEQUEÑAS, SIMPLES O COMPLEJAS, SABEMOS QUE LOS CLIENTES CUENTAN CON EL VALOR QUE LES OFRECE THE HOME DEPOT.

Tenemos claro que el concepto de valor no significa lo mismo para todos los clientes. Nuestros clientes profesionales desean encontrar rápidamente la cantidad necesaria del producto adecuado a un precio bajo. Generamos valor para estos clientes, al incrementar la productividad de sus negocios. Los clientes “Hágalo usted mismo” necesitan contar con una amplia variedad de mercancías de marca de buena calidad a un precio excepcional, y necesitan contar con asociados expertos que los ayuden a seleccionar todo lo que necesitan para llevar a cabo sus proyectos. Generamos valor para los clientes “Hágalo usted mismo” ayudándolos a llevar a cabo las mejoras para el hogar de sus sueños.

Visítenos por Internet ingresando a [www.homedepot.com](http://www.homedepot.com)





# CONSTRUCCIÓN DE COMUNIDADES

**LA CONSTRUCCIÓN DE COMUNIDADES ES UN PILAR DE LA CULTURA DE NUESTRA COMPAÑÍA. NUESTROS ASOCIADOS APLICAN SU TALENTO Y PARTICIPAN CON PASIÓN PARA MARCAR UNA DIFERENCIA.**

Cuando una comunidad es azotada por una catástrofe, The Home Depot y sus asociados son los primeros en dar respuesta y tomar iniciativas para la recuperación. En 2006, nuestra compañía fue la principal colaboradora del Mes de Servicio Corporativo de Hands On Network. Junto con nuestros socios, como KaBOOM! y la American Red Cross, tocamos a más de 1,000 comunidades con la ayuda de 1,000 socios y 40,000 voluntarios de toda América del Norte, incluso la Costa del Golfo que fue devastada por el huracán. Ayudamos a cavar, plantar y construir, no sólo cimientos, árboles y viviendas de costo accesible; sino bases, recuerdos y lazos que perdurarán por siempre.

Obtenga más información acerca de la participación comunitaria de The Home Depot ingresando a [www.homedepot.com/corporateresponsibility](http://www.homedepot.com/corporateresponsibility)





**SECURITIES AND EXCHANGE COMMISSION**  
**(COMISIÓN DE VALORES Y BOLSAS)**  
**DE ESTADOS UNIDOS**  
WASHINGTON, D.C. 20549

**FORMULARIO 10-K**

☒ **INFORME ANUAL DE CONFORMIDAD CON LA SECCIÓN 13 O 15(d) DE LA LEY DE MERCADOS DE VALORES DE 1934**

Para el año fiscal finalizado el 28 de enero de 2007

O

☐ **INFORME DE TRANSICIÓN DE CONFORMIDAD CON LA SECCIÓN 13 O 15(d) DE LA LEY DE MERCADOS DE VALORES DE 1934**

Número de legajo en la Comisión 1-8207

**THE HOME DEPOT, INC.**

(Nombre exacto del Registrante según se especifica en su acta de constitución)

**DELAWARE**

(Estado u otra jurisdicción de constitución u organización)

**95-3261426**

(Número de identificación como empleador ante el Servicio de Rentas Internas)

**2455 PACES FERRY ROAD, N.W., ATLANTA, GEORGIA 30339**

(Dirección de la sede principal) (Código postal)

Número de teléfono del Registrante, incluido el código de área: **(770) 433-8211**

VALORES REGISTRADOS DE CONFORMIDAD CON LA SECCIÓN 12(b) DE LA LEY:

NOMBRE DE CADA CLASE

NOMBRE DE CADA MERCADO BURSÁTIL EN EL QUE ESTÁ REGISTRADA

Acciones ordinarias, Valor nominal de \$0.05 por acción

Bolsa de Valores de Nueva York

VALORES REGISTRADOS DE CONFORMIDAD CON LA SECCIÓN 12(g) DE LA LEY: **Ninguno**

Marque con una cruz si el Registrante es un emisor experimentado y reconocido, según se define en la Regla 405 de la Ley de Valores.

Sí ☒ No ☐

Marque con una cruz si el Registrante está exento de la presentación de informes de conformidad con la Sección 13 o la Sección 15(d) de la Ley.

Sí ☐ No ☒

Marque con una cruz si el Registrante (1) ha presentado todos los informes exigidos por la Sección 13 o 15(d) de la Ley de Mercados de Valores de 1934 para el período de 12 meses precedente (o por un lapso más corto para el cual le hubiese sido exigido que presentara tales informes), y (2) ha estado sujeto a tales requisitos de presentación en los últimos 90 días. Sí ☒ No ☐

Marque con una cruz si el presente no incluye la divulgación de incumplimiento de presentaciones según establece el artículo 405 de la Regulación S-K, y si no se incluirá, al leer y entender del Registrante, en las declaraciones informativas que acompañan a la solicitud de delegación de voto que se incorporan por referencia en la Parte III de este Formulario 10-K, o cualquier modificación de este Formulario 10-K. ☐

Marque con una cruz si el Registrante está sujeto a la condición de "large accelerated filer" (presentación acelerada para compañías de gran capitalización), "accelerated filer" (presentación acelerada) o "non-accelerated filer" (presentación normal). Véase la definición de "accelerated filer" y "large accelerated filer" en la Norma 12b-2 de la Ley de Mercados de Valores.

Large accelerated filer ☒ Accelerated filer ☐ Non-accelerated filer ☐

Marque con una cruz si el Registrante es una sociedad sin actividad (*shell company*) (según se define en la Norma 12b-2 de la Ley de Mercados de Valores). Sí ☐ No ☒

El valor total de mercado de las Acciones Ordinarias del Registrante en poder de sociedades no afiliadas al Registrante al 30 de julio de 2006 ascendía a \$70.6 mil millones.

La cantidad de Acciones Ordinarias del Registrante en circulación al 26 de marzo de 2007 ascendía a 1,969,535,236.

**DOCUMENTOS QUE SE INCORPORAN POR REFERENCIA**

Algunas porciones de la declaración informativa que acompañan la solicitud de delegación de voto del Registrante a efectos de la Asamblea Anual de Accionistas del año 2007 se incorporan por referencia en la Parte III de este Formulario 10-K en la medida en que se describe en el presente.

**THE HOME DEPOT, INC.**  
**FORMULARIO 10-K DEL AÑO FISCAL 2006**

**CONTENIDO**

**PARTE I**

Punto 1.	Negocio	1
Punto 1A.	Factores de riesgo	6
Punto 1B.	Comentarios no resueltos del personal de la Comisión de Valores y Bolsas	9
Punto 2.	Inmuebles	9
Punto 3.	Procesos judiciales	11
Punto 4.	Asuntos sometidos al voto de tenedores de títulos	12
Punto 4A.	Funcionarios ejecutivos de la Compañía	12

**PARTE II**

Punto 5.	Mercado de las acciones ordinarias de los registrantes, asuntos relacionados con los accionistas y compras de valores a cargo del emisor	14
Punto 6.	Información financiera seleccionada	16
Punto 7.	Deliberaciones de la gerencia y análisis de la situación financiera y de los resultados de las operaciones	16
Punto 7A.	Revelaciones cuantitativas y cualitativas acerca del riesgo de mercado	25
Punto 8.	Estados financieros e información complementaria	26
Punto 9.	Cambios en las divulgaciones contables y financieras y desacuerdos con los contadores con respecto a las mismas	54
Punto 9A.	Controles y procedimientos	54
Punto 9B.	Otra información	54

**PARTE III**

Punto 10.	Directores, funcionarios ejecutivos y gobierno corporativo	55
Punto 11.	Remuneración de ejecutivos	55
Punto 12.	Valores en poder de ciertos titulares reales y de la gerencia, y asuntos relacionados con los accionistas	55
Punto 13.	Ciertas relaciones y transacciones relacionadas e independencia de los directores	55
Punto 14.	Honorarios y servicios del área contable principal	55

**PARTE IV**

Punto 15.	Anexos, Anexos a los Estados financieros	56
	Firmas	60



**ADVERTENCIA DE CONFORMIDAD CON LA LEY  
PRIVATE SECURITIES LITIGATION REFORM ACT, SANCIONADA EN 1995**

Ciertas declaraciones que se incluyen en este informe sobre nuestro futuro desempeño constituyen declaraciones a futuro. Las declaraciones a futuro pueden estar relacionadas con el crecimiento de las ventas netas, las ventas de tiendas comparables, los efectos de la canibalización, la situación del mercado de construcciones residenciales y del mercado de viviendas, la inflación y deflación de los precios de productos básicos, la implementación de iniciativas en las tiendas, la protección de los derechos de propiedad intelectual, el desempeño de las utilidades netas, incluyendo el gasto de Depreciación y Amortización, las ganancias por acción, el gasto correspondiente a la remuneración con base en acciones, las aperturas y cierres de tiendas, la asignación e inversiones de capital, el efecto de la adopción de ciertas normas contables, la rentabilidad del capital invertido, la gestión de las políticas de compra o de crédito a clientes, el rumbo estratégico ya sea que se realice una venta u oferta pública inicial de HD Supply o, de realizarse una operación, cuáles sean sus términos o en qué momento se realice y la demanda de nuestros productos y servicios.

Dichas declaraciones se basan en información disponible actualmente y en nuestros actuales supuestos, expectativas y proyecciones a futuro. Si bien creemos que nuestros supuestos, expectativas y proyecciones son razonables en función de la información disponible actualmente, no se deberá basar en dichas declaraciones a futuro en forma desmedida. Estas declaraciones no constituyen garantías del desempeño a futuro. Están sujetas a futuros hechos, riesgos e incertidumbres, muchos de los cuales están fuera de nuestro control, y a supuestos que pueden llegar a ser inexactos, como consecuencia de los cuales los resultados reales podrían diferir sustancialmente de las expectativas y proyecciones de la compañía. Algunos de los riesgos e incertidumbres significativos a raíz de los cuales los resultados reales podrían diferir significativamente de las expectativas y proyecciones de la compañía, se describen en el Punto 1A. “Factores de riesgo”. Esta información se debe leer junto con el Punto 7. “Deliberaciones de la gerencia y análisis de la situación financiera y de los resultados de las operaciones” y con nuestros Estados financieros consolidados y sus respectivas notas del Punto 8 de este informe. Incluimos la información para inversionistas conforme a lo estipulado por la Private Securities Litigation Reform Act (Ley de Reforma en Materia de Litigios de Valores Privados) de 1995. También es posible que existan otros factores que no podemos prever o que no se describen en este informe, generalmente, debido a que no los consideramos significativos en el sentido de que podrían provocar que los resultados difieran sustancialmente de las expectativas de la compañía.

Las declaraciones a futuro sólo reflejan las condiciones existentes en la fecha en que se emiten, y no asumimos obligación alguna por la actualización de las mismas. No obstante, se recomienda que analice otras divulgaciones sobre asuntos relacionados en nuestras presentaciones periódicas ante la Comisión de Valores y Bolsas (en adelante “SEC”, por sus siglas en inglés).

**PARTE I**

**Punto 1. Negocio.**

**Introducción**

The Home Depot, Inc. es el minorista número uno del mundo en el área de mejoras del hogar, y el segundo en los Estados Unidos (en adelante, “EE.UU.”), según indican las Ventas netas del año fiscal con cierre el 28 de enero de 2007 (“año fiscal 2006”). Al cierre del año fiscal 2006, operábamos 2,147 tiendas, en su mayoría The Home Depot.

En las tiendas The Home Depot se vende una amplia variedad de materiales de construcción, así como productos para mejoras del hogar y césped y jardín, y también se prestan diversos servicios. Las tiendas The Home Depot cubren un espacio cerrado promedio de aproximadamente 105,000 pies cuadrados, con unos 23,000 pies cuadrados adicionales de exteriores. Al cierre del año fiscal 2006, teníamos 2,100 tiendas The Home Depot en todo el territorio de los EE.UU. (incluyendo Puerto Rico y las Islas Vírgenes), Canadá, China y México. Además, al cierre del año fiscal 2006, la Compañía operaba 34 tiendas EXPO Design Center, 11 tiendas The Home Depot Landscape Supply y dos tiendas The Home Depot Floor.

Además de nuestras tiendas minoristas, nuestro negocio incluye también HD Supply, el cual distribuye productos y vende servicios de instalación principalmente a clientes que también son empresas, entre los que se incluyen empresas constructoras, contratistas profesionales, municipios y profesionales dedicados a servicios de mantenimiento. HD Supply consta de cuatro plataformas principales: 1) infraestructura, incluyendo tratamiento de aguas residenciales y servicios públicos; 2) construcción, incluyendo suministros para la construcción, madera y materiales para la construcción, artículos eléctricos, plomería/sistemas de aire acondicionado y ventilación (HVAC) y artículos para interiores; 3) mantenimiento, incluyendo mantenimiento de instalaciones y cañerías, válvulas y accesorios industriales, y 4) remodelación y de reparaciones.

En febrero de 2007, la Compañía anunció su decisión de evaluar alternativas estratégicas para HD Supply, incluso la posible venta u oferta pública inicial del negocio. No puede asegurarse que efectivamente se materialice una operación o, en caso de materializarse, cuáles serán los términos o plazos.

The Home Depot, Inc. es una sociedad constituida en 1978 conforme a las leyes de Delaware. Nuestro centro de apoyo a tiendas, Store Support Center (oficina central), está ubicado en 2455 Paces Ferry Road, N.W., Atlanta, Georgia 30339. Nuestro número de teléfono es (770) 433-8211.

Mantenemos un sitio web en Internet, en [www.homedepot.com](http://www.homedepot.com). Allí, se encuentran disponibles, sin cargo, nuestros informes anuales a los accionistas, los informes anuales en el Formulario 10-K, los informes trimestrales en el Formulario 10-Q, los informes vigentes en el Formulario 8-K, las declaraciones informativas que acompañan las solicitudes de delegación de voto y los Formularios 3, 4 y 5; este material se pone a disposición lo más pronto posible, dentro de lo razonable, después de su presentación ante la SEC.

En todas estas presentaciones, incluimos nuestro sitio en Internet sólo como referencia textual. La información contenida en nuestros sitios electrónicos no se incorpora por referencia a este Formulario 10-K.

### **Nuestro negocio**

Operamos en dos segmentos sobre los que debemos presentar información: el segmento minorista y el segmento HD Supply. La Nota 12 a los Estados financieros consolidados contiene información sobre los resultados financieros y el activo total de cada uno de estos segmentos. Dicha nota también incluye información financiera sobre nuestras operaciones fuera de los Estados Unidos.

### **Segmento minorista**

**Estrategia de operaciones.** La estrategia de operaciones de The Home Depot consiste en ofrecer una amplia variedad de mercancías y servicios de gran calidad, a precios competitivos, utilizando personal experto y orientado al servicio, así como sólidas promociones de mercadeo y crédito. Consideramos que los conocimientos de nuestros asociados acerca de productos y técnicas y aplicaciones de mejoras para el hogar son muy importantes para nuestro enfoque de mercadeo, así como para nuestra capacidad de mantener y aumentar la satisfacción de los clientes.

**Clientes.** Las tiendas The Home Depot atienden a tres grupos principales de clientes:

- **Clientes “Hágalo usted mismo”:** Estos clientes son por lo general propietarios de viviendas, que adquieren productos y llevan a cabo sus propios proyectos e instalaciones. Para complementar los conocimientos de nuestros asociados, las tiendas The Home Depot ofrecen “clínicas”, en las que asociados y proveedores de mercancías enseñan a realizar las distintas tareas.
- **Clientes “Háganlo por mí”:** Estos clientes son por lo general propietarios de viviendas que adquieren los materiales y contratan a terceros para llevar a cabo el proyecto o la instalación. Nosotros coordinamos la instalación de diversos productos de The Home Depot, a través de contratistas independientes calificados.
- **Clientes profesionales:** Estos clientes son remodeladores profesionales, contratistas generales, trabajadores dedicados a reparaciones y comerciantes de productos afines. En numerosas tiendas, ofrecemos diversos programas para estos clientes, como servicios adicionales de entrega y retiro de mercancía ya paga, personal de dedicación exclusiva, una vasta selección de mercancías y programas de crédito ampliados; consideramos que todos estos elementos aumentan las ventas a estos clientes.

**Productos.** En una típica tienda de The Home Depot se almacenan entre 35,000 y 45,000 productos a lo largo del año; en estas cifras se incluyen los productos de marcas nacionales y los de marcas exclusivas. En la tabla que sigue se presenta el porcentaje de Ventas netas de cada gran grupo de productos – y los servicios relacionados – para los últimos tres años fiscales:

<b><u>Grupo de productos</u></b>	<b>Porcentaje de las ventas netas para el año fiscal con cierre el</b>		
	<b>28 de enero de 2007</b>	<b>29 de enero de 2006</b>	<b>30 de enero de 2005</b>
Materiales de construcción, maderas, y puertas y ventanas	<b>23.6%</b>	24.2%	24.4%
Plomería, electricidad y cocina	<b>30.8</b>	29.4	29.0
Ferretería y productos de estación	<b>27.0</b>	27.1	26.9
Pintura, pisos y revestimientos para paredes	<b>18.6</b>	19.3	19.7
Total	<b>100.0%</b>	100.0%	100.0%

Para complementar y mejorar nuestra selección de productos, hemos establecido alianzas estratégicas y relaciones exclusivas con proveedores selectos, con el fin de llevar al mercado productos de diversas marcas reconocidas. Durante el año fiscal 2006, ofrecimos diversas marcas propias y exclusivas en una amplia gama de departamentos; por ejemplo, pinturas Behr Premium Plus®, asadores de gas Charmglow®, artículos de iluminación Hampton Bay®, gabinetes Mills Pride®, productos para césped Vigoro®, herramientas manuales Husky®, herramientas de motor RIDGID® y Ryobi®, grifos Pegasus®, alfombras Traffic Master®, accesorios para baños Glacier Bay® y productos para terrazas Veranda®. Es posible que consideremos nuevas alianzas



estratégicas y relaciones con otros proveedores; asimismo, continuaremos evaluando oportunidades de expandir el espectro de productos disponibles con marcas exclusivas de The Home Depot.

En el año 2006, los productos innovadores y distintivos siguieron siendo un catalizador de nuestro crecimiento, en apoyo a nuestra estrategia de comercialización. Los siguientes éxitos contribuyeron a diferenciar a The Home Depot en el mercado:

- Introdujimos la variedad más completa en el país de tractores y cortadoras de césped de renombradas marcas: Cub Cadet®, Toro®, John Deere® y Honda®;
- Lanzamos un surtido más amplio para exteriores, que incluye muebles para patio Hampton Bay y asadores Charmglow;
- Lanzamos una variedad exclusiva de herramientas eléctricas Milwaukee®, RIDGID y Makita®; y
- Lanzamos la lavadora y secadora a vapor LG® SteamWasher™ y la lavadora y secadora Maytag® Epic™.

Mantenemos un programa mundial de aprovisionamiento, con el fin de comprar productos de alta calidad directamente de sus fabricantes. Nuestros comercializadores de desarrollo de productos viajan por todo el mundo para identificar oportunidades de comprar en forma directa artículos para nuestras tiendas. Además, tenemos cuatro oficinas de aprovisionamiento, ubicadas en Shanghai, Shenzhen, Dalian y Chengdu, China, así como una oficina en Gurgaon, India. También contamos con un ingeniero en garantía de calidad, con base en Milán, Italia, con comercializadores de desarrollo de productos y con una oficina de aprovisionamiento en Monterrey, México. En la actualidad, adquirimos productos de más de 800 fábricas, en unos 35 países.

**Servicios.** Las tiendas The Home Depot y EXPO Design Center ofrecen diversos servicios de instalación. Estos servicios están destinados a clientes del tipo “Háganlo por mí”, que seleccionan y adquieren los productos y su instalación a la empresa. Los programas de instalación incluyen productos como alfombras, pisos, gabinetes, mostradores y calentadores de agua. Además, la empresa provee servicios de instalación profesional de diversos productos que se venden a través de nuestros programas de venta en el hogar, como generadores y sistemas de calefactores y aire acondicionado central.

#### ***Crecimiento de las tiendas***

Estados Unidos. Al cierre del año fiscal 2006, operábamos 1,872 tiendas The Home Depot en los Estados Unidos, incluyendo los territorios de Puerto Rico y las Islas Vírgenes. Durante el año fiscal 2006, abrimos 86 nuevas tiendas The Home Depot, de las cuales ocho fueron traslados, en los EE.UU.

Canadá. Al cierre del año fiscal 2006, operábamos 155 tiendas The Home Depot en diez provincias canadienses. De estas tiendas, 20 fueron abiertas durante el año fiscal 2006, y de éstas dos fueron resultado de un traslado.

México. Al cierre del año fiscal 2006, operábamos 61 tiendas The Home Depot en México. De estas tiendas, siete se abrieron en el transcurso del año fiscal 2006.

China. En el año fiscal 2006, adquirimos The Home Way, un minorista en mejoras para el hogar de China, que cuenta con doce tiendas en seis ciudades.

**Servicios de crédito.** The Home Depot ofrece programas de compras a crédito a través de instituciones de crédito externas, para clientes profesionales y para clientes de los segmentos “Hágalo usted mismo” y “Háganlo por mí”. En el año fiscal 2006, se abrieron aproximadamente 4.5 millones de cuentas de crédito The Home Depot nuevas; de este modo, el total de titulares de cuentas The Home Depot alcanzó a alrededor de 17 millones. Las compras con tarjetas de crédito propias representaron aproximadamente 28% de las ventas en tiendas, al cierre del año fiscal 2006. También ofrecemos un programa de préstamo no garantizado para mejoras del hogar a través de instituciones de crédito externas, mediante el cual nuestros clientes tienen la posibilidad de financiar la compra de productos y servicios en nuestras tiendas. Consideramos que este programa de préstamo no sólo respalda las ventas de gran envergadura, como las de remodelaciones de cocinas y baños, sino que también genera ventas incrementales.

**Logística.** Nuestros programas de logística están diseñados para garantizar una excelente disponibilidad de productos a los clientes, el uso eficaz de nuestras inversiones en inventarios, y bajos costos totales de la cadena de suministro. Al cierre del año fiscal 2006, operábamos 18 centros de distribución de importaciones, situados en los Estados Unidos y Canadá. Al cierre del año fiscal 2006, también operábamos 30 centros de distribución de madera en los Estados Unidos y Canadá, para respaldar la demanda de madera de nuestras tiendas, y 10 instalaciones de tránsito, donde se recibe mercancía de los fabricantes para envío inmediato a las tiendas. Al cierre del año fiscal 2006, aproximadamente 40% de la mercancía enviada a nuestras tiendas circuló a través de nuestra red de centros de distribución e instalaciones de tránsito. A medida que nuestras redes evolucionen, prevemos incrementar el flujo de circulación. La mercancía restante se enviará directamente desde nuestros proveedores a nuestras tiendas. Además de reabastecer el suministro de mercancías en nuestras tiendas, también prestamos servicios de envío directo a nuestros clientes.

**Estacionalidad.** Nuestro negocio es estacional hasta un cierto punto. Por lo general, nuestro mayor volumen de ventas tiene lugar en el segundo trimestre del año fiscal, mientras que el menor volumen se registra en el cuarto trimestre fiscal.

**Competencia.** Nuestro negocio es altamente competitivo; se basa en parte en el precio, en la ubicación de las tiendas, en el servicio al cliente y en la variedad de mercancías. En cada uno de los mercados en los que comercializamos productos y servicios, existen diversas tiendas dedicadas a las mejoras para el hogar, tiendas de suministro de materiales eléctricos, de plomería y de la construcción y madereras. En algunos productos, también competimos con tiendas de descuento, ferreterías locales, regionales y nacionales, empresas de venta por correo, clubes mayoristas, tiendas independientes de materiales para la construcción y, en menor grado, con otras tiendas minoristas. Además de los competidores mencionados, nuestras tiendas EXPO Design Center compiten con tiendas de diseño especializado o salas de exposiciones, algunas abiertas únicamente a profesionales del diseño de interiores. Debido a la variedad de la competencia que enfrentamos, no nos es posible medir en forma precisa el impacto de nuestros competidores sobre nuestras ventas.

### **Segmento HD Supply**

**Estrategia de operaciones.** La estrategia de operaciones consiste en ofrecer una solución integral para cada una de las etapas de un proyecto de construcción, desde infraestructura y construcción hasta mantenimiento de por vida, así como remodelación y reparaciones. Creemos que nuestra amplia oferta de productos y servicios, el personal de ventas idóneo y nuestra reputación como compañía que presta un servicio al cliente superior nos permite ser el único proveedor que eligen los clientes para todo el ciclo de sus proyectos.

**Clientes.** Distribuimos productos y ofrecemos servicios principalmente a empresas constructoras, contratistas, entidades gubernamentales, industrias y profesionales dedicados a servicios de mantenimiento. Por lo general, nuestros clientes eligen a sus proveedores principalmente en función de la disponibilidad de productos, la relación con el personal de ventas y sus conocimientos, el precio y la calidad y el alcance de los servicios que se ofrecen. Asimismo, los clientes profesionales suelen comprar grandes volúmenes de mercancía, y son clientes recurrentes debido a que llevan a cabo proyectos a largo plazo y necesitan servicios especializados. Complementamos nuestra oferta de productos con servicios orientados al cliente que ofrecen valor agregado, como ser, suministro integrado, asistencia en el diseño, kits y servicios de montaje y fabricación.

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

- **Infraestructura:** Esta categoría incluye los productos y servicios necesarios para construir y dar apoyo a los sistemas de obras públicas, para proyectos residenciales y comerciales.
- **Construcción:** Esta categoría incluye componentes estructurales de construcción para interiores y para exteriores, destinados a proyectos residenciales y comerciales.
- **Mantenimiento:** Esta categoría incluye productos y servicios de mantenimiento de rutina, reparaciones y operaciones para viviendas multifamiliares y para establecimientos de hospedaje, de asistencia médica, gubernamentales e industriales.
- **Reparación y remodelación:** Esta categoría incluye productos del área de mejoras para el hogar y materiales de construcción, y están destinados a los mercados de consumidores, profesionales de mantenimiento y remodeladores en proyectos de menor escala.

**Inventario.** Mantenemos un inventario amplio para satisfacer las demandas de entrega inmediata de nuestros clientes. Nuestro inventario se basa en las necesidades, calendarios y plazos de entrega de nuestros clientes. Nos enfocamos en distribuir productos que optimicen nuestras capacidades de administración de inventario, compras, personal de ventas especializado, distribución y logística, administración del crédito y tecnología de la información.

**Servicios de crédito.** Más de 90% de nuestras ventas se efectúan mediante el otorgamiento de crédito a nuestros clientes. Nuestros negocios ofrecen crédito a los clientes. Éste puede ser un crédito no garantizado, que se otorga únicamente en función de la solvencia del cliente, o un crédito garantizado para la compra de materiales destinados a un proyecto específico, en el que la garantía constituye un derecho de preferencia sobre los materiales utilizados en dicho proyecto. El tipo de crédito que se ofrece depende de la solidez financiera del cliente y de la naturaleza de la actividad que éste desempeña. Las compras de consumidores finales, revendedores y otros clientes que no son contratistas se suelen financiar, en mayor medida, mediante créditos no garantizados. Estas líneas de crédito se otorgan después de haber analizado adecuadamente la solvencia del cliente. Asimismo, las líneas de crédito no garantizado por grandes montos se suelen analizar en forma periódica para corroborar la solvencia financiera del cliente.

**Logística.** Nuestra red de distribución consta de una combinación de más de 1,000 sucursales y centros de distribución centrales en los Estados Unidos. Es fundamental que nuestra red de distribución funcione de un modo eficiente para brindar un servicio de calidad a nuestra base de clientes. Los centros de distribución central y las sucursales utilizan tecnología para administración de almacenes, a fin de optimizar las funciones de recepción, control de inventario y retiro de mercancía, embalaje y envíos. Además, utilizamos algunas de nuestras sucursales más grandes como puntos de distribución de ciertas líneas de productos.

La mayor parte de las órdenes de nuestros clientes se despachan a partir del inventario de las sucursales. Para mantener el control integral del proceso de entrega, utilizamos más de 4,000 vehículos de nuestra flota total para entregar los productos



a nuestros clientes. También gestionamos órdenes especiales de nuestros clientes y facilitamos el envío de ciertas órdenes de gran volumen directamente del fabricante al cliente. Las órdenes para proyectos de construcción de mayor envergadura suelen tener cronogramas de entrega a largo plazo durante el período de construcción que, en algunos casos, suele extenderse por varios años.

**Estacionalidad.** Nuestro negocio es estacional hasta un cierto punto. Por lo general, nuestro mayor volumen de ventas tiene lugar en el segundo trimestre del año fiscal, mientras que el menor volumen se registra en el cuarto trimestre fiscal.

**Competencia.** Somos uno de los más grandes distribuidores mayoristas de nuestra gama de productos en los Estados Unidos, y estamos convencidos de que no existe otra compañía que compita con nosotros en todas nuestras líneas de productos. No obstante, tenemos una competencia importante en cada línea de producto individual. Nuestra competencia consta de otros mayoristas, fabricantes que venden productos directamente a sus respectivas bases de clientes y algunos de nuestros clientes que revenden nuestros productos. Asimismo, nuestra competencia también incluye a minoristas de plomería, accesorios y suministros eléctricos, materiales de construcción, suministros para reparaciones y operaciones de mantenimiento y herramientas para contratistas, pero en menor medida. La competencia varía según la línea de producto, la clasificación del cliente y el área geográfica. Los principales factores competitivos de nuestro negocio incluyen, a mero título enunciativo, la disponibilidad de materiales y suministros; los conocimientos técnicos sobre los productos y sobre cómo aplicarlos y utilizarlos; la capacidad de asesoramiento y para ofrecer otros servicios; la capacidad para entablar y mantener relaciones con el cliente; la capacidad de entrega en el mismo día de ciertas líneas de productos; el precio de los productos y el otorgamiento de crédito.

### **Servicios de respaldo**

**Tecnología de la información.** Durante el año fiscal 2006, seguimos efectuando inversiones significativas en tecnología de la información para brindar un mejor servicio al cliente y ofrecer un mejor ambiente de compra en nuestras tiendas. Finalizamos la instalación de cajas registradoras automáticas en todas nuestras tiendas de EE.UU. y en la mayoría de nuestras tiendas de Canadá, y mejoramos el procesamiento de vales en todas ellas. Asimismo, comenzamos la implementación de un sistema de llamada de asistencia en las tiendas e instalamos sistemas telefónicos de voz sobre protocolo de Internet para que nuestros asociados puedan asistir a los clientes con más rapidez. Con el fin de respaldar el continuo crecimiento de nuestro negocio de electrodomésticos, modernizamos el sistema de procesamiento de órdenes de electrodomésticos *Depot Direct*, que es propiedad de la compañía.

Además de las importantes inversiones en tecnología para las tiendas, modernizamos nuestro sistema de gestión de órdenes, que incrementa la velocidad y exactitud del procesamiento de órdenes en línea y brinda a los clientes la posibilidad de consultar por Internet el estado de sus órdenes especiales. También definimos una serie de plataformas de sistemas en común para la empresa para nuestros negocios mayoristas HD Supply y comenzamos a migrar los negocios HD Supply a estas plataformas, empezando por las funciones de liquidación de sueldos y finanzas.

También comenzamos a trabajar en una iniciativa estratégica para implementar una nueva plataforma de Sistemas para Tiendas Minoristas con el fin de seguir mejorando el desempeño de nuestras funciones de comercialización y operaciones de las tiendas. También dimos comienzo a una iniciativa para incorporar nuevas funciones de automatización a la cadena de suministro, que se centra en nuevos sistemas para la distribución a almacenes, gestión del transporte y mejoras para respaldar una mayor penetración de órdenes a través de nuestros sistemas de reposición centralizada.

**Asociados.** Al cierre del año fiscal 2006, empleábamos a unos 364,000 asociados, de los cuales alrededor de 26,000 pertenecían a la plantilla de asalariados, mientras que el resto recibía pago por hora o temporal. Alrededor de 68% de nuestros asociados son empleados de tiempo completo. Creemos que las relaciones con nuestros empleados son muy buenas. Para atraer y retener a personal calificado, procuramos mantener niveles competitivos de salarios y sueldos en todos los mercados en los que tenemos presencia.

**Propiedad intelectual.** A través de nuestra subsidiaria totalmente controlada, Homer TLC, Inc., hemos registrado o solicitado el registro, en diversos países, de varios dominios de Internet, marcas de servicio y marcas comerciales para uso en nuestros negocios, por ejemplo: The Home Depot®; HD Supply; ventiladores, artículos de iluminación y accesorios Hampton Bay®; inodoros, lavabos y grifos Glacier Bay®; grifos y accesorios para baños Pegasus®; artículos de iluminación Commercial Electric®; herramientas, cajas de herramientas y estantes Workforce®; [www.hdsupply.com](http://www.hdsupply.com) y [www.doitherself.com](http://www.doitherself.com). Asimismo, hemos obtenido y mantenemos carteras de patentes relacionadas con ciertos productos y servicios ofrecidos por The Home Depot, y constantemente procuramos patentar o proteger por otro medio ciertas innovaciones que incorporamos a nuestros productos y operaciones comerciales. Valoramos en gran medida la importancia de nuestra propiedad intelectual para cada segmento de negocio, y consideramos que constituye un factor importante en el mercadeo de nuestra marca, en el comercio electrónico, en las tiendas y en las nuevas áreas de negocios. No tenemos conocimiento de ningún hecho a raíz del cual pudiera preverse un impacto negativo significativo sobre nuestra propiedad intelectual.

**Programa de garantía de calidad.** Hemos establecido un programa de garantía de calidad, para los productos de los que nos abastecemos en forma mundial por importación directa. Mediante este programa, hemos fijado criterios para el desempeño de

proveedores y productos, que miden factores tales como calidad de los productos y puntualidad de los envíos. El historial de desempeño se pone a disposición de las fábricas, lo que les permite esforzarse por mejorar. El programa consiste en garantizar la calidad en los aspectos relacionados con la fábrica, el producto y el embalaje.

***Medio ambiente, salud y seguridad.*** Nos hemos comprometido a mantener un entorno seguro para nuestros clientes y asociados, y a proteger el medio ambiente de las comunidades en las que operamos. Nuestra función de medio ambiente, salud y seguridad en terreno está a cargo de asociados capacitados, que se centran principalmente en la implementación de nuestros programas en esta materia. Asimismo, contamos con un equipo de profesionales de medio ambiente, salud y seguridad, con base en Atlanta, que evalúan, desarrollan, implementan y aplican políticas, procesos y programas en toda la empresa.

#### **Punto 1A. Factores de riesgo.**

Los riesgos e incertidumbres que se describen a continuación podrían afectar en forma significativa y desfavorable nuestro negocio, la situación financiera y el resultado de las operaciones y, como consecuencia, los resultados reales podrían diferir sustancialmente de las expectativas y proyecciones de la compañía. Si bien creemos que nuestros supuestos, expectativas y proyecciones son razonables en función de la información disponible actualmente, no se deberá basar en dichas declaraciones a futuro en forma desmedida. Estas declaraciones no constituyen garantías del desempeño a futuro. Están sujetas a futuros hechos, riesgos e incertidumbres, muchos de los cuales están fuera de nuestro control, y a supuestos que pueden llegar a ser inexactos, como consecuencia de los cuales los resultados reales podrían diferir sustancialmente de las expectativas y proyecciones de la compañía. Las declaraciones a futuro pueden estar relacionadas con el crecimiento de las ventas netas, las ventas de tiendas comparables, los efectos de la canibalización, la situación del mercado de construcciones residenciales y del mercado de viviendas, la inflación y deflación de los precios de productos básicos, la implementación de iniciativas en las tiendas, la protección de los derechos de propiedad intelectual, el desempeño de las utilidades netas, incluyendo el gasto de Depreciación y Amortización, las ganancias por acción, el gasto correspondiente a la remuneración con base en acciones, las aperturas y cierres de tiendas, la asignación e inversiones de capital, el efecto de la adopción de ciertas normas contables, la rentabilidad del capital invertido, la gestión de las políticas de compra o de crédito a clientes, el rumbo estratégico y la demanda de nuestros productos y servicios. Estos Factores de riesgo se deben leer junto con el Punto 7. “Deliberaciones de la gerencia y análisis de la situación financiera y de los resultados de las operaciones” y con nuestros Estados financieros consolidados y sus respectivas notas del Punto 8 de este informe. También es posible que existan otros factores que no podemos prever o que no se describen en este informe, generalmente, debido a que no los consideramos significativos en el sentido de que podrían provocar que los resultados difieran sustancialmente de las expectativas de la compañía. Las declaraciones a futuro sólo reflejan las condiciones existentes en la fecha en que se emiten, y no asumimos obligación alguna por la actualización de las mismas. No obstante, se recomienda que analice otras divulgaciones sobre asuntos relacionados en nuestras presentaciones periódicas ante la SEC.

***El incremento de los costos, la reducción de la disponibilidad de financiamiento, el clima y otras condiciones en América del Norte podrían afectar de manera desfavorable los costos de las operaciones, la demanda de nuestros productos y servicios y el precio de la transacción promedio.***

Las tasas de interés, el combustible y otros costos relacionados con la energía, la mano de obra, los costos del cuidado de la salud, la disponibilidad de financiamiento, el empleo, la situación del mercado de construcciones residenciales y del mercado de viviendas, la confianza del consumidor y el panorama económico general, el clima, los desastres naturales, el terrorismo y otras condiciones que afectan en forma adversa la demanda de nuestros productos y servicios podrían tener un impacto negativo en el desempeño financiero de la Compañía. Estos factores y otros similares podrían:

- incrementar los costos,
- hacer que los clientes demoren o decidan no llevar a cabo nuevos proyectos para mejorar sus hogares,
- hacer que los clientes demoren la compra o decidan no comprar productos y servicios para mejorar sus hogares,
- hacer que los clientes demoren o decidan no invertir en el mercado comercial, residencial, industrial y de infraestructura pública, y
- generar una caída en la cantidad de transacciones de clientes y en el precio de la transacción promedio.

***Dependemos de los proveedores externos; por lo tanto, si no se logran identificar y forjar relaciones con una cantidad suficiente de proveedores calificados, el acceso oportuno y eficaz a productos que cumplan con nuestros elevados estándares de calidad podría verse comprometido.***

Compramos nuestros productos y suministros a proveedores de todo el mundo. Un desafío importante radica en contar con la capacidad para continuar identificando y forjando relaciones con proveedores calificados que pueden satisfacer nuestros elevados estándares de calidad y la necesidad de acceder a los productos y suministros de manera oportuna y eficaz. Nuestra capacidad de acceso a los productos y suministros también podría verse perjudicada por la inestabilidad política, la inestabilidad financiera de

los proveedores, el incumplimiento de las leyes aplicables de parte de los proveedores, las restricciones comerciales, los aranceles, el tipo de cambio, la capacidad de transporte y los costos, así como otros factores que están fuera de nuestro control.

***Si no somos capaces de gestionar en forma eficaz y de expandir las alianzas y relaciones con proveedores selectos de los productos de marca, podríamos tener dificultades para poner en práctica una estrategia eficaz de diferenciación de la competencia.***

Como parte de la estrategia de diferenciación, hemos forjado alianzas estratégicas y relaciones exclusivas con proveedores selectos para comercializar productos con diversas marcas reconocidas. Si no logramos gestionar y ampliar dichas alianzas y relaciones o identificar fuentes alternativas para productos comparables, podríamos tener dificultades para instrumentar la estrategia de diferenciación de manera eficaz.

***Cualquier contratiempo con la apertura de nuevas tiendas en los plazos estipulados demorará la contribución de dichas tiendas al desempeño financiero de la Compañía.***

Esperamos incrementar nuestra presencia en los mercados existentes y penetrar en nuevos mercados. Nuestra capacidad para abrir nuevas tiendas dependerá principalmente de que podamos:

- identificar ubicaciones atractivas,
- negociar acuerdos de arrendamiento o de compra de bienes raíces con términos y condiciones aceptables,
- atraer y capacitar a empleados calificados, y
- controlar los gastos previos a la apertura, incluyendo los costos de construcción.

La apertura de nuevas tiendas también se verá afectada por reglamentaciones relacionadas con el medio ambiente, cuestiones locales sobre zonificación y otras leyes relacionadas con el uso de terrenos. Si no se abordan estas cuestiones y otros factores similares de manera eficaz, no será posible cumplir con la apertura de las tiendas en los plazos previstos, lo cual retrasará los efectos de las tiendas nuevas en el desempeño financiero.

***La implementación de las iniciativas tecnológicas podría alterar las operaciones en el corto plazo y las iniciativas tecnológicas podrían no generar los beneficios estimados, o incluso fracasar.***

Hemos realizado y continuaremos realizando importantes inversiones tecnológicas en las tiendas, en las sucursales y en las funciones administrativas. Nuestras iniciativas tecnológicas están diseñadas para racionalizar las operaciones y permitir que los asociados continúen brindando un servicio de alta calidad a los clientes y ofreciéndoles una mejor experiencia de compra. El costo y los eventuales problemas e interrupciones relacionados con la instrumentación de las iniciativas tecnológicas podrían socavar o reducir la eficiencia de las operaciones en el corto plazo. Por otra parte, la tecnología nueva o actualizada podría no generar los beneficios esperados, la materialización de los beneficios esperados podría llevar más tiempo del previsto, o bien la tecnología podría fallar por completo.

***Se podría llegar a no identificar oportunamente o a no reaccionar eficazmente ante las tendencias de los consumidores, lo cual podría repercutir negativamente en la relación con los clientes, la demanda de nuestros productos y servicios, y la participación de mercado.***

Resulta difícil predecir satisfactoriamente qué productos y servicios demandarán los clientes. El éxito del negocio depende, en parte, de nuestra capacidad para identificar y reaccionar ante las tendencias demográficas y de preferencias del consumidor, que se hallan en constante evolución. Si no se diseñan tiendas atractivas y no se identifica oportunamente o no se reacciona eficazmente ante los cambios en los gustos, las preferencias y los patrones de gasto de los consumidores y ante las necesidades de realizar mejoras en los hogares, la relación con los clientes, la demanda de nuestros productos y servicios, y la participación de mercado podrían verse seriamente afectadas.

***La inflación o deflación de precios de los productos básicos podría repercutir en nuestros precios, la demanda de nuestros productos, las ventas y los márgenes de rentabilidad.***

Los precios de determinados productos básicos, incluidas la madera y otras materias primas, se caracterizan por su volatilidad histórica, y están sujetos a fluctuaciones ocasionadas por la oferta y la demanda interna e internacional, los costos de la mano de obra, la competencia, la especulación del mercado, las reglamentaciones gubernamentales y las demoras periódicas en la entrega. Los cambios rápidos y significativos en los precios de los productos básicos podrían afectar las ventas y los márgenes de rentabilidad.

***Si no logramos hacer frente a los desafíos singulares que plantean los mercados internacionales, podríamos no tener éxito en la expansión de nuestras operaciones internacionales.***

La estrategia incluye la expansión de las operaciones en mercados existentes y en nuevos mercados internacionales, por medio de adquisiciones selectas, alianzas estratégicas y la apertura de nuevas tiendas y sucursales. La implementación exitosa de la estrategia en mercados internacionales conlleva muchos de los mismos riesgos operativos presentes en la expansión de las



operaciones en el territorio de EE.UU. Por otra parte, la expansión internacional podría verse entorpecida por dificultades para identificar y tener acceso a proveedores locales, así como por las leyes y costumbres locales, restricciones legales y regulatorias, condiciones políticas y económicas, y reglamentaciones monetarias de los países o regiones en los cuales operamos actualmente o pretendemos operar en el futuro. Los riesgos inherentes a las operaciones internacionales también podrían incluir, entre otros, los costos y dificultades que presenta la gestión de operaciones internacionales, las consecuencias impositivas desfavorables, y la mayor dificultad que supone la protección de los derechos de propiedad intelectual. Adicionalmente, los tipos de cambio y su fluctuación podrían repercutir en los costos o en los flujos de fondos futuros de las operaciones internacionales.

***El éxito depende de que podamos atraer, capacitar y conservar asociados altamente calificados.***

Para la consecución de esos logros, debemos atraer, capacitar y conservar una gran cantidad, cada vez mayor, de asociados altamente calificados, sin perder el control de los costos de mano de obra asociados. Nuestra capacidad para controlar los costos de mano de obra depende de numerosos factores externos; entre ellos, las tarifas de la mano de obra, que incluyen los costos de servicios de la salud vigentes y otros costos de seguro. Adicionalmente, muchos de los asociados trabajan por hora con índices de rotación históricamente altos. Competimos con otras empresas minoristas y no minoristas por estos asociados e invertimos importantes recursos para darles capacitación y motivarlos. El éxito depende también de los ejecutivos y de otros asociados fundamentales. No existen garantías de que podamos atraer o conservar asociados altamente calificados en el futuro.

***Los cambios en las normas contables y en los supuestos subjetivos, las estimaciones y determinaciones realizadas por la gerencia en relación con asuntos contables complejos podrían afectar significativamente los resultados financieros.***

Los principios contables generalmente aceptados y los respectivos pronunciamientos contables, las directrices de implementación y las interpretaciones relacionadas con una gran variedad de asuntos de relevancia para nuestro negocio, tales como el reconocimiento de ingresos, la desvalorización de activos, los inventarios, el autoseguro, los asuntos impositivos y los litigios, son altamente complejos e implican muchos supuestos, estimaciones y determinaciones de carácter subjetivo, que realiza la gerencia. Los cambios en dichas normas o en su interpretación, así como las modificaciones en los supuestos, estimaciones o determinaciones subyacentes que realiza la gerencia podrían modificar significativamente el rendimiento financiero informado o esperado.

***El aumento de la competencia podría tener efectos adversos sobre los precios y la demanda de nuestros productos y servicios y podría reducir nuestra participación de mercado.***

Operamos en mercados e industrias altamente competitivos. Nuestro negocio minorista compete principalmente en lo que respecta a precios, ubicación de las tiendas, servicio al cliente y diversidad de la mercancía. Nuestro negocio HD Supply compete principalmente en lo que respecta a la capacidad de proveer y entregar suministros, conocimientos sobre los productos, servicios de asesoramiento y disponibilidad de crédito. En cada uno de los mercados en los que comercializamos productos y servicios, existen otras tiendas dedicadas a las mejoras para el hogar, tiendas de suministro de materiales eléctricos, de plomería y de la construcción y madereras. En relación con algunos productos, competimos también con tiendas de descuento, ferreterías locales, regionales y nacionales, empresas de venta por correo, redes de almacenes de descuento (*warehouse clubs*), tiendas de provisión de materiales para constructores independientes y otras tiendas minoristas. Adicionalmente, competimos con tiendas de diseño especializadas o salas de exhibición, a algunas de las cuales sólo pueden acceder los profesionales de diseño, distribuidores, mayoristas y fabricantes locales y regionales que venden sus productos directamente a sus bases de clientes. La presión competitiva intensa de uno o varios competidores podría afectar los precios o la demanda de nuestros productos y servicios. Si no reaccionamos oportuna y adecuadamente ante estas presiones, el desempeño financiero y la participación de mercado podrían verse comprometidas.

***Actualmente, somos parte en varios procesos judiciales y, si bien no nos es posible predecir con la debida certeza el resultado de dichos procesos y otras contingencias, algunos de esos resultados podrían tener efectos adversos sobre las operaciones o incrementar los costos.***

Somos parte en varios procesos judiciales, incluyendo indagaciones e investigaciones del gobierno y litigios con consumidores, empleados, causas por ilícitos civiles, y de otra naturaleza. No nos es posible predecir con certeza el resultado de dichos procesos judiciales y otras contingencias, incluidas la reparación de daños ambientales y otros procesos iniciados por autoridades del gobierno. El resultado de algunos de dichos procesos judiciales y otras contingencias podría requerir que la Compañía tome o se abstenga de tomar medidas que podrían tener efectos adversos sobre las operaciones u obligar a la Compañía a efectuar pagos significativos. Por otra parte, la defensa de dichos litigios y procesos judiciales podría conllevar gastos significativos y desviar la atención de la gerencia y los recursos de otras cuestiones.

***Los costos para llevar a cabo las operaciones podrían elevarse como resultado de modificaciones en las reglamentaciones federales, estatales o locales.***

Los cambios en los requisitos federales, estatales o locales relacionados con el salario mínimo o el salario vital, o los cambios en otras reglamentaciones de materia salarial o relacionadas con el ámbito de trabajo podrían incrementar los costos de las operaciones. Los cambios en las reglamentaciones federales, estatales o locales que rigen la venta de algunos de los productos

podrían incrementar los costos de las operaciones. Asimismo, los cambios en las reglamentaciones federales, estatales o locales en materia impositiva podrían incrementar los costos de las operaciones.

**Punto 1B. Comentarios no resueltos del personal de la Comisión de Valores y Bolsas.**

No aplicable.

**Punto 2. Inmuebles.**

Las siguientes tablas muestran la distribución geográfica de las 1,872 tiendas de The Home Depot y los 830 establecimientos de HD Supply en EE.UU. y sus territorios, y las 228 tiendas de The Home Depot y los 63 establecimientos de HD Supply fuera de EE.UU. al cierre del año fiscal 2006:

Dentro de EE.UU.	Cantidad de establecimientos		Dentro de EE.UU.	Cantidad de establecimientos	
	Minoristas	HD Supply		Minorista	HD Supply
Alabama	26	8	Nebraska	8	4
Alaska	6	1	Nevada	17	12
Arizona	52	51	Nueva Hampshire	19	-
Arkansas	14	8	Nueva Jersey	64	7
California	214	99	Nuevo México	13	8
Colorado	44	23	Nueva York	97	1
Connecticut	26	-	Carolina del Norte	41	46
Delaware	7	6	Dakota del Norte	2	-
Distrito de Columbia	1	-	Ohio	70	31
Florida	140	123	Oklahoma	16	2
Georgia	81	81	Oregon	22	8
Hawai	7	3	Pensilvana	66	7
Idaho	11	3	Puerto Rico	8	-
Illinois	70	15	Rhode Island	8	1
Indiana	26	13	Carolina del Sur	25	30
Iowa	9	5	Dakota del Sur	1	-
Kansas	16	4	Tennessee	34	24
Kentucky	15	7	Texas	172	71
Louisiana	25	11	Utah	19	8
Maine	11	-	Vermont	4	-
Maryland	40	19	Islas Vírgenes	1	-
Massachusetts	42	2	Virginia	45	20
Michigan	70	6	Washington	42	20
Minnesota	31	3	West Virginia	6	4
Mississippi	14	12	Wisconsin	30	3
Missouri	33	11	Wyoming	5	4
Montana	6	5	Total en EE.UU.	1,872	830

Fuera de EE.UU.	Cantidad de establecimientos		Fuera de EE.UU.	Cantidad de establecimiento:
	Minoristas	HD Supply		Minoristas
<b>Canadá:</b>			<b>México:</b>	
Alberta	21	3	Aguascalientes	1
Columbia Británica	22	5	Baja California	3
Manitoba	6	2	Baja California Sur	1
Nueva Brunswick	3	1	Chihuahua	5
Terranueva	1	-	Coahuila	2
Nueva Escocia	3	2	Distrito Federal	7
Ontario	75	46	Durango	1
Prince Edward Island	1	1	Guanajuato	4
Quebec	20	2	Guerrero	1
Saskatchewan	3	1	Hidalgo	1
Total en Canadá	155	63	Jalisco	3
<b>China:</b>			Michoacán	1
Beijing	2		Morelos	1
Henan	1		Nuevo León	6
Liaoning	1		Puebla	2
Shaanxi	2		Querétaro	1
Shandong	1		Quintana Roo	1
Tianjin	5		San Luis Potosí	1
Total en China	12		Sinaloa	3
			Sonora	2
			Estado de México	8
			Tabasco	1
			Tamaulipas	2
			Veracruz	2
			Yucatán	1
			Total en México	61

Asimismo, al cierre del año fiscal 2006, contábamos con 47 establecimientos de tiendas minoristas, entre las que se incluyen 34 tiendas EXPO Design Center en Arizona, California, Florida, Georgia, Illinois, Maryland, Massachusetts, Missouri, Nueva Jersey, Nueva York, Tennessee, Texas y Virginia; 11 tiendas The Home Depot Landscape Supply en Georgia y Texas; y 2 tiendas The Home Depot Floor en Florida y Texas. También operábamos siete tiendas Home Decorators Collection en Illinois, Kansas, Missouri y Oklahoma.

De las 2,147 tiendas minoristas, al cierre del año fiscal 2006, aproximadamente 87% eran propiedad de la Compañía (porcentaje que incluye aquéllas sujetas a arrendamiento del terreno) con una superficie de aproximadamente 196.0 millones de pies cuadrados, y aproximadamente 13% de dichas tiendas eran arrendadas con una superficie de aproximadamente 29.3 millones de pies cuadrados. En los últimos años, hemos incrementado el porcentaje relativo de las nuevas tiendas que son propiedad de la Compañía. Por lo general, preferimos ser propietarios de las tiendas ya que nos permite tener mayor control y flexibilidad operativa, los costos de ocupación normalmente son más bajos, y nos da otras ventajas económicas.

Al cierre del año fiscal 2006, el segmento minorista utilizó 195 almacenes y centros de distribución situados en 42 estados, con una superficie aproximada de 28.2 millones de pies cuadrados, de los cuales aproximadamente 2.0 millones son propiedad de la Compañía y aproximadamente 26.2 millones son arrendados.

HD Supply consta de cuatro plataformas principales: infraestructura, construcción, mantenimiento y reparación y remodelación. La plataforma de infraestructura consta de 325 sucursales situadas en 41 estados de EE.UU. y de 4 sucursales en Canadá. La plataforma de construcción consta de 527 sucursales situadas en 35 estados de EE.UU. y de 56 sucursales en Canadá. La plataforma de mantenimiento consta de 90 sucursales situadas en 25 estados de EE.UU. y de 5 sucursales en Canadá. Por último, la plataforma de reparación y remodelación consta de 13 sucursales situadas en 2 estados de EE.UU. Es posible que una o varias plataformas operen varias sucursales en un mismo establecimiento de HD Supply.

De las 893 tiendas de HD Supply, al cierre del año fiscal 2006, aproximadamente 13% eran propiedad de la Compañía (porcentaje que incluye aquéllas sujetas a arrendamiento del terreno) y aproximadamente 87% de dichas tiendas eran arrendadas. Por lo general, preferimos arrendar las tiendas de HD Supply ya que nos da flexibilidad para trasladarlas o bien ampliarlas con nuestra base de clientes de HD Supply. Asimismo, HD Supply contaba con 66 almacenes y centros de distribución situados en 19 estados de EE.UU. y 2 en Canadá, para dar apoyo a otras tiendas de HD Supply. Al cierre del año fiscal 2006, las tiendas, almacenes



y centros de distribución de HD Supply ocuparon aproximadamente 23.7 millones de pies cuadrados, de los cuales aproximadamente 2.8 millones son propiedad de la Compañía y aproximadamente 20.9 millones son arrendados.

El personal ejecutivo, corporativo y departamental y las oficinas de finanzas ocupan aproximadamente 2.0 millones de pies cuadrados del espacio arrendado y de propiedad de la Compañía en Atlanta, Georgia. Al cierre del año fiscal 2006, ocupábamos una superficie total de aproximadamente 4.4 millones de pies cuadrados, de los cuales aproximadamente 2.5 millones de pies cuadrados son propiedad de la Compañía y aproximadamente 1.9 millones de pies cuadrados son arrendados, para los centros de apoyo de tiendas y centros de apoyo a clientes.

Consideramos que al término del plazo de los arrendamientos en vigencia, el espacio que arrendamos actualmente podría volver a arrendarse o ser reemplazado por el arrendamiento de otro espacio alternativo o por la compra de otro espacio disponible.

### **Punto 3. Procesos judiciales.**

En agosto de 2005, la Compañía recibió una solicitud informal del equipo de trabajo de la SEC en la que se le solicitaba información relacionada con las políticas y procedimientos de la Compañía sobre devoluciones a proveedores. La Compañía respondió a ésta y otras solicitudes subsiguientes, y continúa cooperando plenamente con el equipo de trabajo de la SEC. La SEC le ha informado a la Compañía que la investigación informal no constituye un indicio de contravención de una ley. Si bien la Compañía no puede predecir el resultado de este procedimiento, no se prevé que esta investigación informal tenga efectos adversos significativos sobre su situación financiera consolidada o sobre el resultado de sus operaciones.

En junio de 2006, la SEC inició una investigación informal sobre las prácticas de la Compañía en relación con las opciones de compra de acciones. Por otra parte, la Oficina del Procurador General de EE.UU. para el Distrito Sur del Estado de Nueva York también solicitó información acerca de este tema. Asimismo, un sub-comité del Comité de Auditoría de la Compañía revisó las prácticas históricas de la Compañía en este sentido, con la asistencia de un asesor jurídico externo independiente. El 6 de diciembre de 2006, la Compañía anunció los resultados de esta investigación. Ésta determinó que el gasto total no contabilizado desde el año 1981 hasta la fecha asciende a \$227 millones, incluyendo los respectivos rubros impositivos. Conforme a las disposiciones del Boletín Contable del Equipo de Trabajo de la Comisión de Valores y Bolsa N° 108 denominado “Consideración de los efectos de errores del año fiscal anterior al cuantificar los errores de los estados financieros del corriente año”, la Compañía corrigió dichos errores, disminuyendo el saldo al inicio de Resultados no asignados para el año fiscal 2006 en \$227 millones, mediante asientos de compensación en Capital integrado, Otras provisiones para gastos e Impuesto a la renta diferido en sus Estados financieros consolidados. La Compañía y el sub-comité siguen colaborando con la SEC y con la Oficina del Procurador General de EE.UU. Aunque la Compañía no puede predecir el resultado de estas cuestiones, no cree que puedan tener efectos adversos significativos sobre su situación financiera consolidada o los resultados de operaciones.

Se han entablado las siguientes acciones legales contra la Compañía y, en algunos casos, en contra de algunos de sus actuales y ex funcionarios y directores. Si bien la Compañía no puede predecir el resultado de estas acciones, no se prevé que las mismas, en forma individual o conjunta, tengan efectos adversos significativos sobre su situación financiera consolidada o sobre los resultados de operaciones.

En el segundo trimestre del año fiscal 2006, se han iniciado seis eventuales acciones de clase, que aún no han sido certificadas, contra la Compañía y contra algunos de sus actuales y ex funcionarios y directores, ante el Tribunal de Distrito de EE.UU. para el Distrito Norte de Georgia, en Atlanta. En dichas acciones se alegan ciertas declaraciones falsas en contravención de los Artículos 10(b) y 20(a) de la Ley de Mercados de Valores de 1934 y de la Norma 10b-5 de dicha ley, relacionadas con las prácticas sobre devoluciones a proveedores de la Compañía. Estas acciones han sido entabladas por algunos accionistas actuales y ex accionistas de la Compañía. En el tercer trimestre del año fiscal 2006, uno de los accionistas desistió de la acción. El Tribunal designó preliminarmente a una demandante principal, la que presentó una ampliación de la demanda en cada una de las cinco acciones restantes. La pretensión exigida en la ampliación de la demanda incluye daños y perjuicios por un monto no especificado, con costas judiciales y honorarios de abogados. Las partes demandadas presentaron una solicitud para que se rechace la ampliación de la demanda. La Compañía considera que estas acciones carecen de mérito y pretende defenderlas enérgicamente.

En el segundo y en el tercer trimestre del año fiscal 2006, se han iniciado tres eventuales acciones de clase, que aún no han sido certificadas, contra la Compañía, contra el Comité de Administración de The Home Depot FutureBuilder y contra algunos de los actuales y ex directores y empleados de la Compañía ante el tribunal federal de Brooklyn, Nueva York. En dichas acciones se alega incumplimiento del deber fiduciario con respecto a las prácticas sobre devoluciones a proveedores y sobre opciones de compra de acciones de la Compañía, en contravención de la Ley de Seguridad de Ingresos Jubilatorios (Employee Retirement Income Security Act) de 1974. Estas acciones han sido trasladadas al Tribunal Federal de Primera Instancia del Distrito Norte de Georgia, en Atlanta. Estas acciones fueron entabladas por ciertos ex empleados de la Compañía y la pretensión exigida incluye indemnización por daños y perjuicios por un monto no especificado, con costas judiciales y honorarios de abogados, y reparación judicial derivada del régimen del *Equity* y medidas cautelares. La Compañía considera que estas acciones carecen de mérito y pretende defenderlas enérgicamente.

En el segundo y en el tercer trimestre del año fiscal 2006, ciertos accionistas iniciaron seis acciones con carácter nominal en nombre de la Compañía contra algunos de sus actuales y ex funcionarios y directores, ante el Tribunal Superior del Condado de Fulton, Georgia. En dichas acciones se alega incumplimiento del deber fiduciario, abuso de control, administración fraudulenta grave, administración negligente de los activos de la compañía y enriquecimiento sin causa con respecto a las prácticas sobre devoluciones a proveedores, sobre opciones de compra de acciones y sobre remuneraciones de la Compañía. Dichas acciones fueron entabladas por presuntos accionistas de la Compañía. La pretensión exigida en cada acción incluye indemnización por daños y perjuicios por un monto no especificado, medidas cautelares, devolución de ganancias, beneficios y remuneraciones obtenidas por las partes demandadas, costas judiciales y honorarios de abogados. Posteriormente, todas las partes demandantes presentaron una ampliación de la demanda en forma conjunta en la que se incluían todas las distintas acciones, y por la que se pretendía obtener el mismo tipo de reparación. Las partes demandadas presentaron una solicitud para que se no se haga lugar a la demanda por falta de méritos o, alternativamente, para que se interrumpa la acción.

En el primer trimestre del año fiscal 2007, otro accionista inició una acción con carácter nominal en nombre de la Compañía contra algunos de sus actuales directores y contra el ex CEO, ante el Tribunal Federal de Primera Instancia del Distrito Norte de Georgia, en Atlanta. En dicha acción se alega incumplimiento del deber fiduciario, abuso de control, administración fraudulenta grave, administración negligente de los activos de la compañía y enriquecimiento sin causa con respecto a las prácticas sobre opciones de compra de acciones y sobre remuneraciones de la Compañía. La acción fue entablada por presuntos accionistas de la Compañía. La pretensión exigida incluye indemnización por daños y perjuicios por un monto no especificado, medidas cautelares, daños punitivos, costas judiciales y honorarios de abogados.

De acuerdo con los requisitos de divulgación de la SEC, los procesos medioambientales que se mencionan a continuación involucran posibles sanciones pecuniarias, por valor de \$100,000 o más. Si bien la Compañía no puede predecir el resultado de estos procedimientos, no se espera que dicho resultado tenga efectos adversos significativos sobre su situación financiera consolidada o sobre los resultados de operaciones.

En enero de 2003, Home Depot U.S.A., Inc., una subsidiaria de propiedad absoluta de la Compañía, recibió una solicitud de información de la Agencia de Protección del Medio Ambiente de EE.UU. (EPA, por sus siglas en inglés) en lo que se refiere a presuntas emisiones contaminantes durante las actividades de construcción en ciertas tiendas de The Home Depot. Posteriormente, la EPA refirió esta causa al Departamento de Justicia de EE.UU. (DOJ, por sus siglas en inglés). El DOJ y la Compañía se encuentran actualmente en vías de conciliación en relación con esta cuestión.

En abril de 2005, la Compañía recibió citaciones de la Oficina del Procurador General del Estado de Nueva York solicitando documentos y testimonios relacionados con la venta y el uso de pesticidas. La Compañía está cooperando plenamente con la Oficina del Procurador General y estima que contará con las indemnidades pertinentes en caso de que se le impongan sanciones pecuniarias.

En julio de 2005, la Compañía recibió una citación del gran jurado de la Oficina del Procurador General de Los Ángeles, California, en la que se le solicitaba la presentación de documentos e información relacionada con el manejo, el almacenaje y la eliminación de desechos peligrosos. El estado de California y las autoridades del gobierno local también están investigando este asunto. En enero de 2006, la Compañía recibió una citación administrativa del Fiscal de Distrito del Condado de Riverside, California solicitando registros y documentos relacionados con dicha investigación. La Compañía está cooperando plenamente con las autoridades respectivas. Las autoridades estatales y locales de California y la Compañía se encuentran actualmente en vías de conciliación en relación con esta cuestión.

#### **Punto 4. Asuntos sometidos al voto de tenedores de títulos.**

No aplicable.

#### **Punto 4A. Funcionarios ejecutivos de la Compañía.**

La Junta Directiva es quien designa a los funcionarios ejecutivos de la Compañía, quienes ejercen sus funciones de acuerdo con las instrucciones impartidas por aquél. En la actualidad, los funcionarios ejecutivos de la Compañía son los siguientes:

ROGER W. ADAMS, 50 años, ocupa el cargo de Vice Presidente Senior y Director Ejecutivo de Mercadeo desde octubre de 2006. Desde febrero de 2005 a octubre de 2006, se ha desempeñado como Vice Presidente Senior de Mercadeo de la Compañía. Anteriormente, entre junio de 2004 y enero de 2005, ocupó el cargo de Director Ejecutivo de Publicidad Corporativa, Mercadeo y CRM de General Motors Corporation. Entre marzo de 1996 y junio de 2004, se desempeñó como gerente general de la división Buick, Pontiac y GMC de General Motor.

FRANCIS S. BLAKE, 57 años, ocupa el cargo de Presidente de la Junta Directiva y CEO desde enero de 2007. Entre marzo de 2002 y enero de 2007, se desempeñó como Vice Presidente Ejecutivo de Desarrollo Comercial y Operaciones Corporativas de la Compañía. Anteriormente, entre junio de 2001 y marzo de 2002, ocupó el cargo de Subsecretario de Energía. Desde junio de 2000 hasta mayo de 2001, se desempeñó como Vice Presidente Senior de General Electric Company y como Vice Presidente de

GE Power Systems desde febrero de 1996 hasta julio de 2000. El Sr. Blake se desempeña como director de The Southern Company.

TIMOTHY M. CROW, 51 años, ocupa el cargo de Vice Presidente Ejecutivo de Recursos Humanos desde febrero de 2007. Entre mayo de 2002 y febrero de 2007, se desempeñó como Vice Presidente Senior, Sistemas de Organización, Talentos y Desempeño. Desde 1999 hasta mayo de 2002, el Sr. Crow se desempeñó como Vice Presidente Senior de Recursos Humanos de K-Mart Corporation, una empresa que comercializa productos de consumo masivo.

JOSEPH J. DeANGELO, 45 años, ocupa el cargo de Vice Presidente Ejecutivo y Director Ejecutivo de Operaciones desde enero de 2007. Entre agosto de 2005 y diciembre de 2006, se desempeñó como Vice Presidente Ejecutivo de Home Depot Supply. Entre enero y agosto de 2005, se desempeñó como Vice Presidente Senior de Home Depot Supply, Pro Business y Tool Rental, y entre abril de 2004 y enero de 2005, ocupó el cargo de Vice Presidente Senior de Pro Business y Tool Rental. Anteriormente, el Sr. DeAngelo ocupó el cargo de Vice Presidente Ejecutivo de The Stanley Works, una empresa fabricante de herramientas, desde abril de 2003 hasta abril de 2004. Desde 1986 hasta abril de 2003, el Sr. DeAngelo ocupó varios cargos en General Electric Company. El último cargo que ocupó en GE fue el de Presidente y Director Ejecutivo de GE TIP/Modular Space, una división de GE Capital.

ROBERT P. DeRODES, 56 años, ocupa el cargo de Vice Presidente Ejecutivo de Tecnología de la Información y Director de Informática desde febrero de 2002. Anteriormente, desempeñó el cargo de Presidente y Director Ejecutivo de Delta Technology, Inc. y Director de Informática de Delta Air Lines, Inc, desde septiembre de 1999 hasta febrero de 2002. Desde febrero de 1995 hasta septiembre de 1999, fue Director Senior de Tecnología en Citibank para la división Card Products Group. Desde febrero de 1993 hasta febrero de 1995, fue Presidente de Sabre Development Services para Sabre Group Holdings, Inc., una subsidiaria de American Airlines, Inc.

MARVIN R. ELLISON, 42 años, ocupa el cargo de Presidente de la División Norte desde enero de 2006. Desde agosto de 2005 hasta enero de 2006, ocupó el cargo de Vice Presidente Senior de Logística y desde octubre de 2004 hasta agosto de 2005, se desempeñó como Vice Presidente de Logística. Entre junio de 2002 y octubre de 2004, se desempeñó como Vice Presidente de Prevención de Pérdidas. Desde 1987 hasta junio de 2002, el Sr. Ellison ocupó diversos cargos gerenciales y ejecutivos en Target Corporation, un minorista general de mercancías. El último cargo que ocupó en Target fue Director de Protección de Activos.

CRAIG A. MENEAR, 49 años, ocupa el cargo de Vice Presidente Senior de Comercialización desde octubre de 2006. Entre agosto de 2003 y octubre de 2006, se desempeñó como Vice Presidente Senior de Comercialización de Artículos de Ferretería. Desde 1997 hasta agosto de 2003, el Sr. Menear ocupó diversos cargos gerenciales y de vice presidente ejecutivo en el departamento de comercialización de la Compañía, entre ellos, Vice Presidente de Comercialización de Artículos de Ferretería, Vice Presidente de Comercialización de la División Suroeste, y Gerente Departamental de Mercancía de la División Suroeste.

BRUCE A. MERINO, 53 años, ocupa el cargo de Presidente de la División Oeste desde mayo de 2000 y Presidente de EXPO Design Center desde octubre de 2005. Entre octubre de 1996 y mayo de 2000 ocupó el cargo de Vice Presidente de Comercialización.

PAUL RAINES, 42 años, ocupa el cargo de Presidente de la División Sur desde febrero de 2005. Anteriormente, entre abril de 2003 y enero de 2005, fue Vice Presidente Regional de Florida. Desde enero de 2002 hasta abril de 2003, el Sr. Raines ocupó la Vicepresidencia de Operaciones de tiendas y, entre enero de 2000 y enero de 2002, fue Director de Relaciones Laborales.

RICARDO SALVIDAR, 54 años, ocupa el cargo de Presidente en México desde 2001. Entre 1980 y 2001, el Sr. Salvidar ocupó diversos cargos gerenciales y ejecutivos en el Grupo Alfa, un grupo de empresas mexicano. El último cargo que ocupó en el Grupo Alfa fue Presidente y CEO de Total Home.

JAMES C. SNYDER, JR., 43 años, ocupa el cargo de Vice Presidente, Secretario y Asesor General desde febrero de 2007. Entre marzo de 2006 y febrero de 2007, el Sr. Snyder se desempeñó como Vice Presidente de Asunto Legales y Gestión del Riesgo. Entre marzo de 2004 y marzo de 2006, el Sr. Snyder ocupó el cargo de Vice Presidente de Asuntos Legales. Anteriormente, entre noviembre de 2002 y marzo de 2004, el Sr. Snyder se había desempeñado como Director de Asuntos Legales. Se incorporó a la Compañía en marzo de 2001 como Asesor Legal Corporativo.

CAROL B. TOMÉ, 50 años, ocupa el cargo de Directora Financiera desde mayo de 2001 y de Vice Presidenta Ejecutiva de Servicios Corporativos desde enero de 2007. Anteriormente, había sido Vice Presidenta Senior de Finanzas y Contaduría/Tesorera desde febrero de 2000 hasta mayo de 2001 y Vice Presidenta y Tesorera desde 1995 hasta febrero de 2000. Desde 1992 hasta 1995, año en que se incorporó a la Compañía, la Sra. Tomé ocupó el cargo de Vice Presidenta y Tesorera de Riverwood International Corporation, un fabricante de embalajes de cartón. La Sra. Tomé es directora de United Parcel Service, Inc.

ANNETTE M. VERSCHUREN, 50 años, ocupa el cargo de Presidenta de The Home Depot Canadá desde marzo de 1996 y Presidenta de The Home Depot Asia desde septiembre de 2006. Desde febrero de 2003 hasta octubre de 2005, también ocupó el cargo de Presidenta de EXPO Design Center.



## PARTE II

### Punto 5. Mercado de las acciones ordinarias de los registrantes, asuntos relacionados con los accionistas y compras de valores a cargo del emisor.

Desde el 19 de abril de 1984, las acciones ordinarias de nuestra Compañía han cotizado en la Bolsa de Valores de Nueva York, con el símbolo “HD”. La Compañía pagó el primer dividendo en efectivo el 22 de junio de 1987, y ha pagado dividendos en efectivo en cada trimestre subsiguiente. Los futuros pagos de dividendos dependerán de las utilidades, las necesidades de capital, la situación financiera y otros factores que la Junta Directiva de la Compañía considere relevantes.

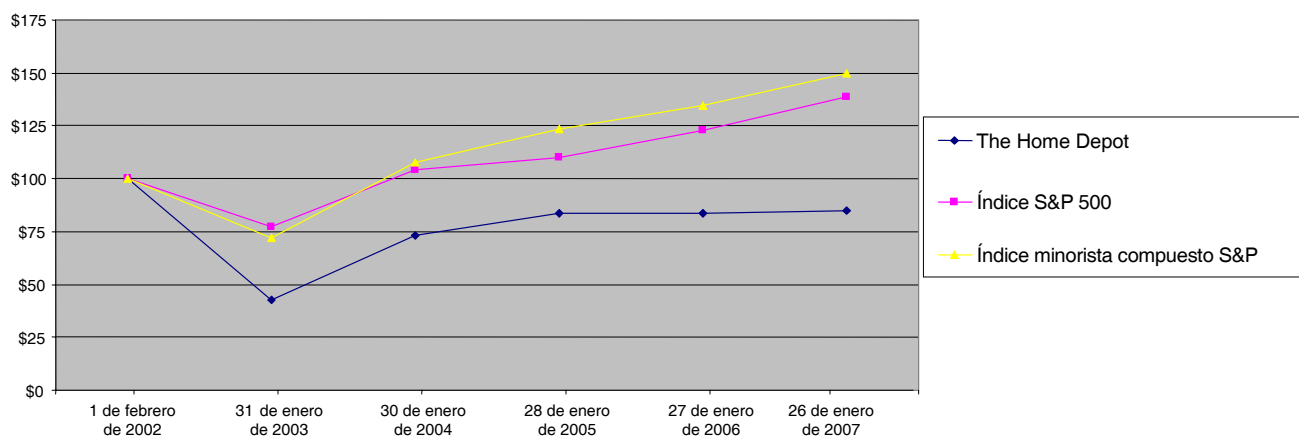
La siguiente tabla muestra las cotizaciones máximas y mínimas de las acciones ordinarias de la Compañía en la Bolsa de Valores de Nueva York y los dividendos trimestrales en efectivo declarados por acción ordinaria durante los períodos indicados.

	Rango de precios		Dividendos en efectivo declarados
	Alto	Bajo	
Año fiscal 2006			
Primer trimestre finalizado el 30 de abril de 2006	\$43.95	\$38.50	\$0.150
Segundo trimestre finalizado el 30 de julio de 2006	\$41.61	\$32.85	\$0.150
Tercer trimestre finalizado el 29 de octubre de 2006	\$38.24	\$33.07	\$0.225
Cuarto trimestre finalizado el 28 de enero de 2007	\$41.84	\$35.77	\$0.225
Año fiscal 2005			
Primer trimestre finalizado el 1 de mayo de 2005	\$42.99	\$34.56	\$0.100
Segundo trimestre finalizado el 31 de julio de 2005	\$43.98	\$35.54	\$0.100
Tercer trimestre finalizado el 30 de octubre de 2005	\$43.39	\$37.14	\$0.100
Cuarto trimestre finalizado el 29 de enero de 2006	\$43.27	\$39.65	\$0.150

Al 26 de marzo de 2007, había aproximadamente 180,000 accionistas registrados y aproximadamente 1,700,000 accionistas adicionales tenedores de acciones que figuran en listados de tenencias en poder de nominatarios.

### Gráfico de desempeño de las acciones

Este gráfico ilustra la rentabilidad total acumulativa de los accionistas con respecto al desempeño del Índice Bursátil Compuesto de Standard & Poor's 500 y del Índice Minorista Compuesto de Standard & Poor's para el período de cinco años que comienza el 4 de febrero de 2002, el primer día de operaciones del año fiscal 2002 y finaliza el 26 de enero de 2007, el último día de operaciones del año fiscal 2006. El gráfico considera \$100 invertidos al precio de cierre de las acciones ordinarias de la Compañía en la Bolsa de Valores de Nueva York y a cada índice al 1 de febrero de 2002 y supone que todos los dividendos se reinvertieron en la misma fecha en que se pagaron. Los puntos del gráfico representan los montos al cierre del año fiscal, en función del último día de operaciones de cada año fiscal.



	Año fiscal 2001	Año fiscal 2002	Año fiscal 2003	Año fiscal 2004	Año fiscal 2005	Año fiscal 2006
The Home Depot	\$100.00	\$42.57	\$72.88	\$83.75	\$83.72	\$85.12
Índice S&P 500	\$100.00	\$77.53	\$104.34	\$109.90	\$122.67	\$138.49
Índice minorista compuesto S&P	\$100.00	\$71.95	\$107.54	\$123.56	\$134.39	\$150.06

### Readquisiciones realizadas por el emisor

Desde el año fiscal 2002, la Compañía ha readquirido acciones ordinarias propias por valor de aproximadamente \$16.4 mil millones. La siguiente tabla muestra la cantidad y precio promedio de las acciones adquiridas en cada mes del cuarto trimestre del año fiscal 2006:

Período	Cantidad total de acciones readquiridas <sup>(1)</sup>	Precio promedio pagado por acción	Cantidad total de acciones readquiridas como parte del Programa anunciado públicamente <sup>(2)</sup>	Valor aproximado en dólares de las acciones que aún se pueden adquirir en el marco del Programa
30 de octubre de 2006 – 26 de noviembre de 2006	3,331,219	\$36.93	3,294,598	\$4,116,600,751
27 de noviembre de 2006 – 24 de diciembre de 2006	75,065,717	\$39.97	75,056,293	\$1,116,575,324
25 de diciembre de 2006 – 28 de enero de 2007	295,277	\$40.39	-	\$1,116,575,324

- (1) Dichos montos incluyen las readquisiciones de acuerdo con los Planes de Incentivo de Acciones Omnibus de 1997 y 2005 (en adelante, los “Planes”) de la Compañía. De acuerdo con estos Planes, los participantes podrán ejercer las opciones de compra mediante la presentación de acciones ordinarias en poder de los participantes, como pago del precio de ejercicio. Los participantes de los Planes también podrán entregar acciones en pago de las retenciones impositivas aplicables a la fecha en que se perfeccionan las adjudicaciones de acciones con restricciones y adjudicaciones de acciones diferidas. Las acciones entregadas en dichos términos por los participantes de los Planes se readquieren de acuerdo con los términos y condiciones de los Planes y el acuerdo de adjudicación pertinente, y no de acuerdo con programas de readquisición de acciones anunciados públicamente. Para el trimestre finalizado el 28 de enero de 2007, los participantes de los Planes entregaron las siguientes acciones ordinarias de The Home Depot que se incluyen en la cantidad total de acciones readquiridas: 30 de octubre de 2006 – 26 de noviembre de 2006 – 36,621 acciones a un precio promedio por acción de \$37.82; 27 de noviembre de 2006 – 24 de diciembre de 2006 – 9,424 acciones a un precio promedio por acción de \$39.35; 25 de diciembre de 2006 – 28 de enero de 2007 – 295,277 acciones a un precio promedio por acción de \$40.39.
- (2) El programa de readquisición de acciones ordinarias de la Compañía se anunció inicialmente el 15 de julio de 2002. Al cierre del cuarto trimestre del año fiscal 2006, la Junta Directiva había autorizado la readquisición de acciones por valor de \$17.5 mil millones. El programa no tiene una fecha de vencimiento prevista.

### Venta de valores al portador

Durante el cuarto trimestre del año fiscal 2006, la Compañía emitió 5,805 unidades de acciones diferidas de acuerdo con el Plan de remuneración con acciones diferidas destinado a directores no empleados de The Home Depot, Inc., de conformidad con la exención de registro provista por el Artículo 4(2) de la Ley de Valores sancionada en 1933, y sus modificaciones. Las unidades de acciones diferidas se acreditaron en las cuentas de dichos directores, quienes habían decidido que se les paguen sus honorarios por prestar servicios en la junta directiva y en el comité con unidades de acciones diferidas, y no en efectivo como retribución por participar en las reuniones de la junta directiva y del comité celebradas durante el cuarto trimestre del año fiscal 2006. Las unidades de acciones diferidas se convierten una por una en acciones ordinarias después de concluida la prestación de servicios descrita en este plan.

Durante el cuarto trimestre del año fiscal 2006, la Compañía acreditó 884 unidades de acciones diferidas a las cuentas de participantes, en virtud del Plan de restitución FutureBuilder de The Home Depot, de conformidad con una exención de los requisitos de registro provista por la Ley de Valores sancionada en 1933, y sus modificaciones, aplicable para planes a instancias del empleador sin aportaciones del empleado. Las unidades de acciones diferidas se convierten una por una en acciones ordinarias después de concluida la prestación de servicios descrita en este plan.

## **Punto 6. Información financiera seleccionada.**

La información exigida en este punto se incluye por medio de la referencia a las páginas F-1 y F-2 del presente informe.

## **Punto 7. Deliberaciones de la gerencia y análisis de la situación financiera y de los resultados de las operaciones.**

### **Resumen ejecutivo e información seleccionada sobre los estados de resultados consolidados**

En el año fiscal finalizado el 28 de enero de 2007 (en adelante, el “año fiscal 2006”), informamos una Utilidad neta de \$5.8 mil millones y una Ganancia por acción diluida de \$2.79, comparadas con una Utilidad neta de \$5.8 mil millones y una Ganancia por acción diluida de \$2.72 en el año fiscal terminado el 29 de enero de 2006 (en adelante, el “año fiscal 2005”). Las Ventas netas se incrementaron en 11.4% y alcanzaron los \$90.8 mil millones en el año fiscal 2006, frente a \$81.5 mil millones en el año fiscal 2005. El margen bruto fue de 32.8% y el margen operativo de 10.7% en el año fiscal 2006.

A raíz de la desaceleración del mercado de viviendas, las ventas de tiendas minoristas comparables cayeron en 2.8% en el año fiscal 2006. Esta caída fue generada por una disminución de las transacciones de clientes de tiendas comparables. Esta situación se compensó, en parte, por un aumento de 1.6% en la transacción de venta promedio, que alcanzó los \$58.90 en el año fiscal 2006. Esta cifra incluye aumentos en 8 de 10 departamentos de ventas.

Se registró un crecimiento en nuestros diversos programas de instalación y mantenimiento para el hogar destinados a atender a clientes de la categoría “Háganlo por mí” a través de nuestras tiendas. Los ingresos por servicios minoristas se incrementaron en 8.3% a un total de \$3.8 mil millones en el año fiscal 2006. Se observó un crecimiento sostenido en categorías tales como mostradores, patios exteriores, artículos solares, ventanas y sistemas de aire acondicionado y ventilación (HVAC).

Seguimos introduciendo mercancía innovadora y distintiva que refleja las tendencias emergentes entre los consumidores, respaldadas por inversiones continuas en la modernización de tiendas y tecnología. Durante el año fiscal 2006, efectuamos inversiones en activos de capital por un valor de \$3.5 mil millones, destinadas principalmente a la construcción y modernización de tiendas y tecnología. Iniciamos un programa acelerado de reinversión en tiendas destinado a mejorar la experiencia del cliente. En virtud de dicho programa, invertimos \$350 millones más que lo planeado en las tiendas existentes en la segunda mitad del año fiscal 2006. Esta inversión implicó un desembolso de capital y gastos para ajustar 100 compartimentos de estantes en 540 tiendas, incorporar un modelo más generoso de asignación de personal y dar apoyo al programa Orange Juiced (Impulso Naranja), un programa de incentivo de servicio al cliente dirigido a los asociados de las tiendas.

En el año fiscal 2006, incorporamos 125 nuevas tiendas. Doce de estas tiendas se incorporaron mediante la adquisición de The Home Way, un minorista en mejoras para el hogar de China y diez fueron trasladados, alcanzando un total de 2,147 tiendas al cierre del año fiscal 2006. Al cierre de dicho año, 228, o aproximadamente 11%, de nuestras tiendas estaban situadas en Canadá, México o China, frente a 191, o aproximadamente 9%, al cierre del año fiscal 2005.

Expandimos la Compañía capturando una participación en crecimiento del mercado profesional, residencial, comercial y de construcción pesada, gracias al crecimiento de HD Supply. En el año fiscal 2006, las Ventas netas de HD Supply se incrementaron en 162% y representaron aproximadamente 13% de las Ventas netas totales de ese año. Asimismo, concretamos 12 adquisiciones que se integraron a HD Supply, entre las que se incluye Hughes Supply, Inc., distribuidor líder de productos para construcción y reparación. En el año fiscal 2006, el crecimiento de las Ventas netas orgánicas del segmento HD Supply fue de 5.6%.

En febrero de 2007, anunciamos nuestra decisión de analizar alternativas estratégicas para HD Supply. Con el fin de maximizar el valor de dicho segmento, debemos seguir integrándolo con nuestro negocio minorista. Actualmente, estamos evaluando si esta integración u otras alternativas estratégicas, como ser la venta o la oferta pública inicial del negocio, nos permitirán crear el máximo valor para los accionistas.

En el año fiscal 2006, el flujo de efectivo generado por las operaciones fue de \$7.7 mil millones. Este flujo de efectivo, junto con los fondos netos provenientes de préstamos adicionales por valor de \$7.6 mil millones, se asignaron a financiar la recompra de acciones y pagar dividendos por \$8.1 mil millones, concretar adquisiciones por \$4.3 mil millones y efectuar inversiones en activos de capital por la suma de \$3.5 mil millones. Al cierre del año fiscal 2006, la relación deuda a largo plazo-capital era de 47%. La rentabilidad del capital invertido (computado sobre la deuda a largo plazo y el capital al inicio de los últimos cuatro trimestres) fue de 20.5% al cierre del año fiscal 2006, comparado con 22.4% en el año fiscal 2005.

Consideramos que los datos de venta seleccionados, la relación porcentual entre las Ventas netas y las categorías más importantes de los Estados de resultados consolidados y el cambio porcentual de los importes en dólares de cada una de las siguientes partidas son importantes para evaluar el rendimiento de las operaciones de nuestra Compañía.



	% de Ventas netas			Aumento (disminución) % Importes en dólares	
	Año fiscal <sup>(1)</sup>				
	2006	2005	2004	2006 vs. 2005	2005 vs. 2004
<b>VENTAS NETAS</b>	100.0%	100.0%	100.0%	11.4%	11.5%
Utilidad bruta	32.8	33.5	33.4	9.0	11.8
Gastos operativos:					
Gastos por ventas, administrativos y generales	20.2	20.2	20.9	11.3	8.1
Depreciación y amortización	1.9	1.8	1.7	19.7	17.9
Gastos operativos totales	22.1	22.0	22.6	12.0	8.8
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	10.7	11.5	10.8	3.3	18.1
Intereses ganados (Gastos):					
Ingresos por intereses e inversiones	—	0.1	0.1	(56.5)	10.7
Intereses pagados	(0.4)	(0.2)	(0.1)	174.1	104.3
Intereses, neto	(0.4)	(0.1)	—	350.6	478.6
<b>UTILIDAD ANTES DE LA PROVISIÓN PARA IMPUESTO A LA RENTA</b>	10.3	11.4	10.8	0.3	17.3
Provisión para impuesto a la renta	4.0	4.2	4.0	3.0	18.3
<b>UTILIDAD NETA</b>	6.3%	7.2%	6.8%	(1.3)%	16.7%
<b>DATOS SOBRE VENTAS SELECCIONADOS<sup>(2)</sup></b>					
Cantidad de transacciones de clientes minoristas (en millones)	1,330	1,330	1,295	0.0%	2.7%
Transacción de venta promedio	\$58.90	\$57.98	\$54.89	1.6	5.6
Ventas semanales promedio ponderadas por tienda operativa (000s)	\$723	\$763	\$766	(5.2)	(0.4)
Ventas promedio ponderadas por pie cuadrado	\$357.83	\$377.01	\$375.26	(5.1)	0.5
(Disminución) aumento de ventas en tiendas minoristas comparables (%) <sup>(3)</sup>	(2.8)%	3.1%	5.1%	N/A	N/A

(1) Los años fiscales 2006, 2005 y 2004 se refieren a los años fiscales finalizados el 28 de enero de 2007, el 29 de enero de 2006 y el 30 de enero de 2005, respectivamente. Los años fiscales 2006, 2005 y 2004 abarcan 52 semanas.

(2) Incluye al segmento minorista únicamente.

(3) Incluye Ventas netas de establecimientos abiertos por más de 12 meses, incluidas tiendas trasladadas y remodeladas. Las tiendas minoristas son comparables a partir del lunes siguiente al día 365 de operaciones. Las ventas en tiendas minoristas comparables son consideradas sólo a los fines de presentar información complementaria y no sustituyen a las Ventas netas o Utilidades netas presentadas de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados.

### **Resultado de las operaciones**

A fin de comprender los factores gravitantes en nuestro rendimiento durante los últimos tres años fiscales, se deberá leer la siguiente consideración junto con los Estados financieros consolidados y las Notas a los estados financieros consolidados presentados en este informe.

Operamos en dos segmentos sobre los que debemos presentar información: el segmento minorista y el segmento HD Supply. La actividad principal del segmento minorista es la operación de tiendas minoristas situadas en los Estados Unidos, Canadá, México y nuestras tiendas recientemente adquiridas en China. El segmento HD Supply distribuye productos y vende servicios de instalación a clientes que también son empresas, entre los que se incluyen empresas constructoras de viviendas, contratistas profesionales, municipios y profesionales dedicados a servicios de mantenimiento. Los segmentos se identifican según la forma en que la gerencia toma decisiones operativas, evalúa el desempeño y asigna recursos. El primer trimestre del año fiscal 2006 fue el primer período en el que comenzamos a informar el resultado de nuestras operaciones en dos segmentos. Este cambio se debió a la adquisición de Hughes Supply, que incrementó sustancialmente el tamaño del segmento HD Supply y generó cambios en nuestra estructura de elaboración de informes internos y de gestión.

El segmento minorista consta de tiendas The Home Depot, tiendas EXPO Design Center (EXPO) y otros formatos de tiendas minoristas. El segmento minorista comprende también el negocio de servicios minoristas, nuestro catálogo y el negocio de ventas en línea.

El segmento HD Supply consta de cuatro plataformas principales: 1) infraestructura, incluyendo tratamiento de aguas residenciales y servicios públicos; 2) construcción, incluyendo suministros para la construcción, madera y materiales para la construcción, artículos eléctricos, plomería/sistemas de aire acondicionado y ventilación (HVAC) y artículos para interiores; 3) mantenimiento, incluyendo mantenimiento de instalaciones y cañerías, válvulas y accesorios industriales, y 4) remodelación y de reparaciones.

### **Año fiscal 2006 comparado con el año fiscal 2005**

#### *Ventas netas*

Las Ventas netas totales del año fiscal 2006 incrementaron en 11.4%, o en \$9.3 mil millones, de \$81.5 mil millones en el año fiscal 2005 a \$90.8 mil millones en el año fiscal 2006. Del incremento de \$9.3 mil millones, \$7.3 mil millones, netos de ventas intercompañía, corresponden al segmento HD Supply y \$2.0 mil millones, al segmento minorista.

En el año fiscal 2006, las Ventas netas del segmento minorista fueron de \$79.0 mil millones, un incremento de 2.6% respecto del año fiscal 2005. El crecimiento de las Ventas netas del segmento minorista registrado en el año fiscal 2006 fue impulsado principalmente por las ventas de nuevas tiendas. Las ventas de tiendas minoristas comparables cayeron en 2.8% en el año fiscal 2006, en comparación con el incremento de 3.1% que se registró en el año fiscal 2005. Esta caída fue generada por una disminución de 4.6% en las transacciones de clientes de tiendas comparables, lo cual se vio compensado, en parte, por un incremento de 1.6% en la transacción de venta promedio. La transacción de venta promedio aumentó a \$58.90 en el año fiscal 2006 e incrementó en 8 de 10 departamentos de ventas. La caída en las ventas de tiendas minoristas comparables registrada en el año fiscal 2006 se debió a la importante desaceleración del mercado minorista de mejoras para el hogar en EE.UU. y también a la dificultad de efectuar comparaciones año a año, ocasionada por las ventas generadas por la actividad de huracanes en el año fiscal 2005. No obstante, en Canadá y México, las ventas de tiendas minoristas comparables fueron positivas en el año fiscal 2006. Asimismo, nuestras ventas de tiendas minoristas comparables reflejan, en parte, los efectos de la canibalización. Con el fin de cumplir con nuestros objetivos de servicio al cliente, abrimos tiendas de manera estratégica cerca de áreas que ya reciben el servicio de tiendas existentes (“canibalizamos”) para mejorar los niveles de servicio, obtener ventas incrementales y aumentar la penetración en el mercado. Nuestras tiendas nuevas canibalizaron aproximadamente 13.5% de nuestras tiendas existentes durante el año fiscal 2006. Esto tuvo un efecto negativo sobre las ventas de tiendas minoristas comparables, que se estima en el orden de 1.9%.

Pese a las dificultades del mercado minorista de mejoras para el hogar en EE.UU., seguimos incrementando los ingresos por servicios minoristas, que aumentaron en 8.3%, de \$3.5 mil millones en el año fiscal 2005 a \$3.8 mil millones en el año fiscal 2006. El crecimiento en los ingresos por servicios minoristas se puede atribuir al sólido desempeño de ciertas áreas, que incluyen mostradores, patios exteriores, artículos solares, ventanas y sistemas de aire acondicionado y ventilación (HVAC). Nuestros programas de servicios minoristas se enfocan primordialmente en ofrecer productos y servicios a nuestros clientes de la categoría Háganlo por mí. Se prevé que nuestros ingresos por servicios se verán beneficiados por el creciente porcentaje de clientes nacidos después de la segunda guerra mundial, ya que éstos usan mucho más los servicios de instalación.

En el año fiscal 2006, las Ventas netas del segmento HD Supply fueron de \$12.1 mil millones, un incremento de 162% respecto del año fiscal 2005. Este incremento es atribuible principalmente a adquisiciones recientes. En el año fiscal 2006, el crecimiento de las Ventas netas orgánicas del segmento HD Supply fue de 5.6%. Este crecimiento incluye el efecto de la inflación de los precios de productos básicos y de incrementos en la participación de mercado.

Creemos que el desempeño de las ventas se ha visto afectado negativamente y podría seguir sufriendo este impacto, por el nivel de competencia que encontramos en varios mercados. Debido a la alta fragmentación que tiene la industria de las mejoras para el hogar y de suministros profesionales en los Estados Unidos, donde tenemos una participación de mercado estimada de 10%, nos resulta difícil medir el impacto que tienen nuestros competidores en la evolución de las ventas.

### *Utilidad bruta*

La Utilidad bruta total se incrementó en 9.0%, de \$27.3 mil millones en el año fiscal 2005 a \$29.8 mil millones en año fiscal 2006. La Utilidad bruta como porcentaje de las Ventas netas tuvo una disminución de 73 puntos base, alcanzando un porcentaje de 32.8% para el año fiscal 2006, frente a 33.5% para el año fiscal 2005. La disminución de la Utilidad bruta total como porcentaje de las Ventas netas se debió principalmente a una mayor penetración del segmento HD Supply, cuyo margen es más bajo. En el año fiscal 2006, de la disminución de la Utilidad bruta total, 65 puntos base son atribuibles a una mayor penetración de los negocios HD Supply y a una caída en el porcentaje de Utilidad bruta de HD Supply, como consecuencia de un cambio en la combinación de empresas propiedad de la Compañía.

### *Gastos operativos*

Los Gastos operativos incrementaron en 12.0% para alcanzar la cifra de \$20.1 mil millones en el año fiscal 2006, frente a \$18.0 mil millones en el año fiscal 2005. Los Gastos operativos como porcentaje de las Ventas netas fueron de 22.1% en el año fiscal 2006, comparado con 22.0% del año fiscal anterior.

Los Gastos por ventas, administrativos y generales aumentaron en 11.3% para alcanzar los \$18.3 mil millones en el año fiscal 2006, frente a \$16.5 mil millones del año anterior. Los Gastos por ventas, administrativos y generales como porcentaje de las Ventas netas fueron de 20.2% en los años fiscales 2006 y 2005. El incremento en los Gastos por ventas, administrativos y generales registrado en el año fiscal 2006 se debió a una mayor cantidad de horas de mano de obra de asociados en el piso de venta de las tiendas, al incremento en la inversión en programas de mantenimiento de tiendas y a la ampliación de ajustes en los exhibidores de mercancías. Este incremento se vio compensado parcialmente por una disminución en el costo del autoseguro, ya que seguimos materializando los beneficios de programas de seguridad y de otras iniciativas. Los Gastos por ventas, administrativos y generales del año fiscal 2006 también reflejan los beneficios de la tarjeta de crédito de marca propia, que tiene una tasa de descuento más baja que otras formas de crédito, como las tarjetas emitidas por bancos. Podemos ofrecer programas sin intereses, sin pagos a través de nuestra tarjeta de crédito de marca propia. Los intereses diferidos relacionados con estos programas se contabilizan en el Costo de las mercancías vendidas. Creemos que estos programas ofrecen beneficios a largo plazo, que incluyen transacciones de venta promedio superiores y lealtad de los clientes. En el año fiscal 2006, la penetración de nuestras ventas con tarjeta de crédito de marca propia fue de 28.0% frente a 25.6% registrado el año anterior.

Los Gastos por ventas, administrativos y generales del año fiscal 2006 también reflejan el cargo por concepto de indemnizaciones de ejecutivos por la suma de \$129 millones y de la adopción de la Declaración de Normas de Contabilidad Financiera N° 123(R) (en adelante, “SFAS”, por sus siglas en inglés), “Remuneración basada en acciones” (en adelante, “SFAS 123(R)”), en virtud de la cual contabilizamos un gasto por remuneración basado en acciones de aproximadamente \$40 millones, relacionado con el continuo perfeccionamiento de opciones de compra otorgadas antes del año fiscal 2003. La suma de \$91 millones en concepto de cargos y gastos por desvalorización relacionados con obligaciones de arrendamiento vinculadas al cierre de 20 tiendas EXPO en el año fiscal 2005 compensó parcialmente el incremento de los Gastos por ventas, administrativos y generales.

La Depreciación y Amortización aumentó en 19.7%, alcanzando los \$1.8 mil millones en el año fiscal 2006, frente a \$1.5 mil millones en el año fiscal 2005. La Depreciación y Amortización como porcentaje de las Ventas netas fue de 1.9% en el año fiscal 2006 y de 1.8% en el año fiscal 2005. El incremento como porcentaje de las Ventas netas se debió principalmente a la amortización de activos intangibles adquiridos como parte de nuestras recientes adquisiciones y a la depreciación de nuestras inversiones en modernizar las tiendas y en tecnología.

### *Intereses, neto*

En el año fiscal 2006, reconocimos \$365 millones en concepto de Intereses netos mientras que en el año anterior ese importe fue de \$81 millones. Los Intereses netos como porcentaje de las Ventas netas fueron 0.4% en el año fiscal 2006, frente a 0.1% en el año fiscal 2005. Este incremento se debe fundamentalmente a que la Compañía incurrió en intereses adicionales por la emisión de Obligaciones principales por un total de \$1.0 mil millones a una tasa de 5.20% y la emisión de Obligaciones principales por un total de \$3.0 mil millones a una tasa de 5.40%, en marzo de 2006 y a la emisión de Obligaciones principales por un total de \$750 millones a tasa variable, Obligaciones principales por un total de \$1.25 mil millones a una tasa de 5.25% y Obligaciones principales por un total de \$3.0 mil millones a una tasa de 5.875%, en diciembre de 2006.

### *Provisión para impuesto a la renta*

La tasa efectiva y combinada del impuesto a la renta federal, estatal y extranjera aumentó de 37.1% en el año fiscal 2005 a 38.1% en el año fiscal 2006. Este incremento en la tasa efectiva para el año fiscal 2006 responde principalmente al efecto de una determinación de impuestos con carácter retroactivo de la provincia canadiense de Québec. Durante el segundo trimestre del año fiscal 2006, la Asamblea Nacional de Québec sancionó legislación que modifica determinadas leyes impositivas con efecto

retroactivo y expone a la Compañía a impuestos e intereses adicionales. En consecuencia, la Compañía recibió una determinación de impuestos de la autoridad fiscal de Québec por valor de \$57 millones en concepto de impuestos retroactivos y de \$12 millones en concepto de intereses asociados, correspondientes a los años fiscales 2002 a 2005.

#### *Ganancia por acción diluida*

La Ganancia por acción diluida fue de \$2.79 y \$2.72 en los años fiscales 2006 y 2005, respectivamente. La Ganancia por acción diluida se vio afectada positivamente en los años fiscales 2006 y 2005 a raíz de la readquisición de nuestras acciones ordinarias, en virtud de la autorización de readquisición de acciones por \$17.5 mil millones. Desde el inicio del programa en 2002, hemos readquirido 451 millones de nuestras acciones ordinarias por una suma total de \$16.4 mil millones, de los cuales \$5 mil millones corresponden a recompras efectuadas en el marco del programa de recompra de acciones acelerado en el año fiscal 2006. Al 28 de enero de 2007, restaban \$1.1 mil millones en virtud de nuestro programa de readquisición de acciones autorizado.

#### **El año fiscal 2005 comparado con el año fiscal finalizado el 30 de enero de 2005 (“año fiscal 2004”)**

##### *Ventas netas*

Las Ventas netas incrementaron en 11.5% de \$73.1 mil millones en el año fiscal 2004 a \$81.5 mil millones en el año fiscal 2005. El crecimiento de las Ventas netas del año fiscal 2005 fue impulsado por un incremento en las ventas de tiendas minoristas comparables de 3.1%, las ventas de las tiendas nuevas inauguradas durante el año fiscal 2005 y 2004 y las ventas de los nuevos negocios que adquirimos dentro del segmento HD Supply.

El aumento en las ventas de tiendas minoristas comparables durante el año fiscal 2005 refleja varios factores. Las transacciones de venta promedio, que incrementaron en 5.6% para alcanzar la cifra de \$57.98, aumentaron en todos los departamentos de ventas y el crecimiento de las ventas de tiendas minoristas comparables del año fiscal 2005 fue positivo en 9 de los 10 departamentos de ventas. Los materiales de construcción registraron el incremento más fuerte en ventas de tiendas minoristas comparables a raíz del incremento en las ventas de yeso, techos, concreto y material aislante. Esto se debió, en parte, al impacto que tuvo una de las épocas de huracanes más devastadores de la historia moderna de los EE.UU. Las categorías de baño y cocina también experimentaron un fuerte crecimiento en ventas de tiendas minoristas comparables debido al continuo incremento en las ventas de electrodomésticos e instalaciones de cocinas. Las ventas de tiendas minoristas comparables del año fiscal 2005 también registraron un fuerte crecimiento en las categorías Pro, que incluyen plomería, artículos eléctricos y ferretería. El impacto de la canibalización compensó parcialmente el crecimiento de las ventas de tiendas minoristas comparables del año fiscal 2005. Al final del año fiscal 2005, determinadas tiendas nuevas canibalizaron aproximadamente 20% de nuestras tiendas existentes y calculamos que la canibalización de tiendas redujo las ventas de tiendas minoristas comparables del año fiscal 2005 en 1.8% aproximadamente.

El crecimiento en las Ventas netas del año fiscal 2005 también refleja un crecimiento en los ingresos por servicios, que aumentaron en 16.6% alcanzando la cifra de \$3.5 mil millones en el año fiscal 2005 frente a \$3.0 mil millones en el año fiscal 2004. El crecimiento en los ingresos por servicios se puede atribuir al sólido desempeño de ciertas áreas, que incluyen mostradores, techos, cocinas, ventanas y sistemas de aire acondicionado y ventilación (HVAC).

##### *Utilidad bruta*

La Utilidad bruta aumentó en 11.8% alcanzando los \$27.3 mil millones en el año fiscal 2005, frente a \$24.4 mil millones en el año fiscal anterior. La Utilidad bruta como porcentaje de las Ventas netas tuvo un incremento de 10 puntos base alcanzando un porcentaje de 33.5% para el año fiscal 2005, la tasa anual más alta en la historia de la Compañía. El margen bruto se vio afectado por diversos factores durante el año, entre los que se incluyen el cambio en la combinación de mercancías vendidas, rebajas relacionadas con la decisión de cerrar 20 tiendas EXPO, la creciente penetración de HD Supply y el costo de nuestros programas de intereses diferidos. En el año fiscal 2005, la penetración de nuestras ventas con tarjeta de crédito de marca propia fue de 25.6% frente a 24.1% registrado el año anterior.

##### *Gastos operativos*

Los Gastos operativos incrementaron en 8.8% para alcanzar la cifra de \$18.0 mil millones en el año fiscal 2005, frente a \$16.5 mil millones en el año fiscal 2004. Los Gastos operativos como porcentaje de las Ventas netas fueron de 22.0% en el año fiscal 2005, comparado con 22.6% del año fiscal anterior.

Los Gastos por ventas, administrativos y generales aumentaron en 8.1% para alcanzar los \$16.5 mil millones en el año fiscal 2005, frente a \$15.3 mil millones del año anterior. Los Gastos por ventas, administrativos y generales como porcentaje de las Ventas netas fueron de 20.2% en el año fiscal 2005, comparado con 20.9% en el año fiscal 2004. Esta reducción en los Gastos por ventas,



administrativos y generales como porcentaje de las Ventas netas del año fiscal 2005 se debió principalmente a la permanente dedicación a las iniciativas de reducción de costos y de aumento de la productividad en toda la Compañía. Asimismo, continuamos percibiendo los beneficios de la tarjeta de crédito de marca propia, que tiene una tasa de descuento más baja que otras formas de crédito, como las tarjetas emitidas por bancos. En el año fiscal 2005 se registraron ganancias por \$52 millones relacionadas con tarjetas de regalo vendidas que se estima no serán canjeadas, las cuales se contabilizan como una reducción de los Gastos por ventas, administrativos y generales. El año fiscal 2005 fue el primer año en que la Compañía reconoció las ganancias por tarjetas de regalo vendidas que se estima no serán canjeadas. Por lo tanto, el monto reconocido en el año fiscal 2005 incluye las ganancias realizadas por ese concepto desde el comienzo de nuestro programa de tarjetas de regalo. Por último, en el año fiscal 2005 registramos \$91 millones en concepto de cargos y gastos por desvalorización en virtud de obligaciones de arrendamiento relacionadas con la decisión de cerrar 20 tiendas EXPO.

La Depreciación y Amortización aumentó en 17.9% alcanzando los \$1.5 mil millones en el año fiscal 2005, frente a \$1.2 mil millones en el año fiscal 2004. La Depreciación y Amortización como porcentaje de las Ventas netas fue de 1.8% en el año fiscal 2005 y de 1.7% en el año fiscal 2004. El incremento como porcentaje de las Ventas netas se debió principalmente a nuestras inversiones en modernizar las tiendas y en tecnología.

#### *Intereses, neto*

En el año fiscal 2005, reconocimos \$81 millones en concepto de Intereses netos mientras que en el año anterior ese importe fue de \$14 millones. Los Intereses netos como porcentaje de las Ventas netas fueron 0.1% en el año fiscal 2005 e inferiores a 0.1% en el año fiscal 2004. Los Intereses aumentaron de \$70 millones en el año fiscal 2004 a \$143 millones en el año fiscal 2005. Esto se debe fundamentalmente a que la Compañía incurrió en intereses adicionales por la emisión de Obligaciones principales por un total de \$1.0 mil millones a una tasa de 4.625% en agosto de 2005 y la emisión de Obligaciones principales por un total de \$1 mil millones a una tasa de 3.75% en septiembre de 2004. Los Ingresos por intereses e inversiones incrementaron en 10.7% para alcanzar los \$62 millones en el año fiscal 2005, frente a \$56 millones en año fiscal 2004, producto fundamentalmente de un entorno de tasas de interés más altas.

#### *Provisión para impuesto a la renta*

La tasa efectiva y combinada del impuesto a la renta federal y estatal aumentó de 36.8% en el año fiscal 2004 a 37.1% en el año fiscal 2005. Este incremento en la tasa efectiva responde principalmente al aumento que sufrió la tasa efectiva del impuesto a la renta estatal en el año fiscal 2005.

#### *Ganancia por acción diluida*

La Ganancia por acción diluida fue de \$2.72 y \$2.26 en los años fiscales 2005 y 2004, respectivamente. La Ganancia por acción diluida se vio afectada positivamente en los años fiscales 2005 y 2004 a raíz de la readquisición de nuestras acciones ordinarias.

#### **Liquidez y recursos de capital**

El flujo de efectivo generado por las operaciones constituye una importante fuente de liquidez. En el año fiscal 2006, el Efectivo neto proveniente de actividades operativas fue de \$7.7 mil millones mientras que en el año fiscal 2005 fue de \$6.6 mil millones. El incremento se debió fundamentalmente a que el capital de trabajo resultó más productivo en el año fiscal 2006.

El Efectivo neto utilizado en actividades de inversión aumentó de \$4.6 mil millones en el año fiscal 2005 a \$7.6 mil millones en el año fiscal 2006. Este aumento obedeció principalmente a un incremento en los Pagos por adquisición de negocios de \$1.7 mil millones y a una disminución en los Fondos netos provenientes de ventas y vencimientos de inversiones de \$1.7 mil millones, compensado parcialmente por una disminución de \$339 millones en Inversiones en activos de capital. En el año fiscal 2006, desembolsamos \$4.3 mil millones para concretar 15 adquisiciones, que incluyen Hughes Supply. Estas adquisiciones generaron incrementos en los siguientes rubros del Balance consolidado al 28 de enero de 2007: Cuentas por cobrar, Inventario de mercancías, Plusvalía mercantil, Otros activos y Cuentas por pagar. Consulte la Nota 11 de las “Notas a los estados financieros consolidados” del Punto 8 de este informe donde se trata este aspecto en más detalle.

Asimismo, en el año fiscal 2006, realizamos Inversiones en activos de capital por la suma de \$3.5 mil millones, que fueron asignadas de la siguiente forma: 64% a tiendas nuevas, 11% a modernización de tiendas, 6% a tecnología y 19% a otros proyectos. En el año fiscal 2006, incorporamos 125 nuevas tiendas. Doce de estas tiendas se incorporaron mediante la adquisición de The Home Way en China, y diez fueron trasladados.

El Efectivo neto utilizado en actividades de financiamiento en el año fiscal 2006 fue de \$203 millones mientras que en el año fiscal 2005 fue de \$1.7 mil millones. La disminución del Efectivo neto utilizado en actividades de financiamiento se debió

principalmente a los fondos netos provenientes de la emisión de Deuda a largo plazo adicional por \$7.6 mil millones. Dicha disminución se compensó parcialmente por un incremento neto de \$4.2 mil millones en Readquisición de acciones ordinarias y Dividendos en efectivo pagados a accionistas.

En febrero, mayo y agosto de 2006, la Junta Directiva autorizó la suma adicional de \$1.0 mil millones, \$2.0 mil millones y \$3.5 mil millones, respectivamente, para nuestro programa de readquisición de acciones. Por lo tanto, al 28 de enero de 2007, la autorización total de la Junta Directiva desde el comienzo del programa en 2002 ascendió a \$17.5 mil millones. Conforme a esta autorización, readquirimos aproximadamente 451 millones de acciones ordinarias propias por un total de \$16.4 mil millones al 28 de enero de 2007. Durante el año fiscal 2006, readquirimos aproximadamente 174 millones de acciones ordinarias por un total de \$6.7 mil millones y durante el año fiscal 2005, 76 millones de acciones, por un total de \$3.0 mil millones. Al 28 de enero de 2007, restaban aproximadamente \$1.1 mil millones de nuestro programa de readquisición de acciones. Asimismo, durante el año fiscal 2006, incrementamos el pago de dividendos en 62.8% por un total de \$1.4 mil millones, mientras que en el año fiscal 2005 ese total fue de \$857 millones.

Tenemos un programa de papeles comerciales que permite tomar préstamos por un importe máximo de \$2.5 mil millones. En conexión con el programa, tenemos una línea de crédito de reserva de hasta \$2.0 mil millones, otorgada por un consorcio de bancos. Al 28 de enero de 2007, no había préstamos pendientes de cancelación en virtud del programa de papeles comerciales o la línea de crédito. La línea de crédito, que vence en diciembre de 2010, contiene varias restricciones. Sin embargo, no se espera que ninguna de ellas tenga efectos sobre la liquidez o los recursos de capital de la Compañía.

Utilizamos arrendamientos operativos y de capital para financiar una parte de nuestros bienes raíces, que incluyen las tiendas, los centros de distribución, los establecimiento de HD Supply y los centros de apoyo a tiendas. El valor neto actual de las obligaciones de arrendamiento de capital se refleja en nuestros Balances consolidados en el rubro Deuda a largo plazo. De acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados, los arrendamientos operativos no están reflejados en nuestros Balances consolidados. A fines del año fiscal 2006, nuestra relación deuda a largo plazo-capital era de 46.5%, frente a 9.9% a fines del año fiscal 2005. Este incremento refleja el aumento neto de la Deuda a largo plazo por la emisión de Obligaciones principales en marzo y diciembre del año fiscal 2006.

Al 28 de enero de 2007, las Inversiones en efectivo y a corto plazo ascendían a \$614 millones. Creemos que nuestra posición actual de efectivo y el flujo de efectivo generado por actividades operativas deberían ser suficientes para permitirnos completar nuestros programas de inversión en activos de capital y los pagos de endeudamientos a largo plazo exigibles durante los próximos años fiscales. Asimismo, contamos con fondos disponibles del programa de papeles comerciales por \$2.5 mil millones y con la posibilidad de obtener otras fuentes de financiamiento para hacer frente a otras necesidades.

En marzo de 2006, celebramos un acuerdo de *swap* de tasa de interés a plazo por un monto teórico de \$2.0 mil millones, que se contabilizaron como operaciones de cobertura de flujos de efectivo frente a las fluctuaciones de la tasa de interés antes de la emisión de las Obligaciones principales a una tasa de 5.40% con vencimiento el 1 de marzo de 2016. Al emitir deuda con cobertura, cancelamos nuestro acuerdo de *swap* de tasa de interés a plazo y contabilizamos una disminución de \$12 millones, neta del impuesto a la renta, en el rubro Otros resultados integrales acumulados, que se amortizará con cargo a intereses durante la vigencia de la respectiva deuda.

En mayo de 2006, celebramos un acuerdo de recompra de acciones acelerado por \$2 mil millones con una institución financiera, en virtud del cual readquirimos aproximadamente 53 millones de acciones ordinarias propias. Conforme a este acuerdo, la institución financiera adquirió una cantidad equivalente de nuestras acciones ordinarias en el mercado abierto. Las acciones que readquirimos estaban sujetas a futuros ajustes en el precio de compra, en función del precio promedio ponderado de nuestras acciones ordinarias durante un período pactado, con sujeción a un collar específico. En agosto de 2006, cancelamos el programa de readquisición de acciones acelerado. Optamos por cancelarlo en efectivo y recibimos \$61 millones de parte de la institución financiera, que se contabilizaron como una compensación del costo de acciones en cartera.

En octubre de 2006, celebramos un acuerdo de *swap* de tasa de interés a plazo por un monto teórico de \$1.0 mil millones, que se contabilizó como operaciones de cobertura de flujos de efectivo frente a las fluctuaciones de la tasa de interés antes de la emisión de las Obligaciones principales a una tasa de 5.875% con vencimiento el 16 de diciembre de 2036. Al emitir deuda con cobertura en diciembre de 2006, cancelamos el acuerdo de *swap* de tasa de interés a plazo y contabilizamos una disminución de \$11 millones, neta del impuesto a la renta, en el rubro Otros resultados integrales acumulados, que se amortizará con cargo a intereses durante la vigencia de la respectiva deuda.

En diciembre de 2006, celebramos un acuerdo de recompra de acciones acelerado por \$3 mil millones con una institución financiera, en virtud del cual readquirimos aproximadamente 75 millones de acciones ordinarias propias. Conforme a este acuerdo, la institución financiera adquirió una cantidad equivalente de nuestras acciones ordinarias en el mercado abierto. Las acciones que readquirimos estaban sujetas a futuros ajustes en el precio de compra, en función del precio promedio ponderado

de nuestras acciones ordinarias durante un período pactado. En marzo de 2007, cancelamos el programa de readquisición de acciones acelerado. Optamos por cancelarlo en efectivo y recibimos \$36 millones de parte de la institución financiera, que se contabilizaron como una compensación del costo de acciones en cartera en el año fiscal 2007.

La tabla siguiente resume nuestras obligaciones contractuales y compromisos comerciales significativos al 28 de enero de 2007 (cantidades en millones):

<b>Obligaciones Contractuales<sup>(1)</sup></b>	<b>Pagos que vencen al terminar el año fiscal</b>				
	<b>Total</b>	<b>2007</b>	<b>2008-2009</b>	<b>2010-2011</b>	<b>En Adelante</b>
Total deuda <sup>(2)</sup>	\$19,358	\$607	\$3,224	\$2,946	\$12,581
Obligaciones de arrendamiento de capital <sup>(3)</sup>	1,323	78	157	160	928
Arrendamientos operativos	9,131	917	1,580	1,213	5,421
Subtotal	\$29,812	\$1,602	\$4,961	\$4,319	\$18,930

<b>Compromisos comerciales<sup>(4)</sup></b>	<b>Importe al vencimiento de compromisos por año fiscal</b>				
	<b>Total</b>	<b>2007</b>	<b>2008-2009</b>	<b>2010-2011</b>	<b>En Adelante</b>
Cartas de crédito	\$1,238	\$1,230	\$8	\$—	\$—
Obligaciones de compra <sup>(5)</sup>	2,741	1,379	1,336	22	4
Garantías	72	72	—	—	—
Subtotal	4,051	2,681	1,344	22	4
Total	\$33,863	\$4,283	\$6,305	\$4,341	\$18,934

- (1) Las obligaciones contractuales incluyen la Deuda a largo plazo, conformada principalmente por \$11 mil millones de Obligaciones principales, analizadas con mayor detalle en “Revelaciones cuantitativas y cualitativas acerca del riesgo de mercado” y los futuros pagos mínimos de arrendamientos, según los arrendamientos de capital y operativos utilizados en el transcurso normal de las operaciones.
- (2) Excluye el valor actual de las obligaciones de arrendamiento de capital de \$419 millones. Incluye \$8.0 mil millones en concepto de pago de intereses y \$69 millones en concepto de descuentos no amortizados.
- (3) Incluye \$904 millones en concepto de intereses imputados.
- (4) Los compromisos comerciales incluyen cartas de crédito relacionadas con ciertas transacciones comerciales, obligaciones de compra y compromisos de adquirir activos para las tiendas. Emitimos cartas de crédito para programas de seguros, compras de inventario de mercancías importadas y contratos de construcción. Nuestras obligaciones de compra consisten en compromisos tanto para mercancía como para servicios.
- (5) Las obligaciones de compra incluyen todos los contratos jurídicamente vinculantes, como por ejemplo, compromisos en firme de adquirir inventarios, adquisición de servicios públicos, inversiones en activos de capital, compromisos de adquisición de software y de licencias y contratos de servicios vinculantes. Las órdenes de compra que no constituyen acuerdos vinculantes no están incluidas en la tabla precedente. Asimismo, incluimos el compromiso de adquirir el activo subyacente de un arrendamiento extracontable relacionado con ciertas tiendas, por un total de \$282 millones durante el 2008.

### **Revelaciones cuantitativas y cualitativas acerca del riesgo de mercado**

Nuestra exposición al riesgo de mercado proviene principalmente de las fluctuaciones de las tasas de interés. Aunque contamos con entidades que realizan operaciones internacionales, nuestra exposición a la fluctuación de los tipos de cambio no es significativa para nuestra situación financiera ni para los resultados de las operaciones. El objetivo principal de celebrar contratos de instrumentos derivados es controlar la exposición a las tasas de interés y mantener una combinación adecuada de deuda a tasa fija y a tasa variable.

Al 28 de enero de 2007, teníamos Obligaciones principales pendientes por \$10.9 mil millones, netas de descuentos. Al 28 de enero de 2007, el valor de mercado de las Obligaciones principales que cotizan en bolsa era de aproximadamente \$10.9 mil millones.

### **Impacto de la inflación, la deflación y las variaciones de precios**

Hemos sufrido inflación y deflación relacionada con la compra de determinados productos básicos. Durante el año fiscal 2006, el precio de la madera provocó una disminución de aproximadamente 43 puntos base en nuestras ventas de tiendas comparables. No

creemos que la variación en los precios de productos básicos haya tenido un efecto significativo sobre las Ventas netas ni sobre los resultados de las operaciones. Aunque no podemos determinar exactamente el efecto general de la inflación y la deflación sobre las operaciones, no creemos que éstas hayan tenido un efecto significativo en los resultados de nuestras operaciones.

### **Políticas de contabilidad fundamentales**

Nuestras políticas de contabilidad fundamentales se presentan en la Nota 1 a los Estados financieros consolidados. A continuación se tratan nuestras políticas de contabilidad más importantes, que son aquellas de importancia tanto para la presentación de nuestra situación financiera, como para los resultados de las operaciones, y requieren determinaciones significativas o el uso de estimaciones complejas.

#### **Reconocimiento de ingresos**

Reconocemos ingresos, netos de devoluciones estimadas, en el momento en que el cliente toma posesión de la mercancía o recibe los servicios. Estimamos el pasivo por devolución de ventas basándonos en nuestros niveles históricos de devoluciones. Creemos que nuestra estimación por devolución de ventas refleja con precisión las futuras devoluciones. Hasta el momento, no hemos contabilizado un ajuste importante a nuestro pasivo estimado por devolución de ventas. Sin embargo, si estos estimados estuvieran significativamente por debajo de las cantidades reales, nuestras ventas podrían verse seriamente afectadas. Cuando recibimos pagos de clientes antes de que éstos hayan tomado posesión de la mercancía o se haya efectuado el servicio, la cantidad recibida se registra como Ingresos diferidos en los Balances consolidados adjuntos hasta que la venta o el servicio se hayan concretado.

#### **Inventario de mercancías**

Nuestro Inventario de mercancías se contabiliza al costo o al valor de mercado, el que fuere menor (primero en entrar, primero en salir). Aproximadamente 80% está valuado según el método del precio minorista y el resto según el método de costo. Los minoristas como The Home Depot, con distintos tipos de mercancías con bajos costos unitarios y numerosas transacciones, suelen utilizar el método del precio minorista. Según el método del precio minorista, el Inventario de mercancías se valúa al costo, que se determina aplicando una relación de costo/precio minorista al valor minorista final del inventario. Dado que el valor minorista del inventario se ajusta regularmente para reflejar las condiciones del mercado, el inventario valuado según el método del precio minorista se aproxima al costo o al valor de mercado, el que fuere menor. Analizamos el inventario valuado según el método del costo al cierre de cada trimestre para garantizar que se contabilice al costo o al valor de mercado, el que fuere menor. La previsión para Inventario de mercancías valuado según el método de costo no fue significativa para los Estados financieros consolidados de la Compañía al cierre de los años fiscales 2006 y 2005.

Regularmente, cada tienda, centro de distribución y establecimiento de HD Supply realizan recuentos independientes de inventario físico para garantizar que las cantidades reflejadas en el rubro Inventario de Mercancías en los Estados financieros consolidados que se adjuntan, estén expresadas correctamente. Durante los períodos que transcurren entre los recuentos de inventario físico en las tiendas, constituimos provisiones para las pérdidas estimadas en relación con mermas, por cada tienda. La merma (o el “excedente”, en el caso de inventario en exceso) es la diferencia entre la cantidad registrada de inventario y el inventario físico. La merma puede ocurrir debido a robos, pérdidas, registros incorrectos del recibo de inventario o al deterioro de productos, entre otras cosas. Estimamos la merma como porcentaje de las Ventas netas usando los resultados de merma promedio de los dos inventarios físicos anteriores. Los cálculos se evalúan trimestralmente y se ajustan en función de los resultados de mermas recientes y las tendencias actuales del negocio.

#### **Autoseguro**

Contamos con autoseguro para la cobertura de ciertas pérdidas relacionadas con la responsabilidad general, responsabilidad por productos, responsabilidad automotor, accidentes de trabajo y reclamos médicos. Nuestra obligación representa una estimación del costo final de los reclamos incurridos a la fecha de cierre del año fiscal correspondiente. La obligación estimada no está descontada y se establece en función del análisis de datos históricos y estimaciones actuariales, y es revisada trimestralmente por la gerencia y por actuarios independientes a fin de garantizar que la obligación sea adecuada. Si bien creemos que estas estimaciones son razonables en función de la información disponible actualmente, si los patrones reales, incluidas la gravedad o la frecuencia de los reclamos, la inflación de los costos médicos o las fluctuaciones de las primas, llegaran a diferir de nuestras estimaciones, los resultados de nuestras operaciones podrían verse afectados.

#### **Asignaciones de proveedores**

Las Asignaciones de proveedores consisten principalmente en descuentos por volumen que se obtienen por lograr ciertos niveles de compra y asignaciones de cooperación por publicidad que se obtienen por la promoción de productos de proveedores que, por lo general, se basan en cantidades mínimas garantizadas con cantidades adicionales que se obtienen por lograr ciertos niveles de



compras. Estas asignaciones de proveedores se devengan a medida que se obtienen y aquellas que se reciben por haber logrado ciertos niveles de compras se devengan durante el período de incentivo, en función de las estimaciones de compras. Consideramos que nuestra estimación de asignaciones de proveedores obtenidas en función de volúmenes de compras esperados durante el período de incentivo refleja correctamente la asignación final que recibiremos de parte de nuestros proveedores.

Los descuentos por volumen y las asignaciones de cooperación por publicidad se contabilizan inicialmente como una reducción del rubro Inventario de mercancías y como una posterior reducción del rubro Costo de las mercancías vendidas cuando se vende el producto en cuestión. Ciertas asignaciones de cooperación por publicidad que son reembolsos de costos específicos, incrementales e identificables en los que se incurrió para promocionar los productos del proveedor se contabilizan como una deducción de los gastos de publicidad.

### **Pronunciamientos contables recientes**

En septiembre de 2006, la Comisión de Valores y Bolsas (en adelante SEC, por sus siglas en inglés) emitió el Boletín Contable del Equipo de Trabajo de la Comisión de Valores y Bolsa N° 108, denominado “Consideración de los efectos de errores del año fiscal anterior al cuantificar los errores de los estados financieros del corriente año” (en adelante, “SAB 108”). El SAB 108 establece el proceso para cuantificar errores en los estados financieros del año fiscal anterior y el efecto de los mismos en los estados financieros del corriente año. Las disposiciones del SAB 108 permiten que las compañías informen el efecto acumulativo de la corrección de errores no significativos del año anterior, en función del método histórico utilizado por las mismas para analizar errores, ajustando el saldo al inicio de resultados no asignados en los estados financieros del corriente año, en lugar de modificar informes presentados anteriormente. Asimismo, SAB 108 exige que se divulgue la naturaleza y el monto de cada error individual sujeto a corrección, la forma en que se produjeron dichos errores y el hecho de que éstos no se consideran significativos respecto a los estados financieros del año anterior. El SAB 108 entró en vigor para los años fiscales finalizados después del 15 de noviembre de 2006 y, por ende, era aplicable a The Home Depot en el año fiscal 2006. Consulte la Nota 2 de las “Notas a los estados financieros consolidados” del Punto 8 de este informe donde se trata este aspecto en más detalle.

En julio de 2006, el Consejo de Normas de Contabilidad Financiera (“FASB”, por sus siglas en inglés) emitió la Interpretación N° 48 del FASB, “Tratamiento contable de incertidumbres en el Impuesto a la renta – una Interpretación de la Declaración N° 109 del FASB” (“FIN 48”). La FIN 48 aclara el tratamiento contable de las incertidumbres en el impuesto a la renta, y establece un parámetro de reconocimiento y un atributo de medición para el reconocimiento y la medición en los estados financieros de una posición tributaria que se adoptó o se espera adoptar en una declaración de impuestos. La FIN 48 exige que las compañías reconozcan los beneficios impositivos en sus estados financieros para una posición tributaria dada, únicamente si resulta más probable que dicha posición sea corroborada en una auditoría, en función de los fundamentos técnicos de la misma. Asimismo, la FIN 48 establece pautas sobre eliminación contable de cuentas, clasificación, intereses y sanciones, contabilización en períodos intermedios, divulgación y transición. La FIN 48 entra en vigor para los años fiscales que comienzan después del 15 de diciembre de 2006. Por ende, será aplicable para The Home Depot en el año fiscal 2007. No se espera que el efecto acumulativo de la adopción de la FIN 48 en el año fiscal 2007 tenga un impacto significativo sobre la situación financiera de la Compañía.

### **Punto 7A. Revelaciones cuantitativas y cualitativas acerca del riesgo de mercado.**

La información exigida por este punto se incorpora por medio de referencia al Punto 7. “Deliberaciones de la gerencia y análisis de la situación financiera y de los resultados de las operaciones” de este informe.

## **Punto 8. Estados financieros e información complementaria.**

### **Responsabilidad de la gerencia respecto de los estados financieros**

Los estados financieros presentados en este Informe anual han sido preparados con integridad y objetividad y son responsabilidad de la gerencia de The Home Depot, Inc. Estos estados financieros han sido preparados de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados en los Estados Unidos y reflejan de manera apropiada ciertas estimaciones y determinaciones basadas en la mejor información disponible.

Los estados financieros de la Compañía han sido auditados por KPMG LLP, una firma inscrita de auditores independientes. El informe emitido por dicha firma que se adjunta al presente se basa en una auditoría llevada a cabo de acuerdo con las normas de la Junta de Supervisión Contable de Empresas que Cotizan en Bolsa (Estados Unidos).

El Comité de Auditoría de la Junta Directiva, compuesto exclusivamente por directores externos, se reúne cinco veces al año con los auditores independientes, los auditores internos y los representantes de la gerencia para tratar temas relacionados con la elaboración de informes financieros y contables. Además, se realiza una reunión telefónica previa a la publicación de las utilidades trimestrales. El Comité de Auditoría contrata a la firma inscrita de auditores independientes y analiza regularmente los controles contables internos, las actividades de los auditores externos e internos y la situación financiera de la Compañía. Tanto la firma inscrita de auditores independientes como los auditores internos de la Compañía tienen libre acceso al Comité de Auditoría.

### **Informe de la gerencia sobre el control interno de informes financieros**

Nuestra gerencia debe establecer y llevar a cabo controles internos adecuados sobre los informes financieros, según lo establecido en la Norma 13a-15(f) promulgada por la Ley de Mercados de Valores de 1934, en su versión vigente. Bajo la supervisión y con la participación de la gerencia, incluido nuestro Director Ejecutivo y nuestro Director Financiero, hemos evaluado la eficacia de nuestros controles internos en los informes financieros, dentro del contexto establecido en el *Marco Integrado de Control Interno* emitido por el Comité de Organizaciones Patrocinantes de la Comisión Treadway (COSO, por sus siglas en inglés). En función de dicha evaluación, nuestra gerencia determinó que los controles internos en los informes financieros al 28 de enero de 2007 son eficaces, ya que ofrecen un grado razonable de seguridad acerca de la confiabilidad de los informes financieros y la preparación de estados financieros para fines externos, conforme a los principios de contabilidad generalmente aceptados. KPMG LLP, firma inscrita de auditores independientes, auditó la determinación de la gerencia acerca de la eficacia de nuestros controles internos en los informes financieros al 28 de enero de 2007, tal como lo establecen en el informe emitido por dicha firma que se incluye en el presente.

/s/ FRANCIS S. BLAKE

**Francis S. Blake**  
**Presidente de la Junta Directiva y**  
**CEO**

/s/ CAROL B. TOMÉ

**Carol B. Tomé**  
**Directora de Finanzas y**  
**Vice Presidenta Ejecutiva de Servicios Corporativos**

## Informes de la firma inscrita de auditores independientes

A la Junta Directiva y Accionistas de  
The Home Depot, Inc.:

Hemos auditado la determinación de la gerencia, que se incluye en el Informe adjunto de la gerencia sobre control interno de informes financieros, que establece que The Home Depot, Inc. y sus subsidiarias han llevado a cabo controles internos eficaces sobre los informes financieros al 28 de enero de 2007, en función de los criterios establecidos en el *Marco Integrado de Control Interno* emitido por el Comité de Organizaciones Patrocinantes de la Comisión Treadway (COSO, por sus siglas en inglés). Es responsabilidad de la gerencia de la Compañía llevar a cabo controles internos eficaces en los informes financieros y determinar la eficacia de los controles internos en los informes financieros. Nuestra responsabilidad es expresar una opinión sobre la determinación de la gerencia y sobre la eficacia de los controles internos de la Compañía en los informes financieros, en función de nuestra auditoría.

Nuestra auditoría se llevó a cabo de acuerdo con las normas de la Junta de Supervisión Contable de Empresas que Cotizan en Bolsa (Estados Unidos). Dichas normas establecen que debemos planificar y llevar a cabo la auditoría para obtener un grado razonable de seguridad acerca de si se llevaron a cabo controles internos eficaces sobre los informes financieros en todos sus aspectos significativos. Nuestra auditoría consistió en comprender los controles internos sobre los informes financieros, evaluar la determinación de la gerencia, comprobar y evaluar el diseño y la eficacia operativa de los controles y llevar a cabo cualquier otro procedimiento que se considere necesario en vista de las circunstancias. Consideramos que nuestra auditoría brinda una base razonable para nuestra opinión.

Los controles internos de una Compañía sobre los informes financieros constituyen un proceso diseñado para ofrecer un grado razonable de seguridad acerca de la confiabilidad de los informes financieros y de la preparación de los estados financieros para fines externos, conforme a los principios de contabilidad generalmente aceptados. Los controles internos de una Compañía sobre sus informes financieros abarcan aquellas políticas y procedimientos que (1) se relacionan con la conservación de registros que reflejan las transacciones y disposiciones de activos de la Compañía exacta e imparcialmente y con un grado razonable de detalle, (2) ofrecen un grado razonable de seguridad acerca de si las transacciones están contabilizadas de modo tal que permitan preparar los estados financieros de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados y acerca de si los ingresos y gastos de la Compañía se efectúan exclusivamente, según las autorizaciones de la gerencia y de los directores de la Compañía, y (3) ofrecen un grado razonable de seguridad acerca de la prevención o identificación oportuna de adquisiciones, usos o enajenaciones no autorizados de los activos de la Compañía que pudieran tener un efecto significativo sobre sus estados financieros.

Es posible que los controles internos sobre los informes financieros no permitan evitar o identificar manifestaciones falsas, debido a las limitaciones inherentes a los mismos. Asimismo, toda proyección de las evaluaciones de la eficacia de los controles internos a períodos futuros queda sujeta al riesgo de que dichos controles se tornen inadecuados por cambios en las condiciones existentes o al riesgo de deterioros en el nivel de cumplimiento de las políticas o procedimientos.

En nuestra opinión, la determinación de la gerencia de que The Home Depot, Inc. y sus subsidiarias llevaron a cabo controles internos eficaces en los informes financieros al 28 de enero de 2007 se expresó razonablemente en todos sus aspectos significativos, en función de los criterios establecidos en el *Marco Integrado de Control Interno* emitido por el Comité de Organizaciones Patrocinantes de la Comisión Treadway (COSO). Asimismo, en nuestra opinión, The Home Depot, Inc. y sus subsidiarias llevaron a cabo controles internos eficaces en los informes financieros al 28 de enero de 2007, en todos sus aspectos significativos, en función de los criterios establecidos en el *Marco Integrado de Control Interno* emitido por el Comité de Organizaciones Patrocinantes de la Comisión Treadway (COSO).

Asimismo, de acuerdo con las normas de la Junta de Supervisión Contable de Empresas que Cotizan en Bolsa (Estados Unidos), hemos auditado los Balances consolidados de The Home Depot, Inc. y sus subsidiarias al 28 de enero de 2007 y al 29 de enero de 2006 y los respectivos Estados de resultados consolidados, Estados de evolución del patrimonio y de resultado integral y Estados de flujo de efectivo para cada uno de los años fiscales del período de tres años finalizado el 28 de enero de 2007, y en nuestro informe de fecha 21 de marzo de 2007 se expresó una opinión favorable acerca de dichos estados financieros consolidados. Nuestro informe hace referencia a la adopción por parte de la Compañía del Boletín Contable del Equipo de Trabajo de la Comisión de Valores y Bolsa N° 108, "*Consideración de los efectos de errores del año fiscal anterior al cuantificar los errores de los estados financieros del corriente año*", vigente a partir del 30 de enero de 2006, fecha de inicio del año fiscal finalizado el 28 de enero de 2007.

/s/ KPMG LLP  
Atlanta, Georgia  
21 de marzo de 2007

## Informes de la firma inscrita de auditores independientes

A la Junta Directiva y Accionistas de  
The Home Depot, Inc.:

Hemos auditado los Balances consolidados de The Home Depot, Inc. y sus subsidiarias al 28 de enero de 2007 y al 29 de enero de 2006 que se adjuntan y los respectivos Estados de resultados consolidados, Estados de evolución del patrimonio y de resultado integral y Estados de flujo de efectivo para cada uno de los años fiscales del período de tres años finalizado el 28 de enero de 2007. Los presentes Estados financieros consolidados son responsabilidad de la gerencia de la Compañía. Nuestra responsabilidad consiste en expresar una opinión sobre estos Estados financieros consolidados, con base en nuestra auditoría.

Nuestra auditoría se llevó a cabo de acuerdo con las normas de la Junta de Supervisión Contable de Empresas que Cotizan en Bolsa (Estados Unidos). De acuerdo con dichas normas, debemos planificar y llevar a cabo la auditoría de modo tal de obtener un grado razonable de seguridad de que los estados financieros no contienen errores significativos. Una auditoría supone analizar, por medio de pruebas selectivas, la documentación que respalda los importes y las divulgaciones presentados en los estados financieros. Una auditoría supone, asimismo, evaluar los principios contables utilizados y las estimaciones significativas realizadas por la gerencia, así como la presentación general de los estados financieros. Consideramos que nuestra auditoría brinda una base razonable para nuestra opinión.

En nuestra opinión, los Estados financieros consolidados mencionados anteriormente presentan razonablemente, en todos sus aspectos significativos, la situación financiera de The Home Depot, Inc. y sus subsidiarias al 28 de enero de 2007 y al 29 de enero de 2006 y los resultados de sus operaciones y los flujos de efectivo para cada año fiscal del período de tres años finalizado el 28 de enero de 2007, de conformidad con los principios de contabilidad generalmente aceptados en los Estados Unidos.

Tal como se mencionó en la Nota 2 a los estados financieros consolidados, a partir del 30 de enero de 2006, fecha de inicio del año fiscal finalizado el 28 de enero de 2007, la Compañía adoptó el Boletín Contable del Equipo de Trabajo de la Comisión de Valores y Bolsa N° 108, *“Consideración de los efectos de errores del año fiscal anterior al cuantificar los errores de los estados financieros del corriente año”*.

Asimismo, de acuerdo con las normas de la Junta de Supervisión Contable de Empresas que Cotizan en Bolsa (Estados Unidos), hemos auditado la eficacia del control interno sobre informes financieros de The Home Depot, Inc. al 28 de enero de 2007, en función de los criterios establecidos en el *Marco Integrado de Control Interno* emitido por el Comité de Organizaciones Patrocinantes de la Comisión Treadway (COSO), y en nuestro informe de fecha 21 de marzo de 2007 expresamos una opinión favorable sobre la determinación de la gerencia acerca del control interno en los informes financieros y acerca del funcionamiento eficaz de tales controles.

/s/ KPMG LLP  
Atlanta, Georgia  
21 de marzo de 2007



**THE HOME DEPOT, INC. Y SUBSIDIARIAS**  
**ESTADOS DE RESULTADOS CONSOLIDADOS**

<i>Cantidades en millones, excepto los datos por acción</i>	Año fiscal finalizado el <sup>(1)</sup>		
	28 de enero de 2007	29 de enero de 2006	30 de enero de 2005
<b>VENTAS NETAS</b>	<b>\$90,837</b>	<b>\$81,511</b>	<b>\$73,094</b>
Costo de las mercancías vendidas	<b>61,054</b>	54,191	48,664
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>29,783</b>	27,320	24,430
Gastos operativos:			
Gastos por ventas, administrativos y generales	<b>18,348</b>	16,485	15,256
Depreciación y amortización	<b>1,762</b>	1,472	1,248
Gastos operativos totales	<b>20,110</b>	17,957	16,504
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>9,673</b>	9,363	7,926
Intereses ganados (Gastos):			
Ingresos por intereses e inversiones	<b>27</b>	62	56
Intereses pagados	<b>(392)</b>	(143)	(70)
Intereses, neto	<b>(365)</b>	(81)	(14)
<b>UTILIDAD ANTES DE LA PROVISIÓN PARA IMPUESTO A LA RENTA</b>	<b>9,308</b>	9,282	7,912
Provisión para impuesto a la renta	<b>3,547</b>	3,444	2,911
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$5,761</b>	<b>\$5,838</b>	<b>\$5,001</b>
Acciones ordinarias promedio ponderadas	<b>2,054</b>	2,138	2,207
<b>GANANCIA POR ACCIÓN BÁSICA</b>	<b>\$2.80</b>	<b>\$2.73</b>	<b>\$2.27</b>
Acciones ordinarias promedio ponderadas diluidas	<b>2,062</b>	2,147	2,216
<b>GANANCIA POR ACCIÓN DILUIDA</b>	<b>\$2.79</b>	<b>\$2.72</b>	<b>\$2.26</b>

(1) Los años fiscales cerrados el 28 de enero de 2007, el 29 de enero de 2006 y el 30 de enero de 2005 abarcan 52 semanas.

Ver las Notas a los Estados financieros consolidados que se acompañan al presente.

**THE HOME DEPOT, INC. Y SUBSIDIARIAS**  
**BALANCES CONSOLIDADOS**

<i>Cantidades en millones, excepto los datos por acción</i>	28 de enero de 2007	29 de enero de 2006
<b>ACTIVO</b>		
Activo circulante:		
Caja y equivalentes de caja	\$600	\$793
Inversiones a corto plazo	14	14
Cuentas por cobrar, netas	3,223	2,396
Inventario de mercancías	12,822	11,401
Otros activos circulantes	1,341	665
Total Activo circulante	<u>18,000</u>	<u>15,269</u>
Activo fijo, al costo:		
Terrenos	8,355	7,924
Edificios	15,215	14,056
Muebles, accesorios y equipos	7,799	7,073
Mejoras a bienes arrendados	1,391	1,207
Construcciones en curso	1,123	843
Arrendamientos financieros	475	427
	<u>34,358</u>	<u>31,530</u>
Menos depreciación y amortización acumuladas	<u>7,753</u>	<u>6,629</u>
Activo fijo, neto	<u>26,605</u>	<u>24,901</u>
Documentos a cobrar	343	348
Plusvalía mercantil	6,314	3,286
Otros Activos	1,001	601
<b>Total Activo</b>	<u><b>\$52,263</b></u>	<u><b>\$44,405</b></u>
<b>PASIVO Y PATRIMONIO</b>		
Pasivo circulante:		
Deuda a corto plazo	\$—	\$900
Cuentas por pagar	7,356	6,032
Provisión para sueldos y otros gastos relacionados	1,295	1,068
Impuesto sobre las ventas a pagar	475	488
Ingresos diferidos	1,634	1,757
Impuesto a la renta a pagar	217	388
Porción corriente de la deuda a largo plazo	18	513
Otras Provisiones para gastos	1,936	1,560
Total Pasivo circulante	<u>12,931</u>	<u>12,706</u>
Deuda a largo plazo, sin incluir porción corriente	11,643	2,672
Otros pasivos a largo plazo	1,243	1,172
Impuesto a la renta diferido	1,416	946
<b>PATRIMONIO</b>		
Acciones ordinarias, valor nominal \$0.05; autorizadas: 10,000 acciones; emitidas: 2,421 acciones al 28 de enero de 2007 y 2,401 al 29 de enero de 2006; en circulación: 1,970 acciones al 28 de enero de 2007 y 2,124 al 29 de enero de 2006	121	120
Capital integrado	7,930	7,149
Resultados no asignados	33,052	28,943
Otros Resultados integrales acumulados	310	409
Acciones en cartera, al costo, 451 acciones al 28 de enero de 2007 y 277 acciones al 29 de enero de 2006	<u>(16,383)</u>	<u>(9,712)</u>
Total Patrimonio	<u>25,030</u>	<u>26,909</u>
<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>	<u><b>\$52,263</b></u>	<u><b>\$44,405</b></u>

*Ver las Notas a los Estados financieros consolidados que se acompañan al presente.*

**THE HOME DEPOT, INC. Y SUBSIDIARIAS**  
**ESTADOS CONSOLIDADOS DE EVOLUCIÓN DEL PATRIMONIO**  
**Y RESULTADOS INTEGRALES**

<i>Cantidades en millones, excepto los datos por acción</i>	<b>Acciones ordinarias</b>		<b>Capital integrado</b>	<b>Resultados no asignados</b>	<b>Resultados integrales</b>	<b>Acciones en cartera</b>		<b>Patrimonio</b>	<b>Resultado integral</b>
	<b>Acciones</b>	<b>Importe</b>				<b>Acciones</b>	<b>Importe</b>		
<b>SALDO AL 1 DE FEBRERO DE 2004</b>	<b>2,373</b>	<b>\$119</b>	<b>\$6,108</b>	<b>\$19,680</b>	<b>\$90</b>	<b>(116)</b>	<b>\$(3,590)</b>	<b>\$22,407</b>	
Utilidad neta	—	—	—	5,001	—	—	—	5,001	\$5,001
Acciones emitidas en virtud de planes de opción de compra de acciones para empleados	12	—	286	—	—	—	—	286	
Efecto impositivo de la venta de acciones de opciones por parte de los empleados	—	—	26	—	—	—	—	26	
Ajustes de conversión	—	—	—	—	137	—	—	137	137
Opciones de compra de acciones, adjudicaciones y amortización de acciones restringidas	—	—	122	—	—	—	—	122	
Readquisición de acciones ordinarias	—	—	—	—	—	(84)	(3,102)	(3,102)	
Dividendos en efectivo (\$0.325 por acción)	—	—	—	(719)	—	—	—	(719)	
<b>Resultado integral</b>									<b>\$5,138</b>
<b>SALDO AL 30 DE ENERO DE 2005</b>	<b>2,385</b>	<b>\$119</b>	<b>\$6,542</b>	<b>\$23,962</b>	<b>\$227</b>	<b>(200)</b>	<b>\$(6,692)</b>	<b>\$24,158</b>	
Utilidad neta	—	—	—	5,838	—	—	—	5,838	\$5,838
Acciones emitidas en virtud de planes de opción de compra de acciones para empleados	16	1	409	—	—	—	—	410	
Efecto impositivo de la venta de acciones de opciones por parte de los empleados	—	—	24	—	—	—	—	24	
Ajustes de conversión	—	—	—	—	182	—	—	182	182
Opciones de compra de acciones, adjudicaciones y amortización de acciones restringidas	—	—	174	—	—	—	—	174	
Readquisición de acciones ordinarias	—	—	—	—	—	(77)	(3,020)	(3,020)	
Dividendos en efectivo (\$0.40 por acción)	—	—	—	(857)	—	—	—	(857)	
<b>Resultado integral</b>									<b>\$6,020</b>
<b>SALDO AL 29 DE ENERO DE 2006</b>	<b>2,401</b>	<b>\$120</b>	<b>\$7,149</b>	<b>\$28,943</b>	<b>\$409</b>	<b>(277)</b>	<b>\$(9,712)</b>	<b>\$26,909</b>	
Efecto acumulativo de ajustes por la adopción de SAB 108, neto de impuestos	—	—	201	(257)	—	—	—	(56)	
<b>SALDO AJUSTADO AL 29 DE ENERO DE 2006</b>	<b>2,401</b>	<b>\$120</b>	<b>\$7,350</b>	<b>\$28,686</b>	<b>\$409</b>	<b>(277)</b>	<b>\$(9,712)</b>	<b>\$26,853</b>	
Utilidad neta	—	—	—	5,761	—	—	—	5,761	\$5,761
Acciones emitidas en virtud de planes de opción de compra de acciones para empleados	20	1	351	—	—	—	—	352	
Efecto impositivo de la venta de acciones de opciones por parte de los empleados	—	—	18	—	—	—	—	18	
Ajustes de conversión	—	—	—	—	(77)	—	—	(77)	(77)
Cobertura de tasas de interés	—	—	—	—	(22)	—	—	(22)	(22)
Opciones de compra de acciones, adjudicaciones y amortización de acciones restringidas	—	—	296	—	—	—	—	296	
Readquisición de acciones ordinarias	—	—	—	—	—	(174)	(6,671)	(6,671)	
Dividendos en efectivo (\$0.675 por acción)	—	—	—	(1,395)	—	—	—	(1,395)	
Otros	—	—	(85)	—	—	—	—	(85)	
<b>Resultado integral</b>									<b>\$5,662</b>
<b>SALDO AL 28 DE ENERO DE 2007</b>	<b>2,421</b>	<b>\$121</b>	<b>\$7,930</b>	<b>\$33,052</b>	<b>\$310</b>	<b>(451)</b>	<b>\$(16,383)</b>	<b>\$25,030</b>	

*Ver las Notas a los Estados financieros consolidados que se acompañan al presente.*

**THE HOME DEPOT, INC. Y SUBSIDIARIAS**  
**ESTADOS CONSOLIDADOS DE**  
**FLUJOS DE EFECTIVO**

	Ejercicio fiscal cerrado el <sup>(1)</sup>		
	28 de enero de 2007	29 de enero de 2006	30 de enero de 2005
<i>Cantidades en millones, excepto los datos por acción</i>			
<b>FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS OPERACIONES:</b>			
Utilidad neta	\$5,761	\$5,838	\$5,001
Conciliación de la utilidad neta con el efectivo neto originado por las operaciones:			
Depreciación y amortización	1,886	1,579	1,319
Desvalorización relacionada con la venta de inmuebles EXPO	—	78	—
Gasto por remuneración con base en acciones	297	175	125
Variaciones del activo y del pasivo, netas de los efectos de adquisiciones:			
Disminución (Aumento) de cuentas por cobrar, neto	96	(358)	(266)
Aumento de inventario de mercancías	(563)	(971)	(849)
(Aumento) Disminución de otros activos circulantes	(225)	16	29
Aumento de cuentas por pagar y provisiones	531	148	645
(Disminución) aumento de ingresos diferidos	(123)	209	263
(Disminución) aumento de impuesto a la renta a pagar	(172)	175	2
Aumento (Disminución) de impuesto a la renta diferido	46	(609)	319
(Disminución) Aumento de otros pasivos a largo plazo	(51)	151	119
Otros	178	189	(75)
Efectivo neto generado por operaciones	7,661	6,620	6,632
<b>FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN:</b>			
Inversiones de capital, netas de inversiones que no generaron erogación de efectivo por valor de \$49, \$51 y \$38 en 2006, 2005 y 2004, respectivamente	(3,542)	(3,881)	(3,948)
Pagos efectuados por negocios adquiridos, neto	(4,268)	(2,546)	(727)
Fondos provenientes de la venta de bienes y equipos	138	164	96
Compra de inversiones	(5,409)	(18,230)	(25,890)
Fondos provenientes de ventas y vencimiento de inversiones	5,434	19,907	25,990
Efectivo neto destinado a actividades de inversión	(7,647)	(4,586)	(4,479)
<b>FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO:</b>			
(Reembolso) Fondos provenientes de Préstamos a corto plazo, neto	(900)	900	—
Fondos provenientes de préstamos a largo plazo, neto de descuentos	8,935	995	995
Reembolso de deuda a largo plazo	(509)	(24)	(510)
Recompra de acciones ordinarias	(6,684)	(3,040)	(3,106)
Fondos provenientes de la venta de acciones ordinarias	381	414	285
Dividendos en efectivo pagados a accionistas	(1,395)	(857)	(719)
Otras actividades de financiamiento	(31)	(136)	272
Efectivo neto destinado a actividades de financiamiento	(203)	(1,748)	(2,783)
(Disminución) Aumento de caja y equivalentes de caja	(189)	286	(630)
Efecto de las variaciones del tipo de cambio sobre la cuenta Caja y equivalentes de caja	(4)	1	33
Caja y equivalentes de caja al inicio del año fiscal	793	506	1,103
Caja y equivalentes de caja al cierre del año fiscal	\$600	\$793	\$506
<b>DIVULGACIÓN ADICIONAL DE PAGOS EN EFECTIVO EN CONCEPTO DE:</b>			
Intereses, menos intereses capitalizados	\$270	\$114	\$78
Impuesto a la renta	\$3,963	\$3,860	\$2,793

(1) Los años fiscales terminados el 28 de enero de 2007, 29 de enero de 2006, y 30 de enero de 2005 tienen 52 semanas.

Ver las Notas a los Estados financieros consolidados que se acompañan al presente.

## **NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS**

### **1. RESUMEN DE LAS POLÍTICAS DE CONTABILIDAD RELEVANTES**

#### **Compañía, consolidación y presentación**

The Home Depot, Inc. y sus subsidiarias (en adelante, la “Compañía”) operan las tiendas The Home Depot, que son tiendas estilo almacén con servicio completo, cuya superficie promedio es de aproximadamente 105,000 pies cuadrados. Las tiendas tienen en inventario entre 35,000 y 45,000 tipos distintos de materiales de construcción, suministros para mejoras para el hogar y productos de jardinería que se venden a clientes Hágalo usted mismo, clientes Háganlo por mí, contratistas del área de mejoras para el hogar, comerciantes y profesionales del mantenimiento de inmuebles. Asimismo, la Compañía opera las tiendas EXPO Design Center (“EXPO”), que ofrecen productos y servicios relacionados principalmente con proyectos de diseño y renovación; las tiendas The Home Depot Landscape Supply, que ofrecen productos para el césped y el jardín a profesionales y aficionados a la jardinería. Al cierre del año fiscal 2006, la Compañía operaba un total de 2,147 tiendas, conformadas por 1,872 tiendas The Home Depot, 34 tiendas EXPO Design Center, 11 tiendas The Home Depot Landscape Supply y 2 tiendas The Home Depot Floor en los Estados Unidos, incluyendo el territorio de Puerto Rico y las Islas Vírgenes (en adelante “EE.UU.”); 155 tiendas The Home Depot en Canadá y 61 tiendas The Home Depot en México y 12 tiendas The Home Depot en China.

Además, HD Supply, a través de las subsidiarias totalmente controladas por la Compañía, distribuye productos y vende servicios de instalación principalmente a clientes que también son empresas, entre los que se incluyen empresas constructoras, contratistas profesionales, municipios y profesionales dedicados a servicios de mantenimiento. HD Supply consta de cuatro plataformas principales: (1) infraestructura, incluyendo tratamiento de aguas residenciales y servicios públicos; (2) construcción, incluyendo suministros para la construcción, madera y materiales para la construcción, artículos eléctricos, plomería/sistemas de aire acondicionado y ventilación (HVAC) y artículos para interiores; (3) mantenimiento, incluyendo mantenimiento de instalaciones y cañerías, válvulas y accesorios industriales, y (4) remodelación y de reparaciones.

La Compañía opera en dos segmentos sobre los que debe presentar información: el segmento minorista y el segmento HD Supply. Véase la Nota 12 para obtener más información acerca de los segmentos que opera la Compañía. Los Estados financieros consolidados incluyen las cuentas de la Compañía y de sus subsidiarias de propiedad absoluta. Todas las transacciones intercompañía relevantes no han sido incluidas en la consolidación.

#### **Año fiscal**

El año fiscal de la Compañía es un período de 52 ó 53 semanas que finaliza el día domingo más cercano al 31 de enero. Los años fiscales finalizados el 28 de enero de 2007 (“año fiscal 2006”), el 29 de enero de 2006 (“año fiscal 2005”) y el 30 de enero de 2005 (“año fiscal 2004”) constan de 52 semanas.

#### **Uso de estimaciones**

La Gerencia de la Compañía ha efectuado una serie de estimaciones y supuestos relacionados con el registro de activos y pasivos, la divulgación de activos y pasivos contingentes y las cantidades de ingresos y egresos informados al preparar estos estados financieros, de conformidad con los principios de contabilidad generalmente aceptados. Los resultados reales podrían diferir de estas estimaciones.

#### **Valor razonable de los Instrumentos financieros**

El valor contable de los rubros Caja y equivalentes de caja, Cuentas por cobrar, Deuda a corto plazo y Cuentas por pagar se aproxima al valor razonable debido a que estos instrumentos financieros tienen un vencimiento a corto plazo. El valor razonable de las inversiones de la Compañía se analiza en la sección “Inversiones a corto plazo” de esta Nota 1. El valor razonable de la Deuda a largo plazo de la Compañía se analiza en la Nota 4.

#### **Equivalentes de caja**

La Compañía considera que todas las inversiones de alta liquidez adquiridas con un vencimiento de hasta tres meses son equivalentes de caja. El rubro Equivalentes de caja se contabiliza al valor razonable de mercado y principalmente agrupa papeles comerciales con alta calificación crediticia, fondos del mercado monetario, títulos de agencias gubernamentales de EE.UU. y obligaciones y bonos exentos de impuestos.



## **Inversiones a corto plazo**

Las Inversiones a corto plazo se contabilizan al valor razonable en función de las tasas vigentes en el mercado y se clasifican como disponibles para la venta. Los cambios en el valor razonable se incluyen en el rubro Otras ganancias (pérdidas) integrales acumuladas de los Estados financieros consolidados adjuntos, netas de los impuestos aplicables. La Compañía invierte periódicamente en valores de tasa variable cuya tasa de interés se ajusta mediante subasta (*auction rate securities*), que son instrumentos de deuda con vencimientos programados a largo plazo y fechas periódicas de ajuste de la tasa de interés. La tasa de interés de estos valores se suele ajustar a las tasas vigentes en el mercado cada 35 días o plazo menor y, en todos los casos, cada 90 días o plazo menor. Debido a la liquidez que ofrece este mecanismo de ajuste de la tasa de interés y a la naturaleza de corto plazo de nuestra inversión en estos valores, los hemos clasificado como activo circulante en los Balances consolidados adjuntos.

## **Cuentas por cobrar**

La Compañía tiene un acuerdo con un proveedor de servicios independiente que otorga crédito directo a los clientes y administra el programa de la tarjeta de crédito de marca propia de la Compañía. Asimismo, algunas subsidiarias de la Compañía otorgan crédito directamente a los clientes durante el transcurso habitual de sus operaciones. Al 28 de enero de 2007 y al 29 de enero de 2006, las cuentas por cobrar de clientes ascendían a \$1.8 mil millones y \$865 millones, respectivamente. La reserva de contingencia de la Compañía relacionada con las cuentas por cobrar no fue significativa para los Estados financieros consolidados de la Compañía al cierre del año fiscal 2006 y 2005.

## **Inventario de mercancías**

La mayor parte de los Inventarios de mercancías se contabiliza al costo (primero en entrar, primero en salir) o al valor de mercado, el que fuere menor, según se establece en el método del precio minorista. Dado que el valor minorista del inventario se ajusta regularmente para reflejar las condiciones del mercado, el inventario valuado mediante el método del precio minorista se aproxima al costo o al valor de mercado, el que fuere menor. Ciertas subsidiarias, incluidas las operaciones minoristas en México y China, y centros de distribución contabilizan el Inventario de mercancías al costo (primero en entrar, primero en salir) o al valor de mercado, el que fuere menor, según lo determinado mediante el método del costo. Dicho Inventario de mercancías representa aproximadamente 20% del saldo total de dicho inventario. La Compañía analiza el inventario valuado mediante el método del costo al cierre de cada trimestre para garantizar que se contabilice al costo o al valor de mercado, el que fuere menor. La previsión para Inventario de mercancías valuado según el método de costo no fue significativa para los Estados financieros consolidados de la Compañía al cierre de los años fiscales 2006 y 2005.

Regularmente, cada tienda, centro de distribución y establecimiento de HD Supply realizan recuentos independientes de inventario físico para garantizar que las cantidades reflejadas en el rubro Inventario de Mercancías en los Estados financieros consolidados que se adjuntan, estén expresadas correctamente. Durante los períodos que transcurren entre los recuentos de inventario físico en las tiendas, la Compañía constituye provisiones por las pérdidas estimadas como consecuencia de mermas, por cada tienda, en función de los resultados históricos de merma y de las tendencias actuales del negocio. La merma (o el “excedente”, en el caso de inventario en exceso) es la diferencia entre la cantidad registrada de inventario y el inventario físico. La merma puede ocurrir debido a robos, pérdidas, registros incorrectos del recibo de inventario o al deterioro de productos, entre otras cosas.

## **Impuesto a la renta**

La Compañía constituye provisiones para el impuesto corriente a la renta federal, estatal y en el extranjero y para el impuesto a la renta diferido debido a diferencias temporarias entre la contabilización de los ingresos y egresos para fines de los estados financieros y para fines impositivos. Los beneficios impositivos federales, estatales y en el extranjero se contabilizan como una reducción del impuesto a la renta. Los activos y pasivos por impuesto a la renta diferido se reconocen para reflejar las futuras consecuencias impositivas atribuibles a las diferencias temporarias entre los valores contables de los activos y pasivos registrados en los estados financieros y sus respectivas bases imponibles. Los activos y pasivos por impuesto a la renta diferido se calculan usando la tasa del impuesto a la renta promulgada por ley que se espera aplicar a la ganancia imponible en los años en que se espera recuperar o saldar dichas diferencias temporarias. Los efectos de los cambios en las tasas del impuesto a la renta se reconocen como ingresos o como egresos en el período que incluye la fecha de promulgación de dicho cambio.

La Compañía y sus subsidiarias que reúnen los requisitos pertinentes presentan una declaración consolidada del impuesto federal a la renta de EE.UU. Las subsidiarias que no se encuentran en EE.UU. y ciertas subsidiarias de EE.UU. que se incluyen en la consolidación para los fines de los informes financieros, no reúnen los requisitos para ser incluidas en las declaraciones consolidadas del impuesto federal a la renta de EE.UU. Se han constituido distintas provisiones para el impuesto a la renta de estas entidades. La Compañía tiene la intención de reinvertir las utilidades no repatriadas de las subsidiarias que no se encuentran en los Estados Unidos y posponer su repatriación de manera indefinida. Del mismo modo, en los Estados de resultados consolidados no

se constituyó provisión alguna para el impuesto a la renta de los Estados Unidos para las subsidiarias que no se encuentran en el país.

### **Depreciación y amortización**

Los Edificios, Muebles, Accesorios y Equipos de la Compañía se deprecian usando el método de depreciación constante o en línea recta, durante la vida útil estimada de los activos. Las Mejoras a los bienes arrendados se amortizan mediante el método de amortización en línea recta durante el plazo original del arrendamiento o durante la vida útil de la mejora, el período que sea más corto. El Activo fijo de la Compañía se deprecia utilizando las siguientes vidas útiles estimadas:

	<u>Vida útil</u>
Edificios	10-45 años
Muebles, accesorios y equipos	3-20 años
Mejoras a bienes arrendados	5-45 años

### **Costos de software capitalizados**

La Compañía capitaliza determinados costos relacionados con la adquisición y el desarrollo de software y los amortiza usando el método de amortización constante o en línea recta durante la vida útil estimada del software, que es de tres a seis años. Estos costos se incluyen en el rubro Muebles, accesorios y equipos de los Balances consolidados adjuntos. Ciertos costos de desarrollo que no cumplen con los criterios necesarios para su capitalización se imputan a gastos a medida que se incurren.

### **Ingresos**

La Compañía reconoce ingresos, netos de devoluciones estimadas, en el momento en que el cliente toma posesión de la mercancía o recibe los servicios. El pasivo por devoluciones se estima en función de los niveles históricos de devoluciones. Cuando la Compañía recibe pagos de clientes antes de que éstos hayan tomado posesión de la mercancía o se haya prestado el servicio, la cantidad recibida se registra como Ingresos diferidos en los Balances consolidados adjuntos hasta que la venta o el servicio se hayan concretado. Asimismo, la Compañía registra la venta de tarjetas de regalo en el rubro Ingresos diferidos y reconoce estos ingresos cuando dichas tarjetas de regalo se canjean, en el rubro Ventas netas. Las tarjetas de regalo vendidas que se estima no serán canjeadas se reconocen de acuerdo con los patrones históricos de canje y representan el saldo de tarjetas de regalo cuya probabilidad de que sean canjeadas es muy remota, según las estimaciones de la Compañía. Durante los años fiscales 2006 y 2005, la Compañía reconoció \$33 millones y \$52 millones, respectivamente, de ingresos provenientes de tarjetas de regalo vendidas que se estima no serán canjeadas. La Compañía reconoció los ingresos provenientes de tarjetas de regalo vendidas que se estima no serán canjeadas por primera vez en el año fiscal 2005. Por ende, el monto reconocido incluye los ingresos por ese concepto relacionados con tarjetas de regalo vendidas desde el comienzo del programa de tarjetas de regalo. Estos ingresos se contabilizan en el rubro otros ingresos y se incluyen en el Estados de resultados consolidados como una reducción de los Gastos por ventas, administrativos y generales.

### **Ingresos por servicios**

El rubro Ventas netas incluye ingresos por servicios generados por distintos programas de instalación, mejoras para el hogar y servicios profesionales. En estos programas, el cliente selecciona y adquiere materiales para un proyecto y la Compañía proporciona o coordina la instalación profesional. Estos programas se ofrecen a través de las tiendas de la Compañía y de ciertos establecimientos de HD Supply. De acuerdo con ciertos programas, cuando la Compañía brinda o coordina la instalación de un proyecto y el subcontratista proporciona el material como parte de la instalación, tanto el material como la mano de obra se incluyen en el rubro ingresos por servicios. La Compañía reconoce estos ingresos cuando se ha completado el servicio para el cliente.

Todos los pagos recibidos antes de completar los servicios se contabilizan en el rubro Ingresos diferidos de los Balances consolidados adjuntos. Los ingresos por servicios minoristas fueron de \$3.8 mil millones, \$3.5 mil millones y \$3.0 mil millones para los años fiscales 2006, 2005 y 2004, respectivamente.

### **Autoseguro**

La Compañía cuenta con autoseguro para ciertas pérdidas relacionadas con la responsabilidad general, responsabilidad por productos, responsabilidad automotor, accidentes de trabajo y reclamos médicos. El costo final esperado por los reclamos incurridos al cierre del ejercicio no está descontado y se reconoce como pasivo. El costo final esperado de los reclamos se calcula analizando datos históricos y estimaciones actuariales.

## **Gastos de publicidad pagados por adelantado**

Los costos de producción de publicidad para radio y televisión, junto con los costos de compra de espacio en los medios, se imputan a gastos cuando la publicidad aparece por primera vez. El rubro Otros activos circulantes de los Balances consolidados que se adjuntan incluye \$44 millones y \$42 millones para los años fiscales 2006 y 2005 respectivamente, en concepto de costos de producción de publicidad impresa y televisiva pagados por adelantado.

## **Asignaciones de proveedores**

Las Asignaciones de proveedores consisten principalmente en descuentos por volumen que se obtienen por lograr ciertos niveles de compra y asignaciones de cooperación por publicidad que se obtienen por la promoción de productos de proveedores que, por lo general, se basan en cantidades mínimas garantizadas con cantidades adicionales que se obtienen por lograr ciertos niveles de compras. Estas asignaciones de proveedores se devengan a medida que se obtienen y aquellas que se reciben por haber logrado ciertos niveles de compras se devengan durante el período de incentivo, en función de las estimaciones de compras.

Los descuentos por volumen y las asignaciones de cooperación por publicidad se contabilizan inicialmente como una reducción del rubro Inventario de mercancías y como una posterior reducción del rubro Costo de las mercancías vendidas cuando se vende el producto en cuestión. Ciertas asignaciones de cooperación por publicidad que son reembolsos de costos específicos, incrementales e identificables en los que se incurrió para promocionar los productos del proveedor se contabilizan como una deducción de los gastos de publicidad. En los años fiscales 2006, 2005 y 2004, los gastos netos de publicidad fueron de \$1.1 mil millones, \$1.1 mil millones y \$1.0 mil millones respectivamente y se registraron en el rubro Gastos por ventas, administrativos y generales.

## **Costo de las mercancías vendidas**

El Costo de las mercancías vendidas incluye el costo real de las mercancías vendidas y de los servicios prestados, el costo de transporte de las mercaderías desde el establecimiento del proveedor hasta las tiendas, establecimientos o clientes de la Compañía, el costo operativo de los centros de distribución de la Compañía y el costo de los programas de intereses diferidos que se ofrecen a través del programa de la tarjeta de crédito de marca propia de la Compañía.

El costo de manejo y envío de las mercancías desde las tiendas, establecimientos o centros de distribución de la Compañía hasta el establecimiento del cliente se clasifica en el rubro Gastos por venta, administrativos y generales. El costo de envío y manejo, que incluye los costos internos y pagos a terceros, clasificado como Gastos por ventas, administrativos y generales fue de \$741 millones, \$563 millones y \$499 millones en los años fiscales 2006, 2005 y 2004, respectivamente.

## **Plusvalía mercantil y Otros activos intangibles**

La plusvalía mercantil representa el exceso del precio de compra sobre el valor razonable de los activos netos adquiridos. La Compañía no amortiza la plusvalía mercantil, pero estima su recuperabilidad en el tercer trimestre de cada año fiscal, y de esta forma determina si el valor razonable de cada unidad que se informa respalda el respectivo valor contable. Los valores razonables de las unidades identificadas de la Compañía que se informan se estimaron utilizando el valor presente esperado de los flujos de efectivo descontados.

La Compañía amortiza el costo de otros activos intangibles durante sus vidas útiles estimadas que varían de 1 a 14 años, a menos que dichas vidas útiles se consideren indefinidas. Los activos intangibles con vidas útiles indefinidas se evalúan en el tercer trimestre de cada año fiscal para determinar la desvalorización. La Compañía no contabilizó cargos por desvalorización para los años fiscales 2006, 2005 ó 2004.

## **Desvalorización de activos de vida útil prolongada**

La Compañía evalúa el valor de libros de los activos de vida útil prolongada cuando la gerencia toma la decisión de trasladar o de cerrar una tienda u otro establecimiento, o cuando las circunstancias indican que el valor de libros de un activo podría no ser recuperable. Las pérdidas relacionadas con la desvalorización de activos de vida útil prolongada se reconocen en la medida en que la suma de flujos de efectivo estimados a futuro no descontados que se espera obtener como resultado del uso del activo sea menor que el valor de libros del activo. Si el valor de libros es mayor que los futuros flujos de efectivo, se constituye una provisión para reducir el valor de libros de los activos en cuestión al valor neto recuperable estimado. Las pérdidas por desvalorización se contabilizaron como un componente del rubro Gastos por ventas, administrativos y generales de los Estados de resultados consolidados adjuntos. Cuando una ubicación cierra, la Compañía también reconoce el valor presente neto de futuras obligaciones de arrendamiento en el rubro Gastos por ventas, administrativos y generales, neto de la renta estimada proveniente de subarrendamientos.

En el año fiscal 2005, la Compañía contabilizó \$91 millones en el rubro Gastos por ventas, administrativos y generales relacionados con cargos por desvalorización de activos y obligaciones de arrendamiento en curso asociadas al cierre de sus 20 tiendas EXPO. Adicionalmente, en el año fiscal 2005 la Compañía contabilizó gastos por \$29 millones en el rubro Costo de las mercancías vendidas en concepto de rebajas de inventarios en estas tiendas. La Compañía contabilizó asimismo cargos por desvalorización en relación con otros cierres y traslados en el transcurso habitual de las operaciones, que no fueron significativos para los Estados financieros consolidados de la Compañía en los años fiscales 2006, 2005 y 2004.

### Remuneración basada en acciones

A partir del 3 de febrero de 2003, la Compañía adoptó el método de valor razonable de mercado para registrar el gasto por remuneración basada en acciones según la Declaración de Normas de Contabilidad Financiera (“SFAS”) N° 123, “Contabilidad para la remuneración basada en acciones” (en adelante, “SFAS 123”). La Compañía seleccionó el método que adoptaría en el futuro según se describe en la SFAS N° 148, “Contabilidad para la remuneración basada en acciones - Transición y divulgación” y, en consecuencia, reconoció el gasto por remuneración basada en acciones con respecto a las opciones de compra de acciones otorgadas, modificadas o pagadas y el gasto relacionado con el Plan de compra de acciones para el empleado (“ESPP”) después del inicio del año fiscal 2003. Con vigencia a partir del 30 de enero de 2006, la Compañía adoptó las disposiciones de la SFAS 123(R) sobre el reconocimiento del valor razonable de mercado, “Remuneración basada en acciones” (en adelante, “SFAS 123(R)”), utilizando el método de transición modificado que adoptaría en el futuro. De acuerdo con el método de transición modificado que adoptaría en el futuro, la Compañía comenzó a imputar a gastos las opciones de compra de acciones pendientes de perfeccionamiento otorgadas antes del año fiscal 2003, además de continuar reconociendo el gasto por remuneraciones basadas en acciones para todos los pagos basados en acciones otorgados desde la adopción de SFAS 123 en el año fiscal 2003. Durante el año fiscal 2006, la Compañía reconoció un gasto adicional por remuneraciones basadas en acciones de aproximadamente \$40 millones, producto de la adopción de SFAS 123(R). Dado que la mayor parte de las opciones de compra de acciones otorgadas antes de 2003 ya fueron plenamente conferidas, la Compañía estima que SFAS 123(R) no afectará significativamente su situación financiera consolidada ni los resultados de sus operaciones luego del año fiscal 2006. No se han reexpresado los resultados de períodos anteriores.

El valor razonable de mercado promedio ponderado por acción de las opciones de compra de acciones otorgadas durante los años fiscales 2006, 2005 y 2004 fue de \$11.88, \$12.83 y \$13.57, respectivamente. El valor razonable de mercado de estas opciones se determinó en la fecha de otorgamiento usando el modelo de precios de opciones Black-Scholes con los siguientes supuestos:

	Año fiscal finalizado el		
	28 de enero de 2007	29 de enero de 2006	30 de enero de 2005
Tasa de interés libre de riesgo	4.7%	4.3%	2.6%
Volatilidad supuesta	28.5%	33.7%	41.3%
Rentabilidad supuesta del dividendo	1.5%	1.1%	0.8%
Vida útil estimada de las opciones	5 años	5 años	5 años

La siguiente tabla muestra el efecto que hubiese tenido sobre la Utilidad neta y la Ganancia por acción si la Compañía hubiera aplicado las disposiciones de la SFAS 123(R) sobre el reconocimiento del valor razonable de mercado para todas las remuneraciones basadas en acciones en cada período (cantidades expresadas en millones, excepto los datos por acción):

	Año fiscal finalizado el		
	28 de enero de 2007	29 de enero de 2006	30 de enero de 2005
Utilidad neta, según lo informado	<b>\$5,761</b>	\$5,838	\$5,001
Más: Gasto por remuneración basada en acciones incluido en la Utilidad neta informada, neto de los respectivos efectos impositivos	<b>186</b>	110	79
Menos: Gasto total por remuneración basada en acciones determinado según el método del valor razonable de mercado para todas las adjudicaciones, neto de los respectivos efectos impositivos	<b>(186)</b>	(197)	(237)
Utilidad neta proyectada	<b>\$5,761</b>	\$5,751	\$4,843
Ganancia por acción:			
Básica: según lo informado	<b>\$ 2.80</b>	\$ 2.73	\$ 2.27
Básica: proyectada	<b>\$ 2.80</b>	\$ 2.69	\$ 2.19
Diluida: según lo informado	<b>\$ 2.79</b>	\$ 2.72	\$ 2.26
Diluida: proyectada	<b>\$ 2.79</b>	\$ 2.68	\$ 2.19

## Instrumentos derivados

La Compañía utiliza eventualmente instrumentos financieros derivados para controlar su exposición a las tasas de interés sobre la deuda a largo plazo. La Compañía contabiliza sus instrumentos financieros derivados de acuerdo con SFAS N° 133, "Contabilidad para instrumentos derivados y actividades de cobertura". No existían instrumentos derivados en circulación al 28 de enero de 2007.

## Resultado integral

El rubro Resultado integral incluye la Utilidad neta ajustada en función de ciertos ingresos, egresos, ganancias y pérdidas que se excluyen de la Utilidad neta, de conformidad con los principios de contabilidad generalmente aceptados. Los ajustes realizados a la Utilidad neta son en su mayoría ajustes por conversión de moneda extranjera y cobertura de tasas de interés.

## Conversión de moneda extranjera

Los activos y pasivos en moneda extranjera se convierten a dólares estadounidenses al tipo de cambio vigente al último día del período que se informa. Los ingresos y egresos se suelen convertir al tipo de cambio diario y las transacciones con acciones se convierten usando el tipo de cambio vigente en el día de la transacción.

## Reclasificaciones

Ciertos importes de años fiscales anteriores han sido reclasificados para adecuarse a la presentación adoptada en el presente año fiscal.

## 2. BOLETÍN CONTABLE DEL EQUIPO DE TRABAJO DE LA COMISIÓN DE VALORES Y BOLSA N° 108

En septiembre de 2006, la Comisión de Valores y Bolsas ("SEC") emitió el Boletín Contable del Equipo de Trabajo de la Comisión de Valores y Bolsa N° 108, denominado "Consideración de los efectos de errores del año fiscal anterior al cuantificar los errores de los estados financieros del corriente año" (en adelante, "SAB 108"). El SAB 108 establece el proceso para cuantificar errores en los estados financieros del año fiscal anterior y el efecto de los mismos en los estados financieros del corriente año. Las disposiciones del SAB 108 permiten que las compañías informen el efecto acumulativo de la corrección de errores no significativos del año anterior, en función del método histórico utilizado por las mismas para analizar errores, ajustando el saldo al inicio de resultados no asignados en los estados financieros del corriente año, en lugar de modificar informes presentados anteriormente. SAB 108 se aplica a los años fiscales finalizados después del 15 de noviembre de 2006, y por lo tanto se aplicaba a los estados financieros de The Home Depot del año fiscal 2006. De conformidad con SAB 108, la Compañía ha ajustado el

saldo al inicio de Resultados no asignados para el año fiscal 2006 en los Estados financieros consolidados adjuntos para las partidas que se describen a continuación. La Compañía no considera que estos ajustes tengan efectos significativos sobre los estados financieros consolidados de la Compañía en ninguno de los años anteriores.

#### *Prácticas históricas de opciones de compra de acciones*

Durante el año fiscal 2006, la Compañía encomendó a la Junta Directiva un análisis de las prácticas históricas de opciones de compra de acciones. Un sub-comité del Comité de Auditoría llevó a cabo dicho análisis, con la ayuda de un asesor jurídico externo independiente y ha concluido su tarea. Las principales conclusiones del análisis fueron las siguientes:

- El precio de ejercicio de todas las opciones otorgadas en el período que se extiende desde 2002 hasta el presente se basó en el precio de mercado de las acciones de la Compañía a la fecha de aprobación del otorgamiento por parte de la Junta Directiva o de un funcionario autorizado a tal fin. Durante este período, el departamento de administración de acciones corrigió los errores administrativos con carácter retroactivo y sin aprobaciones por separado. Los errores administrativos incluían omisiones involuntarias de beneficiarios de las listas previamente aprobadas y errores en el cálculo de la cantidad de opciones otorgadas a determinados empleados en las listas aprobadas.
- El precio de ejercicio de todas las opciones otorgadas desde el 1 diciembre de 2000 hasta el final de 2001 se basó en el precio de mercado de las acciones de la Compañía a la fecha de una reunión de la Junta Directiva o alguna otra fecha seleccionada sin contar con información a posteriori. El otorgamiento anual realizado en febrero de 2001 recién se atribuyó definitivamente a los beneficiarios varias semanas después de aprobado el otorgamiento. Durante este período, el departamento de administración de acciones también corrigió errores administrativos en forma retroactiva y sin aprobaciones separadas como en el período que se extiende desde 2002 hasta el presente.
- Para los otorgamientos anuales de opciones y ciertos otorgamientos de opciones trimestrales desde 1981 hasta noviembre de 2000, la fecha de otorgamiento informada siempre era anterior a la fecha real en que un comité de la Junta Directiva aprobaba los otorgamientos. Prácticamente en todos los casos, el precio de las acciones en la fecha de aprobación aparente era mayor al precio de la fecha de otorgamiento informada. Los errores que consistían en informar una fecha anterior a la real se produjeron en los otorgamientos a todo nivel de la Compañía. El personal jerárquico, que ya ha abandonado la Compañía, habitualmente tenía como práctica revisar los precios de cierre correspondiente a un período anterior y seleccionar una fecha con un precio bajo de las acciones para incrementar el valor de las opciones a los empleados en listas de beneficiarios que eran posteriormente aprobadas por un comité de la Junta Directiva.
- Los otorgamientos anuales de opciones desde 1994 hasta 2000, así como muchos otorgamientos trimestrales durante este período recién fueron asignados a los beneficios varias semanas después de la fecha de otorgamiento informada. Debido a la inexistencia de registros anteriores a 1994, no queda claro si las asignaciones también se llevaban una fecha posterior a las fechas de otorgamiento seleccionadas entre 1981 y 1993. Por otra parte, respecto de muchos de estos otorgamientos anuales y trimestrales ocurridos desde 1981 hasta diciembre de 2000, no se cuenta con documentación suficiente como para determinar con certeza la fecha real en que los otorgamientos fueron aprobados por un comité de la Junta Directiva. Por último, el departamento de administración de acciones de la Compañía también agregó, con carácter retroactivo, empleados a listas de beneficiarios aprobados, o modificó la cantidad de opciones otorgadas a empleados específicos, sin la autorización de la Junta Directiva o de un comité designado por dicha Junta para corregir errores administrativos.
- Se llevaron a cabo muchos otorgamientos de opciones a personal no jerárquico de conformidad con delegaciones de autoridad que podrían no haber estado vigentes de acuerdo con las leyes de Delaware.
- En muchos casos, y principalmente antes de 2003, los beneficiarios de otorgamientos que debían declarar los mismos ante la SEC no lo hicieron dentro de los plazos perentorios o, directamente omitieron hacerlo.
- El subcomité concluyó que no existieron contravenciones intencionales por parte de ningún miembro actual del equipo de gestión de la Compañía ni de la Junta Directiva.



La Compañía sostiene que, debido a estos errores, experimentó un gasto total no contabilizado durante el período afectado (desde 1981 hasta 2005) de \$227 millones, incluidos los respectivos rubros impositivos. De acuerdo con las disposiciones de SAB 108, la compañía disminuyó el saldo al inicio de los Resultados no asignados para el año fiscal 2006 en \$227 millones dentro de los Estados financieros consolidados adjuntos.

Como se indicó anteriormente, el personal de la SEC comenzó una investigación informal sobre las prácticas de opciones de compra de acciones de la Compañía, y el Procurador General del Estado del distrito sur de Nueva York también ha solicitado información sobre la materia. La Compañía está cooperando plenamente con estas agencias. Si bien la Compañía no puede predecir el resultado de estas cuestiones, no cree que puedan tener efectos adversos significativos sobre su situación financiera consolidada o los resultados de operaciones.

La Compañía no cree que el efecto del ajuste a las opciones de compra de acciones fue significativo, ya sea en términos cuantitativos o cualitativos, en ninguno de los años cubiertos por la revisión de estos rubros. Para efectuar dicha determinación, se consideraron las siguientes medidas cuantitativas (cantidades expresadas en millones):

<u>Año fiscal</u>	<u>Efecto neto del ajuste después de impuestos</u>	<u>Utilidad neta informada</u>	<u>Porcentaje de utilidad neta informada</u>
2005	\$11	\$5,838	0.19%
2004	18	5,001	0.36
2003	18	4,304	0.42
2002	21	3,664	0.57
1981-2001	159	14,531	1.09
Total	\$227	\$33,338	0.68%

#### *Créditos relacionados con proveedores*

La Compañía contabiliza créditos contra facturas de proveedores por diversos motivos relacionados con la recepción de productos. La Compañía identificó previamente que no estaba contabilizando una previsión por reversiones posteriores de estos créditos en función de la experiencia histórica. El saldo al inicio de Resultados no asignados para el año fiscal 2006 ha disminuido en \$30 millones en los Estados financieros consolidados adjuntos para reflejar los ajustes correspondientes a los rubros Inventario de mercancías y Cuentas por pagar, netos de impuestos.

#### *Efectos de los ajustes*

A continuación se exponen los efectos de cada uno de los rubros mencionados, netos de impuestos, sobre los saldos al inicio del año fiscal 2006 (cantidades expresadas en millones):

	<u>Efecto acumulativo al 30 de enero de 2006</u>		
	<u>Prácticas de opciones de compra de acciones</u>	<u>Créditos relacionados con proveedores</u>	<u>Total</u>
Inventario de mercancías	\$—	\$9	\$9
Cuentas por pagar	—	(59)	(59)
Impuesto a la renta diferido	11	20	31
Otras Provisiones para gastos	(37)	—	(37)
Capital integrado	(201)	—	(201)
Resultados no asignados	227	30	257
Total	\$—	\$—	\$—

### 3. **ACTIVOS INTANGIBLES**

Los activos intangibles de la Compañía al cierre del año fiscal 2006 y del año fiscal 2005, los cuales se incluyen en el rubro Otros activos de los Balances consolidados adjuntos, se componían de la siguiente forma (cantidades expresadas en millones):

	28 de enero de 2007	29 de enero de 2006
Relaciones con clientes	\$756	\$283
Marcas registradas y franquicias	106	92
Otros	67	58
Menos amortización acumulada	(151)	(35)
Total	<u>\$778</u>	<u>\$398</u>

La amortización relacionada con los activos intangibles fue de \$117 millones, \$29 millones y \$4 millones para los años fiscales 2006, 2005 y 2004, respectivamente. La amortización futura estimada de los activos intangibles registrada al 28 de enero de 2007 es de \$107 millones, \$105 millones, \$99 millones, \$94 millones y \$82 millones para los años fiscales 2007 a 2011, respectivamente.

### 4. **DEUDA**

La Compañía cuenta con un programa de papeles comerciales que permite tomar préstamos por un importe máximo de \$2.5 mil millones. Todos los préstamos a corto plazo de la Compañía en los años fiscales 2006 y 2005 se tomaron de acuerdo con este programa de papeles comerciales. En conexión con el programa de papeles comerciales, la Compañía tiene una línea de crédito de reserva de hasta \$2.0 mil millones, otorgada por un consorcio de bancos. La línea de crédito, que vence en diciembre de 2010, contiene varias restricciones. Sin embargo, no se espera que ninguna de ellas tenga efectos significativos sobre la liquidez o los recursos de capital de la Compañía.

La Deuda a corto plazo de acuerdo con el programa de papeles comerciales se componía de la siguiente manera (cantidades expresadas en millones de dólares):

	28 de enero de 2007	29 de enero de 2006
Saldo pendiente de cancelación al cierre del año fiscal	\$—	\$900
Importe máximo pendiente de cancelación al cierre de cualquier mes	\$1,470	\$900
Promedio diario de préstamos a corto plazo	\$300	\$22
Tasa de interés promedio ponderada	5.1%	4.3%

La deuda a largo plazo de la Compañía al cierre del año fiscal 2006 y el año fiscal 2005 se componía de lo siguiente (cantidades expresadas en millones):

	28 de enero de 2007	29 de enero de 2006
Obligaciones principales a 5.375%; con vencimiento el 1 de abril de 2006; pagos semestrales de intereses el 1 de abril y el 1 de octubre	\$—	\$500
Obligaciones principales a 3.75%; con vencimiento el 15 de septiembre de 2009; pagos semestrales de intereses el 15 de marzo y el 15 de septiembre	997	996
Obligaciones principales a tasa flotante; con vencimiento el 16 de diciembre de 2009; pagos de intereses el 16 de marzo, 16 de junio, 16 de septiembre y 16 de diciembre	750	—
Obligaciones principales a 4.625%; con vencimiento el 15 de agosto de 2010; pagos semestrales de intereses el 15 de febrero y el 15 de agosto	997	996
Obligaciones principales a 5.20%; con vencimiento el 1 de marzo de 2011; pagos semestrales de intereses el 1 de marzo y el 1 de septiembre	1,000	—
Obligaciones principales a 5.25%; con vencimiento el 16 de diciembre de 2013; pagos semestrales de intereses el 16 de junio y el 16 de diciembre	1,243	—
Obligaciones principales a 5.40%; con vencimiento el 1 de marzo de 2016; pagos semestrales de intereses el 1 de marzo y el 1 de septiembre	2,986	—
Obligaciones principales a 5.875%; con vencimiento el 16 de diciembre de 2036; pagos semestrales de intereses el 16 de junio y el 16 de diciembre	2,958	—
Obligaciones de arrendamiento financiero; a pagar en cuotas variables hasta el 31 de enero de 2055	419	381
Otros	311	312
Total Deuda a largo plazo	11,661	3,185
Menos porción corriente	18	513
Deuda a largo plazo, sin incluir porción corriente	<b>\$11,643</b>	<b>\$2,672</b>

En diciembre de 2006, la Compañía emitió \$750 millones de Obligaciones principales a tasa flotante con vencimiento el 16 de diciembre de 2009 a valor nominal, \$1.25 mil millones de Obligaciones principales a 5.25% con vencimiento el 16 de diciembre de 2013 con un descuento de \$7 millones y \$3.0 mil millones de Obligaciones principales a 5.875% con vencimiento el 16 de diciembre de 2036 con un descuento de \$42 millones, referidas colectivamente como “Emisión de diciembre de 2006”. Los fondos netos de la Emisión de diciembre de 2006 se utilizaron para financiar, en parte, las readquisiciones de acciones ordinarias, para cancelar los papeles comerciales pendientes y para fines generales de la Compañía. El descuento de \$49 millones y los costos de emisión de \$37 millones relacionados con la Emisión de diciembre de 2006 se amortizan a lo largo del plazo de las Obligaciones principales relacionadas utilizando el método del tipo de interés efectivo.

Asimismo, en octubre de 2006, la Compañía celebró acuerdos de *swap* de tasa de interés a plazo por un monto teórico de \$1.0 mil millones, que se contabilizaron como operaciones de cobertura de flujos de efectivo frente a las fluctuaciones de la tasa de interés antes de la emisión de las Obligaciones principales a una tasa de 5.875% con vencimiento el 16 de diciembre de 2036. Al emitir la deuda con cobertura en diciembre de 2006, la Compañía canceló sus acuerdos de *swap* de tasa de interés a plazo y contabilizó una disminución de \$11 millones, neta del impuesto a la renta, en el rubro Otros resultados integrales acumulados, que se amortizará con cargo a intereses durante la vigencia de la deuda relacionada.

En marzo de 2006, la Compañía emitió Obligaciones principales por valor de \$1.0 mil millones a una tasa de 5.20% con vencimiento el 1 de marzo de 2011, con un descuento de \$1 millón, y Obligaciones principales por valor de \$3.0 mil millones a 5.40% con vencimiento el 1 de marzo de 2016, con un descuento de \$15 millones, referidas colectivamente como “Emisión de marzo de 2006”. Los fondos netos de la Emisión de marzo de 2006 se aplicaron al pago del precio de adquisición de Hughes Supply, Inc. y a la cancelación de las Obligaciones principales a 5.375% de la Compañía con vencimiento en abril de 2006 por un importe total de \$500 millones. El descuento de \$16 millones y los costos de emisión de \$19 millones relacionados con la Emisión de marzo de 2006 se están amortizando a lo largo del plazo de las Obligaciones principales relacionadas utilizando el método del tipo de interés efectivo.

Asimismo, en marzo de 2006, la Compañía celebró acuerdos de *swap* de tasa de interés a plazo por un monto teórico de \$2.0 mil millones, que se contabilizaron como operaciones de cobertura de flujos de efectivo frente a las fluctuaciones de la tasa de interés antes de la emisión de las Obligaciones principales a una tasa de 5.40% con vencimiento el 1 de marzo de 2016. Al emitir la deuda con cobertura, la Compañía canceló sus acuerdos de *swap* de tasa de interés a plazo y contabilizó una disminución de \$12 millones, neta del impuesto a la renta, en el rubro Otros resultados integrales acumulados, que se amortizará con cargo a intereses durante la vigencia de la deuda relacionada.

En agosto de 2005, la Compañía emitió \$1.0 mil millones de Obligaciones a 4.625% con vencimiento el 15 de agosto de 2010 (“Emisión de agosto de 2005”) con un descuento de \$5 millones. Los fondos netos de \$995 millones provenientes de la emisión se utilizaron para cancelar una parte del precio de adquisición de National Waterworks, Inc. El descuento de \$5 millones y los costos de emisión de \$7 millones relacionados con la Emisión de agosto de 2005 se están amortizando a lo largo del plazo de las Obligaciones principales relacionadas utilizando el método del tipo de interés efectivo.

La Compañía tenía asimismo \$1.0 mil millones de Obligaciones principales a 3.75% con vencimiento el 15 de septiembre de 2009 pendientes de cancelación al 28 de enero de 2007, referidas colectivamente con la Emisión de diciembre de 2006, la Emisión de marzo de 2006 y la Emisión de agosto de 2005 como “Obligaciones principales”. La Compañía puede rescatar las Obligaciones principales en cualquier momento, en todo o en parte, a un valor de rescate más los intereses acumulados hasta la fecha de rescate. El valor de rescate es igual a (1) 100% del capital de las Obligaciones principales a rescatar, o (2) la suma de los valores actuales de los pagos programados restantes del capital y de los intereses hasta el vencimiento, el importe que fuera mayor. Además, si se produjera un Hecho desencadenante de un cambio de control, según lo estipulado en los términos y condiciones de la Emisión de diciembre de 2006, los tenedores de la Emisión de diciembre de 2006 tendrán derecho a exigir a la Compañía el rescate de dichas obligaciones a 101% del importe total del capital de las obligaciones, más los intereses devengados a la fecha del rescate.

Por lo general, los instrumentos de emisión que rigen las Obligaciones principales no restringen la capacidad de endeudamiento de la Compañía, ni tampoco obligan a la misma a mantener coeficientes financieros o niveles específicos de patrimonio o de liquidez. Sin embargo, los instrumentos de emisión que rigen las Obligaciones principales contienen diversas cláusulas restrictivas, pero no se espera que ninguna de ellas afecte la liquidez o los recursos de capital de la Compañía.

El rubro Intereses en los Estados de resultados consolidados adjuntos se contabiliza neto de intereses capitalizados por \$47 millones, \$51 millones y \$40 millones durante los años fiscales 2006, 2005 y 2004, respectivamente. Los vencimientos de la Deuda a largo plazo ascienden a \$18 millones para el año fiscal 2007, \$301 millones para el año fiscal 2008, \$1.8 mil millones para el año fiscal 2009, \$1.0 mil millones para el año fiscal 2010, \$1.0 mil millones para el año fiscal 2011 y \$7.5 mil millones para los años subsiguientes.

Al 28 de enero de 2007, el valor de mercado de las Obligaciones principales era de aproximadamente \$10.9 mil millones. El valor razonable estimado del resto de la deuda a largo plazo, excluyendo las obligaciones de arrendamiento financiero, era de aproximadamente \$316 millones mientras que el valor de libros era de \$311 millones. Estos valores razonables se estimaron utilizando un análisis de flujo de efectivo descontado basado en la tasa pasiva incremental de la Compañía para pasivos similares.

## 5. IMPUESTO A LA RENTA

El desglose de la Utilidad antes de la Provisión para impuesto a la renta para los años fiscales 2006, 2005 y 2004 era el siguiente (cantidades expresadas en millones):

	Año fiscal finalizado el		
	28 de enero de 2007	29 de enero de 2006	30 de enero de 2005
Estados Unidos	<b>\$8,709</b>	\$8,736	\$7,508
Extranjero	<b>599</b>	546	404
Total	<b>\$9,308</b>	\$9,282	\$7,912

La Provisión para impuesto a la renta se compone de lo siguiente (cantidades expresadas en millones):

	Año fiscal finalizado el		
	28 de enero de 2007	29 de enero de 2006	30 de enero de 2005
Circulante:			
Federal	<b>\$2,831</b>	\$3,394	\$2,153
De los estados	<b>409</b>	507	279
Extranjero	<b>329</b>	156	139
	<b><u>3,569</u></b>	<u>4,057</u>	<u>2,571</u>
Diferido:			
Federal	<b>(9)</b>	(527)	304
De los estados	<b>(9)</b>	(111)	52
Extranjero	<b>(4)</b>	25	(16)
	<b><u>(22)</u></b>	<u>(613)</u>	<u>340</u>
Total	<b><u>\$3,547</u></b>	<u>\$3,444</u>	<u>\$2,911</u>

La tasa vigente combinada del impuesto a la renta federal, de los estados y extranjera de la Compañía para los años fiscales 2006, 2005 y 2004, neta de deducciones generadas por los beneficios impositivos federales, de los estados y extranjeros, fue de aproximadamente 38.1%, 37.1% y 36.8%, respectivamente.

La conciliación de la Provisión para impuesto a la renta a la tasa federal obligatoria de 35% con el cargo a resultados por impuesto a la renta real para los años fiscales aplicables, era la siguiente (cantidades expresadas en millones):

	Año fiscal finalizado el		
	28 de enero de 2007	29 de enero de 2006	30 de enero de 2005
Impuesto a la renta a la tasa federal obligatoria	<b>\$3,258</b>	\$3,249	\$2,769
Impuesto a la renta de los estados, neto del beneficio del impuesto a la renta federal	<b>261</b>	279	215
Diferencias por impuestos pagados en el extranjero	<b>5</b>	(10)	(17)
Cambios en la previsión para activos por impuesto a la renta diferido	<b>—</b>	(23)	(31)
Otros, neto	<b>23</b>	(51)	(25)
Total	<b><u>\$3,547</u></b>	<u>\$3,444</u>	<u>\$2,911</u>

Los efectos impositivos de las diferencias temporarias que generan gran parte de los activos y pasivos por impuesto a la renta diferido al 28 de enero de 2007 y al 29 de enero de 2006, fueron los siguientes (cantidades expresadas en millones):

	28 de enero de 2007	29 de enero de 2006
Circulante:		
Activos por impuesto a la renta diferido:		
Pasivo por autoseguro acumulado	\$94	\$143
Otros pasivos acumulados	603	278
Otros	—	28
Activo circulante por impuesto a la renta diferido	697	449
Pasivo por impuesto a la renta diferido:		
Deducción de inventario anticipada	(137)	(271)
Otros	(29)	(17)
Pasivo circulante por impuesto a la renta diferido	(166)	(288)
Activo circulante por impuesto a la renta diferido, neto	531	161
No circulante:		
Activos por impuesto a la renta diferido:		
Pasivo por autoseguro acumulado	325	354
Otros pasivos acumulados	—	35
Pérdidas operativas netas	66	63
Activo no circulante por impuesto a la renta diferido	391	452
Pasivo por impuesto a la renta diferido:		
Activo fijo	(1,365)	(1,160)
Plusvalía mercantil y otros activos intangibles	(361)	(209)
Otros	(74)	—
Pasivo no circulante por impuesto a la renta diferido	(1,800)	(1,369)
Pasivo no circulante por impuesto a la renta diferido, neto	(1,409)	(917)
Pasivo por impuesto a la renta diferido neto	\$(878)	\$(756)

El Activo circulante por impuesto a la renta diferido y el Pasivo circulante por impuesto a la renta diferido se compensan por jurisdicción tributaria, en tanto el Activo no circulante por impuesto a la renta diferido y el Pasivo no circulante por impuesto a la renta diferido se compensan por jurisdicción tributaria y se incluyen en los Balances consolidados adjuntos de la siguiente forma (cantidades expresadas en millones):

	28 de enero de 2007	29 de enero de 2006
Otros activos circulantes	\$561	\$221
Otros activos	7	29
Otras provisiones para gastos	(30)	(60)
Impuesto a la renta diferido	(1,416)	(946)
Pasivo por impuesto a la renta diferido neto	\$( 878)	\$(756)

La Compañía considera que la realización de los activos por impuesto a la renta diferido es muy probable, en función de la expectativa de que generarán la renta imponible necesaria en períodos futuros y, en consecuencia, no se han constituido reservas de contingencia. Como resultado de las adquisiciones que se registraron según el método de la compra, se contabilizaron \$118 millones en concepto de Pasivo por impuesto a la renta diferido en el año fiscal 2006, lo cual representa la diferencia entre el valor de libros y la base imponible de los activos adquiridos.

Al 28 de enero de 2007, la Compañía tenía pérdidas operativas netas trasladables a ejercicios futuros por el impuesto a la renta de los estados y extranjera para reducir la renta imponible futura, con vencimiento en distintas fechas entre 2010 y 2026. La Gerencia ha concluido que es muy probable que dichos beneficios impositivos relacionados con las pérdidas operativas netas sean realizados y, por lo tanto, no se ha constituido una provisión para activos por impuesto a la renta diferido. La Compañía no ha constituido una provisión para impuesto a la renta diferido de EE.UU. por los \$1.2 mil millones de ganancias no distribuidas de subsidiarias internacionales, dada su intención de reinvertir dichas ganancias indefinidamente fuera de EE.UU. No es posible determinar el importe del pasivo por impuesto a la renta diferido de EE.UU. no reconocido relacionado con las ganancias no distribuidas; sin embargo, el crédito fiscal por impuesto a la renta pagado en el extranjero no reconocido podría utilizarse para reducir una parte de dicho pasivo.

Las declaraciones de impuesto a la renta de la Compañía son sometidas regularmente a la auditoría de las autoridades fiscales



locales y extranjeras. Dichas auditorías incluyen indagaciones en relación con las posiciones fiscales declaradas por la Compañía, incluyendo el momento en que se realizan las deducciones, el importe de las mismas y la asignación de la renta a las distintas jurisdicciones tributarias. En 2005, el Servicio de Rentas Internas terminó de evaluar las declaraciones de impuesto a la renta federal de EE.UU. presentadas por la Compañía hasta el año fiscal 2002. Ciertas cuestiones relacionadas con las evaluaciones de los años fiscales 2001 y 2002 están en proceso de apelación, cuyo resultado se estima no afectaría significativamente los estados financieros de la Compañía. Durante 2006, el Servicio de Rentas Internas comenzó una auditoría de las declaraciones de impuesto a la renta de la Compañía presentadas en los años fiscales 2003 y 2004. Se estima que esta auditoría no se completará hasta después del año fiscal 2007. En este momento, la Compañía no espera que los resultados de la auditoría tengan efectos significativos sobre sus estados financieros.

Durante el segundo trimestre del año fiscal 2006, la Asamblea Nacional de Québec sancionó la legislación que modifica determinadas leyes impositivas con efecto retroactivo y expone a la Compañía a impuestos e intereses adicionales. En consecuencia, la Compañía recibió una determinación de impuestos de la autoridad fiscal de Québec por valor de \$57 millones en concepto de impuestos retroactivos y \$12 millones en concepto de intereses asociados, correspondientes a los años fiscales 2002 a 2005. La Compañía incluyó estos impuestos retroactivos en el cargo a resultados por impuesto a la renta extranjera del año en curso.

En julio de 2006, el Consejo de Normas de Contabilidad Financiera (“FASB”, por sus siglas en inglés) emitió la Interpretación N° 48 del FASB, “Tratamiento contable de incertidumbres en el Impuesto a la renta – una Interpretación de la Declaración N° 109 del FASB” (“FIN 48”). La FIN 48 aclara el tratamiento contable de las incertidumbres en el impuesto a la renta, y establece un parámetro de reconocimiento y un atributo de medición para el reconocimiento y la medición en los estados financieros de una posición tributaria que se adoptó o se espera adoptar en una declaración de impuestos. La FIN 48 exige que las compañías reconozcan los beneficios impositivos en sus estados financieros para una posición tributaria dada, únicamente si resulta más probable que dicha posición sea corroborada en una auditoría, en función de los fundamentos técnicos de la misma. Asimismo, la FIN 48 establece pautas sobre eliminación contable de cuentas, clasificación, intereses y sanciones, contabilización en períodos intermedios, divulgación y transición. La FIN 48 entra en vigor para los años fiscales que comienzan después del 15 de diciembre de 2006. Por ende, es aplicable para The Home Depot en el año fiscal 2007. No se espera que el efecto acumulativo de la adopción de la FIN 48 en el año fiscal 2007 tenga un impacto significativo sobre la situación financiera de la Compañía.

## **6. PLANES DE ACCIONES PARA EMPLEADOS**

El Plan de incentivo de acciones Omnibus 2005 (en adelante, el “Plan 2005”) de The Home Depot, Inc. y el Plan de incentivo de acciones Omnibus 1997 (en adelante, el “Plan 1997”) de The Home Depot, Inc. (en adelante, referidos colectivamente como los “Planes”) estipulan que se pueden emitir opciones de compra de acciones de incentivo, opciones de compra de acciones no calificadas, derechos de revalorización de acciones, acciones restringidas, acciones por desempeño, unidades por desempeño y acciones diferidas a asociados, ejecutivos y directores seleccionados de la Compañía. El Plan 2005 establece que la cantidad máxima autorizada para emitir acciones ordinarias de la Compañía es de 255 millones, y que todo otorgamiento, excepto por la opción de compra de acciones, reduce la cantidad de acciones disponibles para ser emitidas en 2.11 acciones. Al 28 de enero de 2007, 236 millones de acciones estaban disponibles para futuros otorgamientos según el Plan 2005. No se podrán realizar otorgamientos adicionales de acciones del Plan 1997 posteriormente a la adopción del Plan 2005 el 26 de mayo de 2005.

En virtud de los Planes, al 28 de enero de 2007, la Compañía había otorgado un total de 184 millones de opciones de compra de acciones de incentivo y de opciones de compra de acciones no calificadas, netas de cancelaciones (de las cuales 120 millones ya fueron ejercidas). De acuerdo con los términos y condiciones de los Planes, las opciones de compra de acciones de incentivo y las opciones de compra de acciones no calificadas deben valuarse al valor razonable de mercado, o por encima de él, de las acciones de la Compañía a la fecha de otorgamiento. Por lo general, las opciones de compra de acciones de incentivo y las opciones de compra de acciones no calificadas se confieren a una tasa de 25% por año, comenzando en la primera fecha aniversario a partir del otorgamiento y vencen en el décimo aniversario de la fecha de otorgamiento. La Compañía reconoció \$148 millones, \$117 millones y \$71 millones en concepto de gasto por remuneración basada en acciones en los años fiscales 2006, 2005 y 2004, respectivamente, relacionado con opciones de compra de acciones.

En virtud de los Planes, al 28 de enero de 2007, la Compañía había emitido 12 millones de acciones restringidas, netas de cancelaciones (las restricciones sobre los 2 millones de acciones han caducado). Por lo general, las restricciones sobre las acciones restringidas caducan de acuerdo con uno de los siguientes cronogramas: (1) las restricciones sobre 100% de las acciones restringidas caducan a los 3, 4 ó 5 años, (2) las restricciones sobre 25% de las acciones restringidas caducan al tercer o sexto año a partir de la fecha de emisión y 50% de las acciones restringidas restantes caducan cuando el asociado cumple 62 años, o (3) las restricciones sobre 25% de las acciones restringidas caducan al tercer o sexto año a partir de la fecha de emisión y 50% de las acciones restringidas restantes caducan cuando el asociado cumple 60 años o al décimo año, lo que ocurra primero. Asimismo, ciertos otorgamientos podrían no estar sujetos a caducidad al cumplir los 60 años, siempre que el asociado haya prestado cinco años de servicio consecutivo. El valor razonable de las acciones restringidas se imputa a gastos durante el período en que las

restricciones caducan. La Compañía registró un gasto por remuneración basada en acciones en relación con acciones restringidas por \$95 millones, \$32 millones y \$22 millones en los años fiscales 2006, 2005 y 2004, respectivamente.

En los años fiscales 2006, 2005 y 2004, la Compañía había otorgado 417,000, 461,000 y 461,000 acciones diferidas, respectivamente, de conformidad con los Planes. Cada acción diferida le confiere al asociado el derecho a recibir una acción ordinaria hasta cinco años después de conferida la acción diferida, sujeto a ciertos derechos de diferimento del asociado. La Compañía registró un gasto por remuneración basada en acciones en relación con acciones diferidas por \$37 millones, \$10 millones y \$14 millones en los años fiscales 2006, 2005 y 2004, respectivamente.

Al 28 de enero de 2007, la Compañía tenía 2.5 millones de opciones de compra de acciones no calificadas pendientes de ejercicio de acuerdo con planes de opción de compra de acciones no calificadas que no formaban parte de los Planes.

La Compañía mantiene dos planes de compra de acciones para empleados o ESPP, (planes para los Estados Unidos y para otros países). El plan para los asociados de los Estados Unidos es un plan que reúne los requisitos para recibir beneficios impositivos conforme al artículo 423 del Código de impuestos internos. El plan que no es para los asociados de los Estados Unidos no es un plan conforme al artículo 423. El artículo 423 no contempla los planes para otros países que no sean EE.UU. Los ESPP permiten a los asociados comprar hasta 152 millones de acciones ordinarias, de las cuales se han adquirido 120 millones de acciones desde el comienzo de los planes. El precio de compra de las acciones de acuerdo con los ESPP equivale a 85% del valor razonable de mercado de las acciones al último día del período de compra. Durante el año fiscal 2006, 3 millones de acciones habían sido adquiridas de acuerdo con los ESPP a un precio promedio de \$32.06. De acuerdo con los ESPP vigentes al 28 de enero de 2007, los empleados han aportado \$10 millones para adquirir acciones a 85% del valor razonable de mercado de las acciones al último día (30 de junio de 2007) del período de compra. La Compañía tenía 32 millones de acciones disponibles para emitir de acuerdo con los ESPP al 28 de enero de 2007. La Compañía reconoció \$17 millones, \$16 millones y \$15 millones en concepto de gasto por remuneración basada en acciones en los años fiscales 2006, 2005 y 2004, respectivamente, relacionado con ESPP.

En total, la Compañía registró un gasto por remuneración basada en acciones, que incluye el gasto por opciones de compra de acciones, los ESPP, las acciones restringidas y las unidades de acciones diferidas, de \$297 millones, \$175 millones y \$125 millones, en los años fiscales 2006, 2005 y 2004, respectivamente.

La siguiente tabla resume las opciones de compra de acciones pendientes de ejercicio al 28 de enero de 2007, 29 de enero de 2006 y al 30 de enero de 2005 y los cambios durante los años fiscales que finalizaron en esas fechas (acciones expresadas en miles):

	<b>Cantidad de acciones</b>	<b>Precio promedio ponderado de la opción</b>
Pendientes de ejercicio al 1 de febrero de 2004	87,779	\$35.40
Otorgadas	16,713	36.46
Ejercidas	(7,825)	25.94
Canceladas	(10,273)	38.27
Pendientes de ejercicio al 30 de enero de 2005	86,394	\$36.12
Otorgadas	17,721	37.96
Ejercidas	(11,457)	28.83
Canceladas	(8,626)	38.65
Pendientes de ejercicio al 29 de enero de 2006	84,032	\$37.24
Otorgadas	257	39.53
Ejercidas	(10,045)	28.69
Canceladas	(8,103)	40.12
Pendientes de ejercicio al 28 de enero de 2007	66,141	\$38.20

El valor intrínseco total de las opciones de compra de acciones ejercidas durante el año fiscal 2006 fue de \$120 millones.

Al 28 de enero de 2007, existían aproximadamente 66 millones de opciones de compra de acciones pendientes de ejercicio con una vida útil residual promedio ponderada de 5.6 años y un valor intrínseco de \$248 millones. Al 28 de enero de 2007, existían aproximadamente 47 millones de opciones de compra de acciones susceptibles de ejercicio con un precio promedio ponderado de opción de compra de acciones de \$39.20 y un valor intrínseco de \$162 millones. Al 28 de enero de 2007, existían aproximadamente 63 millones de acciones conferidas o que se esperaba fueran conferidas.

La siguiente tabla resume las acciones restringidas pendientes de ejercicio al 28 de enero de 2007 (acciones expresadas en miles):

	<b>Cantidad de acciones</b>	<b>Valor razonable promedio ponderado a la fecha de otorgamiento</b>
Pendientes de ejercicio al 29 de enero de 2006	5,308	\$35.76
Otorgadas	7,575	41.37
Restricciones caducadas	(1,202)	38.03
Canceladas	(1,551)	39.00
Pendientes de ejercicio al 28 de enero de 2007	10,130	\$39.20

## 7. ARRENDAMIENTOS

La Compañía arrienda ciertas tiendas minoristas, bienes destinados a oficinas, almacenamiento y distribución, equipos y vehículos. Si bien la mayoría de los arrendamientos son operativos, ciertas tiendas minoristas y equipos se arriendan bajo la figura de arrendamientos financieros. Se estima que, a medida que los arrendamientos venzan, algunos de ellos serán renovados o reemplazados durante el curso normal de las operaciones.

Ciertos arrendamientos financieros incluyen cláusulas de ajuste automático del precio a lo largo de los plazos de los mismos. La Compañía imputa a gastos el precio del arrendamiento utilizando el método de la línea recta durante la vigencia del arrendamiento que comienza a partir de la fecha en la cual la Compañía adquiere la posesión del inmueble. El gasto acumulativo reconocido utilizando el método de la línea recta que supere los pagos acumulativos se incluye en Otras provisiones para gastos y Otros pasivos a largo plazo en los Balances consolidados adjuntos.

La Compañía tiene un acuerdo de arrendamiento según el cual arrienda determinados activos por \$282 millones. Dicho arrendamiento fue originalmente creado de acuerdo con un acuerdo de financiamiento estructurado e involucra a dos entidades creadas para fines específicos. La Compañía financió una parte de sus tiendas nuevas inauguradas en los años fiscales 1997 a 2003 de acuerdo con dicho acuerdo de arrendamiento. Según dicho acuerdo, el arrendador adquirió los bienes, pagó los costos de construcción y posteriormente arrendó las instalaciones a la Compañía. La Compañía registra los pagos del arrendamiento de acuerdo con los términos y condiciones de los acuerdos de arrendamiento operativo en el rubro Gastos por venta, administrativos y generales, en los Estados de resultados consolidados adjuntos.

El plazo del acuerdo de arrendamiento por \$282 millones vence en el año fiscal 2008 sin opción de renovación. El arrendamiento estipula garantías sustanciales de valor residual de hasta 79% del valor de libros inicial de los activos e incluye la opción de compra al costo original de cada bien. Durante el año fiscal 2005, la Compañía se comprometió a ejercer su opción de compra de los activos regidos por este acuerdo de arrendamiento por \$282 millones al vencimiento del plazo contractual en el año fiscal 2008.

En el primer trimestre del año fiscal 2004, la Compañía adoptó la versión modificada de la Interpretación de la FASB N° 46, “Consolidación de las entidades de participación variable” (“FIN 46”). La interpretación N° 46 exige la consolidación de una entidad de participación variable si la participación variable de una compañía absorbe la mayor parte de las pérdidas estimadas de la entidad o recibe la mayor parte del rendimiento residual estimado de la entidad, o ambas.

De acuerdo con la FIN 46, la Compañía estaba obligada a consolidar una de las dos entidades creadas para fines especiales mencionadas que, antes de la fecha de entrada en vigor de la FIN 46, cumplían con los requisitos para no ser consolidadas. La Compañía, su gerencia o funcionarios no tienen una participación en la segunda entidad creada para fines especiales que es titular de los activos arrendados por la Compañía por \$282 millones. De conformidad con la FIN 46, no se consideraba que la Compañía tenía una participación variable, y por lo tanto, no estaba obligada a consolidar dicha entidad.

La FIN 46 exige la valuación de los activos y pasivos de la Compañía al valor contable, cuyos importes se habrían registrado si la FIN 46 hubiera estado vigente cuando se llevó a cabo la transacción. Por lo tanto, durante el primer trimestre del año fiscal 2004, la Compañía registró una Deuda a largo plazo de \$282 millones y Documentos a cobrar a largo plazo por \$282 millones en los Balances consolidados. La Compañía continúa registrando los pagos del arrendamiento de acuerdo con los términos y condiciones de los acuerdos de arrendamiento operativo en el rubro Gastos por venta, administrativos y generales de los Estados de resultados consolidados adjuntos. La adopción de FIN 46 no tuvo efectos económicos sobre la Compañía.

El gasto total en concepto de arrendamientos, neto de los ingresos menores provenientes de subarrendamientos para los años fiscales 2006, 2005 y 2004 fue de \$958 millones, \$782 millones y \$684 millones, respectivamente. Ciertos arrendamientos de tiendas también estipulan pagos de arrendamiento contingentes basados en porcentajes de ventas que superen los mínimos especificados. El gasto por arrendamiento contingente de los años fiscales 2006, 2005 y 2004 fue de aproximadamente \$9 millones, \$9 millones y \$11 millones, respectivamente. El impuesto sobre los bienes raíces, el seguro, los gastos de mantenimiento y operativos aplicables al bien arrendado son responsabilidad de la Compañía, de conformidad con los acuerdos de arrendamiento.

Al 28 de enero de 2007, los pagos aproximados de arrendamiento mínimos futuros que se rigen por los acuerdos de arrendamiento financiero y de otro tipo eran los siguientes (expresados en millones):

<u>Año fiscal</u>	<u>Arrendamientos financieros</u>	<u>Arrendamientos operativos</u>
2007	\$78	\$917
2008	79	846
2009	78	734
2010	80	647
2011	80	566
En adelante hasta 2097	928	5,421
	<u>1,323</u>	<u>\$9,131</u>
Menos intereses imputados	904	
Valor presente neto de las obligaciones de arrendamiento financiero	419	
Menos porción corriente	13	
Obligaciones de arrendamiento financiero a largo plazo, excluyendo las cuotas corrientes	<u>\$406</u>	

Las obligaciones a corto y largo plazo por los arrendamientos financieros se incluyen en los Balances consolidados adjuntos, en los rubros Porción corriente de la deuda a largo plazo y Deuda a largo plazo, respectivamente. Los activos sujetos a arrendamientos financieros registrados como Activo fijo, neto de amortización, totalizaron \$340 millones y \$304 millones al 28 de enero de 2007 y al 29 de enero de 2006, respectivamente.

## **8. PLANES DE BENEFICIOS PARA EMPLEADOS**

La Compañía mantiene activos planes de jubilación con contribución definida (en adelante, los “Planes de beneficios”). Todos los asociados que cumplan con ciertos requisitos de servicio son admitidos para participar en los Planes de beneficios. La Compañía realiza contribuciones en efectivo en cada período de pago de salarios hasta porcentajes especificados de los aportes que realizan los asociados, según lo aprobado por la Junta Directiva.

La Compañía también mantiene un plan de restitución destinado a ofrecer a ciertos asociados una remuneración diferida que hubieran recibido según los Planes de beneficios a modo de contribución de equiparación, si no fuera por el máximo de los límites de la remuneración que establece el Código Fiscal. La Compañía financia el plan de restitución por medio de contribuciones efectuados a un fideicomiso, que luego se usan para adquirir acciones ordinarias de la Compañía en el mercado abierto.

Los aportes de la Compañía a los Planes de beneficios y al plan de restitución fueron de \$159 millones, \$132 millones y \$114 millones para los años fiscales 2006, 2005 y 2004, respectivamente. Al 28 de enero de 2007, los Planes de beneficios y el plan de restablecimiento tenían un total de 26 millones de acciones ordinarias de la Compañía en fideicomiso para los participantes de los planes.

## 9. ACCIONES ORDINARIAS PROMEDIO PONDERADAS BÁSICAS Y DILUIDAS

A continuación se detalla la conciliación del promedio ponderado de acciones ordinarias básicas y diluidas para los años fiscales 2006, 2005 y 2004 (importes expresados en millones):

	Año fiscal finalizado el		
	28 de enero de 2007	29 de enero de 2006	30 de enero de 2005
Acciones ordinarias promedio ponderadas	2,054	2,138	2,207
Efecto de valores con potencial de efecto de dilución:			
Planes de acciones	8	9	9
Acciones ordinarias promedio ponderadas diluidas	2,062	2,147	2,216

Los planes de acciones incluyen acciones otorgadas conforme a los planes de opción de compra de acciones para empleados de la Compañía, tal como se menciona en la Nota 6 a los Estados financieros consolidados. En el cómputo de la Ganancia por acción diluida no se incluyeron las opciones de compra de 45.4 millones, 55.1 millones y 49.1 millones de acciones ordinarias al 28 de enero de 2007, 29 de enero de 2006 y 30 de enero de 2005, respectivamente, ya que no hubiera provocado un efecto de dilución.

## 10. COMPROMISOS Y CONTINGENCIAS

Al 28 de enero de 2007, la Compañía tenía una contingencia de \$1.2 mil millones relacionada con cartas de crédito abiertas emitidas para ciertas transacciones comerciales, que incluyen programas de seguro y contratos de comercio internacional y de construcción. Las cartas de crédito de la Compañía se basan principalmente en el cumplimiento de obligaciones y no en los cambios de los componentes variables, en los pasivos ni en los valores de renta variable de la otra parte.

La Compañía es parte en litigios que surgen del curso normal de sus actividades y en litigios sobre ciertos valores y derivados. La gerencia considera que estos litigios no deberían tener un efecto significativo en la situación financiera consolidada de la Compañía o sobre sus resultados de operaciones.

## 11. ADQUISICIONES

Las siguientes adquisiciones llevadas a cabo por la Compañía se contabilizaron según el método de la compra y, en consecuencia, la Compañía ha consolidado en sus estados financieros los resultados de las operaciones a partir de la fecha de adquisición. Los resultados proyectados de las operaciones para los años fiscales 2006, 2005 y 2004 no se presentaron ya que no deberían variar significativamente debido a estas adquisiciones.

Durante el año fiscal 2006, la Compañía llevó a cabo las siguientes adquisiciones para el segmento HD Supply:

- Burrus Contractors Supply	- Heartland Waterworks Supply
- Cox Lumber Company	- Hughes Supply
- CTF Supply	- Rice Planter Carpets
- Edson Electric Supply	- Sioux Pipe
- Forest Products Supply	- Texas Contractors Supply
- Grafton Utility Supply	- Western Fasteners

Además, durante el año fiscal 2006, la Compañía adquirió Home Decorators Collection, The Home Way y Jubilee Home Solutions para el segmento Minorista.

El precio de compra total de las adquisiciones de los años fiscales 2006, 2005 y 2004 fue de \$4.5 mil millones, \$2.6 mil millones y \$729 millones, respectivamente, que incluye \$3.5 mil millones por Hughes Supply en el año fiscal 2006. La Compañía contabilizó \$2.8 mil millones, \$1.8 mil millones y \$391 millones en concepto de plusvalía mercantil relacionada con el segmento HD Supply para los años fiscales 2006, 2005 y 2004, respectivamente, y \$229 millones, \$111 millones y \$163 millones en concepto de plusvalía mercantil relacionada con el segmento minorista para los años fiscales 2006, 2005 y 2004, respectivamente, en los Balances consolidados adjuntos. De la plusvalía mercantil contabilizada en el año fiscal 2006, aproximadamente \$500 millones serán deducibles para el impuesto a la renta.

La siguiente tabla resume los valores razonables estimados de los activos adquiridos y los pasivos asumidos a las fechas de adquisición de todas las adquisiciones efectuadas durante el año fiscal 2006, y está sujeta a la determinación del valor razonable final de ciertos activos y pasivos (cantidades expresadas en millones):

Efectivo	\$224
Cuentas por cobrar	948
Inventario	874
Activo fijo	231
Activos intangibles <sup>(1)</sup>	547
Plusvalía mercantil	3,007
Otros Activos	187
Total de activos adquiridos	<u>6,018</u>
Pasivo circulante	1,321
Otros pasivos	193
Total del pasivo circulante	<u>1,514</u>
Activos netos adquiridos	<u>\$4,504</u>

(1) Principalmente relaciones con clientes y marcas comerciales incluidas en Otros activos en los Balances consolidados adjuntos y se amortizan a lo largo de una vida útil promedio ponderada de 10 años.

## 12. INFORMACIÓN SOBRE SEGMENTOS

La Compañía opera en dos segmentos sobre los que debemos presentar información: el segmento Minorista y el segmento HD Supply. La actividad principal del segmento minorista es la operación de tiendas minoristas situadas en los Estados Unidos, Canadá, México y las tiendas recientemente adquiridas por la Compañía en China. El segmento HD Supply distribuye productos y vende servicios de instalación a clientes que también son empresas, entre los que se incluyen empresas constructoras de viviendas, contratistas profesionales, municipios y profesionales dedicados a servicios de mantenimiento. La Compañía identifica segmentos en función de la forma en que la gerencia toma decisiones operativas, evalúa el rendimiento y asigna los recursos. El primer trimestre del año fiscal 2006 fue el primer período en que la Compañía comenzó a informar los resultados de sus operaciones en dos segmentos. Este cambio fue producto de la compra de Hughes Supply, que incrementó significativamente el tamaño de HD Supply y originó cambios en la elaboración de información interna y la estructura de administración de la Compañía.

El segmento Minorista consta de tiendas The Home Depot, tiendas EXPO Design Center y otros formatos de tiendas minoristas. El segmento Minorista también incluye nuestro negocio de servicio minorista y nuestro catálogo y negocios de venta en línea.

El segmento HD Supply consta de cuatro plataformas principales: (1) infraestructura, incluyendo tratamiento de aguas residenciales y servicios públicos; (2) construcción, incluyendo suministros para la construcción, madera y materiales para la construcción, artículos eléctricos, plomería/sistemas de aire acondicionado y ventilación (HVAC) y artículos para interiores; (3) mantenimiento, incluyendo mantenimiento de instalaciones y cañerías, válvulas y accesorios industriales, y (4) remodelación y de reparaciones.

La Compañía mide la rentabilidad de sus segmentos a través de la Utilidad operativa, que se define como utilidades antes de intereses netos y de la provisión para impuesto a la renta. Los importes dentro del rubro Eliminaciones/Otros en las siguientes tablas son costos indirectos corporativos no distribuidos, efectivo invertido e inversiones a corto plazo y eliminaciones entre segmentos. Asimismo, la Utilidad operativa incluida en Eliminaciones/Otros para el año fiscal finalizado el 28 de enero de 2007 incluye \$129 millones de costos en concepto de indemnización de ejecutivos y acuerdos de desvinculación. Las siguientes tablas presentan la información financiera por segmento para los años fiscales finalizados el 28 de enero de 2007, 29 de enero de 2006, y 30 de enero de 2005, respectivamente (cantidades expresadas en millones):



<b>Año fiscal finalizado el 28 de enero de 2007:</b>				
	<b>Minorista</b>	<b>HD Supply</b>	<b>Eliminaciones/ Otros</b>	<b>Consolidado</b>
Ventas netas	\$79,027	\$12,070	\$(260)	\$90,837
Utilidad operativa	\$9,024	\$800	\$(151)	\$9,673
Intereses, neto				(365)
Utilidad antes de provisión para impuesto a la renta				\$9,308
Depreciación y amortización	\$1,682	\$194	\$10	\$1,886
Total activo	\$42,094	\$10,021	\$148	\$52,263
Inversión en activos de capital	\$3,321	\$221	\$—	\$3,542
Pagos por adquisición de empresas, netos	\$305	\$3,963	\$—	\$4,268

<b>Año fiscal finalizado el 29 de enero de 2006:</b>				
	<b>Minorista</b>	<b>HD Supply</b>	<b>Eliminaciones/ Otros</b>	<b>Consolidado</b>
Ventas netas	\$77,022	\$ 4,614	\$(125)	\$81,511
Utilidad operativa	\$9,058	\$319	\$(14)	\$9,363
Intereses, neto				(81)
Utilidad antes de provisión para impuesto a la renta				\$9,282
Depreciación y amortización	\$1,510	\$63	\$6	\$1,579
Total activo	\$39,827	\$4,517	\$61	\$44,405
Inversión en activos de capital	\$3,777	\$104	\$—	\$3,881
Pagos por adquisición de empresas, netos	\$190	\$2,356	\$—	\$2,546

<b>Año fiscal finalizado el 30 de enero de 2005:</b>				
	<b>Minorista</b>	<b>HD Supply</b>	<b>Eliminaciones/ Otros</b>	<b>Consolidado</b>
Ventas netas	\$71,101	\$2,040	\$(47)	\$73,094
Utilidad operativa	\$7,812	\$122	\$(8)	\$7,926
Intereses, neto				(14)
Utilidad antes de provisión para impuesto a la renta				\$7,912
Depreciación y amortización	\$1,296	\$20	\$3	\$1,319
Total activo	\$36,902	\$1,406	\$712	\$39,020
Inversión en activos de capital	\$3,905	\$43	\$—	\$3,948
Pagos por adquisición de empresas, netos	\$202	\$525	\$—	\$727

Las Ventas netas de la Compañía fuera de los Estados Unidos fueron de \$6.4 mil millones, \$5.3 mil millones y \$4.2 mil millones durante los años fiscales 2006, 2005 y 2004, respectivamente. Los activos de vida útil prolongada fuera de los Estados Unidos alcanzaron \$2.5 mil millones y \$2.2 mil millones al 28 de enero de 2007 y al 29 de enero de 2006, respectivamente.

### 13. INFORMACIÓN FINANCIERA TRIMESTRAL (SIN AUDITAR)

A continuación se presenta un resumen de los resultados consolidados de las operaciones trimestrales para los años fiscales finalizados el 28 de enero de 2007 y el 29 de enero de 2006 (importes expresados en millones de dólares, excepto por los datos por acción):

	<b>Ventas netas</b>	<b>Utilidad bruta</b>	<b>Utilidad neta</b>	<b>Ganancia por acción básica</b>	<b>Ganancia por acción diluida</b>
Año fiscal finalizado el 28 de enero de 2007:					
Primer trimestre	\$21,461	\$7,228	\$1,484	\$0.70	\$0.70
Segundo trimestre	26,026	8,380	1,862	0.90	0.90
Tercer trimestre	23,085	7,537	1,490	0.73	0.73
Cuarto trimestre	20,265	6,638	925	0.46	0.46
Año fiscal	<u>\$90,837</u>	<u>\$29,783</u>	<u>\$5,761</u>	<u>\$2.80</u>	<u>\$2.79</u>
Año fiscal finalizado el 29 de enero de 2006:					
Primer trimestre	\$18,973	\$6,355	\$1,247	\$0.58	\$0.57
Segundo trimestre	22,305	7,409	1,768	0.83	0.82
Tercer trimestre	20,744	6,963	1,538	0.72	0.72
Cuarto trimestre	19,489	6,593	1,285	0.61	0.60
Año fiscal	<u>\$81,511</u>	<u>\$27,320</u>	<u>\$5,838</u>	<u>\$2.73</u>	<u>\$2.72</u>

---

*Nota: Es posible que la suma de los datos trimestrales no coincida con los totales de los años fiscales por razones de redondeo de cifras.*

**Punto 9. Cambios en las divulgaciones contables y financieras y desacuerdos con los contadores con respecto a las mismas.**

Ninguna.

**Punto 9A. Controles y procedimientos.**

**Controles y procedimientos de divulgación**

La Compañía implementa controles y procedimientos de divulgación creados para garantizar que la información que se debe divulgar en los informes exigidos por la Ley de Mercados de Valores se registre, procese, resuma e informe dentro de los plazos estipulados por las normas y formularios de la Comisión de Valores y Bolsas de Estados Unidos y que dicha información se recabe y comunique a la gerencia de la Compañía, incluyendo al Director Ejecutivo y al Director Financiero, según corresponda, de modo tal que éstos puedan tomar decisiones oportunas en cuanto a las obligaciones de divulgación.

El Director Ejecutivo y el Director Financiero de la Compañía han evaluado la eficacia del diseño y funcionamiento de los controles y procedimientos de divulgación de la Compañía (según lo estipulado en las Normas 13a-15(e) y 15d-15(e) de la Ley de Mercados de Valores) al cierre del período contemplado en este informe. En función de su evaluación, dichos funcionarios determinaron que, al cierre del período contemplado en este informe, los controles y procedimientos de divulgación implementados por la Compañía eran eficaces.

**Control interno de los informes financieros**

Durante el trimestre fiscal finalizado el 28 de enero de 2007 no se produjeron cambios en el control interno de los informes financieros de la Compañía (según se define en las Normas 13a-15(e) y 15d-15(e) de la Ley de Mercados de Valores) que hayan tenido un efecto significativo o que se espera razonablemente que puedan tenerlo sobre el control interno de los informes financieros de la Compañía.

**Informe de la gerencia sobre el control interno de informes financieros**

La información exigida en este punto se incorpora por referencia al Punto 8. “Estados financieros e información complementaria” del presente informe.

**Punto 9B. Otra información.**

Ninguna.

### **PARTE III**

#### **Punto 10. Directores, funcionarios ejecutivos y gobierno corporativo.**

La información requerida en esta sección, más allá de la información respecto de los funcionarios ejecutivos de la Compañía que se estipula en el Punto 4A. “Funcionarios ejecutivos de la Compañía” de este informe, se incorpora por referencia a las secciones tituladas “Elección y biografías de los Directores”, “Información de la Junta Directiva”, “Generalidades – Artículo 16(a) Cumplimiento con el requisito de información sobre la titularidad real de los valores” e “Informe del Comité de Auditoría y honorarios pagados a la Firma inscrita de auditores independientes” en la declaración de información que acompaña la solicitud de delegación de voto para la Asamblea anual de accionistas de la Compañía de 2007 (la “Solicitud de delegación de voto”).

#### **Punto 11. Remuneración de ejecutivos.**

La información exigida en este punto se incorpora por referencia a las secciones tituladas “Remuneración de ejecutivos”, “Deliberaciones y análisis sobre remuneraciones”, “Informe del Comité de Desarrollo de Liderazgo y Remuneraciones”, “Remuneración de directores” de la Solicitud de declaración de voto de la Compañía.

#### **Punto 12. Valores en poder de ciertos titulares reales y de la gerencia, y asuntos relacionados con los accionistas.**

La información exigida en este punto se incorpora por referencia a las secciones tituladas “Titularidad real de las acciones ordinarias” y “Remuneración de ejecutivos” de la Información que acompaña la Solicitud de delegación de voto de la Compañía.

#### **Punto 13. Ciertas relaciones y transacciones relacionadas e independencia de los directores.**

La información exigida en este punto se incorpora por referencia a las secciones tituladas “Información de la Junta Directiva”, y “Generalidades – Transacciones con información privilegiada” de la información que acompaña la Solicitud de delegación de voto de la Compañía.

#### **Punto 14. Honorarios y servicios del área contable principal.**

La información exigida en este punto se incorpora por referencia a la sección titulada “Informe del Comité de Auditoría y honorarios pagados a la Firma auditores” de la Solicitud de declaración de voto de la Compañía.

## PARTE IV

### Punto 15. Anexos, Anexos a los Estados financieros.

#### (a)(1) Estados financieros

Los siguientes estados financieros figuran en el Punto 8 del presente:

- Estados de resultados consolidados para los años fiscales finalizados el 28 de enero de 2007, 29 de enero de 2006 y 30 de enero de 2005;
- Balances consolidados al 28 de enero de 2007 y 29 de enero de 2006;
- Estados de evolución del patrimonio y de resultado integral para los años fiscales finalizados el 28 de enero de 2007 y 29 de enero de 2006 y 30 de enero de 2005;
- Estados de flujos de efectivo consolidados para los años fiscales finalizados el 28 de enero de 2007, 29 de enero de 2006 y 30 de enero de 2005;
- Notas a los Estados financieros consolidados;
- Responsabilidad de la gerencia por los estados financieros e Informe de la gerencia sobre el control interno de los informes financieros; y
- Informes de la Firma inscrita de auditores independientes.

#### (2) Anexos a los estados financieros

Se omitieron todos los anexos ya que la información requerida para los mismos no es aplicable o la información se presenta en los estados financieros consolidados o en sus respectivas notas.

#### (3) Anexos

Los anexos identificados con un asterisco (\*) se incorporan por referencia a los anexos o apéndices presentados anteriormente ante la Comisión de Valores y Bolsas de Estados Unidos, según lo indicado en las referencias entre paréntesis. El resto de los anexos se presentan adjuntos a este documento.

- \*3.1 Acta de Constitución Modificada y Actualizada de The Home Depot, Inc. **[Formulario 10-Q para el trimestre fiscal finalizado el 4 de agosto de 2002, Anexo 3.1]**
- \*3.2 Estatutos con sus modificaciones y actualizaciones. **[Formulario 8-K presentado el 8 de enero de 2007, Anexo 3.1]**
- \*4.1 Instrumento de emisión de fecha 16 de septiembre de 2004 perfeccionado entre The Home Depot, Inc. y The Bank of New York. **[Formulario 8-K presentado el 17 de septiembre de 2004, Anexo 4.1]**
- \*4.2 Instrumento de emisión de fecha 4 de mayo de 2005 perfeccionado entre The Home Depot, Inc. y The Bank of New York Trust Company, N.A., en calidad de Fiduciario. **[Formulario S-3 (Archivo N° 333-124699) presentado el 6 de mayo de 2005, Anexo 4.1]**
- \*4.3 Formulario de Obligaciones principales a 3.75% con vencimiento el 15 de septiembre de 2009. **[Formulario 8-K presentado el 17 de septiembre de 2004, Anexo 4.2]**
- \*4.4 Formulario de Obligaciones principales a 4<sup>5</sup>/<sub>8</sub>% con vencimiento el 15 de agosto de 2010. **[Formulario 10-K para el año fiscal finalizado el 29 de enero de 2006, Anexo 4.6]**
- \*4.5 Formulario de Obligaciones principales a 5.20% con vencimiento el 1 de marzo de 2011. **[Formulario 8-K presentado el 23 de marzo de 2006, Anexo 4.1]**
- \*4.6 Formulario de Obligaciones principales a 5.40% con vencimiento el 1 de marzo de 2016. **[Formulario 8-K presentado el 23 de marzo de 2006, Anexo 4.2]**
- \*4.7 Formulario de Obligaciones principales a tasa flotante con vencimiento el 16 de diciembre de 2009. **[Formulario 8-K presentado el 19 de diciembre de 2006, Anexo 4.1]**

- \*4.8 Formulario de Obligaciones principales a 5.250% con vencimiento el 16 de diciembre de 2013. **[Formulario 8-K presentado el 19 de diciembre de 2006, Anexo 4.2]**
- \*4.9 Formulario de Obligaciones principales a 5.875% con vencimiento el 16 de diciembre de 2036. **[Formulario 8-K presentado el 19 de diciembre de 2006, Anexo 4.3]**
- \*10.1† Plan de compra de acciones para empleados modificado y actualizado de The Home Depot, Inc., según modificaciones y actualizaciones vigentes a partir del 1 de julio de 2003. **[Formulario 10-Q para el trimestre fiscal finalizado el 2 de noviembre de 2003, Anexo 10.1]**
- \*10.2† Modificación N° 1 al Plan de compra de acciones para empleados modificado y actualizado de The Home Depot, Inc., vigente a partir del 1 de julio de 2004. **[Formulario 10-Q para el trimestre fiscal finalizado el 1 de agosto de 2004, Anexo 10.2]**
- \*10.3† Plan de compra de acciones para empleados que no sean de EE.UU. de The Home Depot, Inc. **[Formulario 10-K para el año fiscal finalizado el 2 de febrero de 2003, Anexo 10.36]**
- \*10.4† Plan de incentivo de acciones Omnibus 1997 de The Home Depot, Inc. **[Formulario 10-Q para el trimestre fiscal finalizado el 4 de agosto de 2002, Anexo 10.1]**
- \*10.5† Formulario de Otorgamiento de acciones restringidas a funcionarios ejecutivos según el Plan de incentivo de acciones Omnibus 1997 de The Home Depot, Inc. **[Formulario 10-Q para el trimestre fiscal finalizado el 31 de octubre de 2004, Anexo 10.1]**
- \*10.6† Formulario de Otorgamiento de opciones de compra de acciones no calificadas a funcionarios ejecutivos según el Plan de incentivo de acciones Omnibus 1997 de The Home Depot, Inc. **[Formulario 10-Q para el trimestre fiscal finalizado el 31 de octubre de 2004, Anexo 10.2]**
- \*10.7† Formulario de Otorgamiento de opciones de compra de acciones no calificadas a directores externos según el Plan de incentivo de acciones Omnibus 1997 de The Home Depot, Inc. **[Formulario 10-Q para el trimestre fiscal finalizado el 31 de octubre de 2004, Anexo 10.3]**
- \*10.8† Formulario de Otorgamiento de unidades por desempeño del programa de incentivo a largo plazo para funcionarios ejecutivos según el Plan de incentivo de acciones Omnibus 1997 de The Home Depot, Inc. **[Formulario 10-Q para el trimestre fiscal finalizado el 31 de octubre de 2004, Anexo 10.4]**
- \*10.9† Plan de incentivo de acciones Omnibus 2005 de The Home Depot, Inc. **[Formulario 8-K presentado el 27 de mayo de 2005, Anexo 10.8]**
- \*10.10† Formulario de Otorgamiento de acciones restringidas según el Plan de incentivo de acciones Omnibus 2005 de The Home Depot, Inc. **[Formulario 8-K presentado el 27 de marzo de 2007, Anexo 10.1]**
- \*10.11† Formulario de Otorgamiento de acciones diferidas (Directores no empleados) según el Plan de incentivo de acciones Omnibus 2005 de The Home Depot, Inc. **[Formulario 8-K presentado el 27 de marzo de 2007, Anexo 10.2]**
- \*10.12† Formulario de Otorgamiento de acciones diferidas (Funcionarios de EE.UU.) según el Plan de incentivo de acciones Omnibus 2005 de The Home Depot, Inc. **[Formulario 8-K presentado el 27 de mayo de 2005, Anexo 10.3]**
- \*10.13† Formulario de Otorgamiento de acciones diferidas (México) según el Plan de incentivo de acciones Omnibus 2005 de The Home Depot, Inc. **[Formulario 8-K presentado el 27 de marzo de 2007, Anexo 10.3]**
- \*10.14† Formulario de Otorgamiento de acciones diferidas (Canadá) según el Plan de incentivo de acciones Omnibus 2005 de The Home Depot, Inc. **[Formulario 8-K presentado el 27 de marzo de 2007, Anexo 10.4]**
- \*10.15† Formulario de Opción de compra de acciones no calificadas (Directores no empleados) según el Plan de incentivo de acciones Omnibus 2005 de The Home Depot, Inc. **[Formulario 8-K presentado el 27 de marzo de 2007, Anexo 10.5]**
- \*10.16† Formulario de Opción de compra de acciones no calificadas según el Plan de incentivo de acciones Omnibus 2005 de The Home Depot, Inc. **[Formulario 8-K presentado el 27 de marzo de 2007, Anexo 10.6]**
- \*10.17† Formulario de Otorgamiento de acciones por desempeño, según el Plan de incentivo de acciones Omnibus 2005 de The Home Depot, Inc. **[Formulario 8-K presentado el 27 de marzo de 2007, Anexo 10.7]**
- \*10.18† Formulario de Otorgamiento de acciones por desempeño (México) según el Plan de incentivo de acciones Omnibus 2005 de The Home Depot, Inc. **[Formulario 8-K presentado el 27 de marzo de 2007, Anexo 10.8]**
- \*10.19† Formulario de Otorgamiento de opciones de compra de acciones por desempeño conferidas, según el Plan de incentivo de acciones Omnibus 2005 de The Home Depot, Inc. **[Formulario 8-K presentado el 27 de marzo de 2007, Anexo 10.9]**
- \*10.20† Formulario de Otorgamiento de unidades por desempeño LTIP del programa de incentivo a largo plazo según el Plan de

incentivo de acciones Omnibus 2005 de The Home Depot, Inc. **[Formulario 8-K presentado el 27 de marzo de 2007, Anexo 10.10]**

- \*10.21† Plan de restitución FutureBuilder de The Home Depot. **[Formulario 10-K para el año fiscal finalizado el 28 de enero de 2001, Anexo 10.10]**
- \*10.22† Tercera enmienda al Plan de restitución FutureBuilder de The Home Depot, vigente a partir del 1 de marzo de 2004. **[Formulario 10-Q para el trimestre fiscal finalizado el 1 de agosto de 2004, Anexo 10.1]**
- \*10.23† Plan y acuerdo de Opción de compra de acciones no calificadas y de Unidades de acciones diferidas de fecha 4 de diciembre de 2000. **[Formulario 10-K para el año fiscal finalizado el 28 de enero de 2003, Anexo 10.20]**
- \*10.24† Plan FutureBuilder de The Home Depot para Puerto Rico. **[Formulario 10-K para el año fiscal finalizado el 2 de febrero de 2003, Anexo 10.35]**
- \*10.25† Primera modificación al Plan FutureBuilder de The Home Depot para Puerto Rico, vigente a partir del 5 de julio de 2004. **[Formulario S-8 (Archivo N° 333-125332) presentado el 27 de mayo de 2005, Anexo 10.3]**
- \*10.26† Plan 401(k) y de titularidad de acciones de FutureBuilder de The Home Depot, modificado y reformulado con vigencia a partir del 1 de julio de 2004. **[Formulario 10-Q para el trimestre fiscal finalizado el 31 de octubre de 2004, Anexo 10.5]**
- \*10.27† Plan de incentivo a largo plazo de The Home Depot. **[Formulario 10-K para el año fiscal finalizado el 2 de febrero de 2003, Anexo 10.42]**
- \*10.28† Plan de gratificaciones para funcionarios senior, y sus modificaciones. **[Apéndice A a la Solicitud de declaración de voto para la Asamblea anual de accionistas celebrada el 26 de mayo de 1999]**
- \*10.29† Plan de gratificaciones para ejecutivos. **[Apéndice B a la Solicitud de declaración de voto para la Asamblea anual de accionistas celebrada el 27 de mayo de 1998]**
- \*10.30† Programa complementario de elección de los funcionarios ejecutivos, vigente a partir del 1 de enero de 1999. **[Formulario 10-K para el año fiscal finalizado el 3 de febrero de 2002, Anexo 10.15]**
- \*10.31† Plan de remuneración diferida para funcionarios de Home Depot U.S.A., Inc. **[Formulario 10-K para el año fiscal finalizado el 2 de febrero de 2003, Anexo 10.38]**
- \*10.32† Plan de seguro de vida con beneficio por fallecimiento exclusivamente, para ejecutivos de The Home Depot. **[Formulario 10-K para el año fiscal finalizado el 2 de febrero de 2003, Anexo 10.39]**
- \*10.33† Programa físico para ejecutivos de The Home Depot. **[Formulario 10-K para el año fiscal finalizado el 2 de febrero de 2003, Anexo 10.40]**
- \*10.34† Plan de incentivo para la gerencia de The Home Depot. **[Apéndice A a la Solicitud de declaración de voto para la Asamblea anual de accionistas celebrada el 30 de mayo de 2003]**
- \*10.35† Medidas de desempeño del año fiscal 2007 del Plan de incentivo para la gerencia de The Home Depot, Inc. **[Formulario 8-K presentado el 27 de marzo de 2007, Anexo 10.11]**
- \*10.36† Plan de remuneración de acciones diferidas para directores no empleados de The Home Depot, Inc. **[Formulario 10-K para el año fiscal finalizado el 2 de febrero de 2003, Anexo 10.37]**
- 10.37† Acuerdo de desvinculación entre la Compañía y Robert Nardelli vigente a partir del 2 de enero de 2007.
- \*10.38† Fideicomiso para pagos diferidos de fecha 12 de enero de 2007.
- \*10.39† Acuerdo de empleo entre Frank Blake y The Home Depot, Inc., de fecha 23 de enero de 2007. **[Formulario 8-K/A presentado el 24 de enero de 2007, Anexo 10.1]**
- \*10.40† Acuerdo de empleo entre Carol B. Tomé y The Home Depot, Inc., de fecha 22 de enero de 2007. **[Formulario 8-K/A presentado el 24 de enero de 2007, Anexo 10.2]**
- \*10.41† Acuerdo de empleo celebrado entre Joe DeAngelo y The Home Depot, Inc. de fecha 23 de enero de 2007. **[Formulario 8-K/A presentado el 24 de enero de 2007, Anexo 10.3]**
- \*10.42† Acuerdo de empleo celebrado entre Dennis M. Donovan y The Home Depot, Inc., de fecha 16 de marzo de 2001. **[Formulario S-4 (Archivo N° 333-61548) presentado el 24 de mayo de 2001, Anexo 10.1]**
- \*10.43† Plan y acuerdo de unidades de acciones diferidas entre Dennis M. Donovan y The Home Depot, Inc. de fecha 31 de mayo de 2001. **[Formulario 10-K para el año fiscal finalizado el 3 de febrero de 2002, Anexo 10.25]**
- \*10.44† Pagaré perfeccionado entre Dennis M. Donovan y The Home Depot, Inc. de fecha 7 de junio de 2001. **[Formulario 10-K para el año fiscal finalizado el 3 de febrero de 2002, Anexo 10.26]**



- \*10.45† Acuerdo de empleo celebrado entre Frank L. Fernández y The Home Depot, Inc. de fecha 2 de abril de 2001. **[Formulario S-4 (Archivo N° 333-61548) presentado el 24 de mayo de 2001, Anexo 10.2]**
- \*10.46† Plan y acuerdo de unidades de acciones diferidas entre Frank L. Fernández y The Home Depot, Inc. vigente a partir del 2 de abril de 2001. **[Formulario S-4 (Archivo N°333-61548) presentado el 24 de mayo de 2001, Anexo 10.3]**
- \*10.47† Pagaré perfeccionado entre Frank L. Fernández y The Home Depot, Inc., con fecha 18 de junio de 2001. **[Formulario 10-K para el año fiscal finalizado el 3 de febrero de 2002, Anexo 10.27]**
- \*10.48† Acuerdo de empleo entre Robert DeRodes y The Home Depot, Inc., de fecha 7 de febrero de 2002. **[Formulario 10-Q para el trimestre fiscal finalizado el 3 de noviembre de 2002, Anexo 10.2]**
- \*10.49 Acuerdo de desvinculación y exoneración entre The Home Depot, Inc. y John H. Costello, de fecha 8 de septiembre de 2005. **[Formulario 10-Q para el trimestre fiscal finalizado el 30 de octubre de 2005, Anexo 10.1]**
- \*10.50 Acuerdo de participación de fecha 22 de octubre de 1998 entre The Home Depot, Inc. , en capacidad de Garante, Home Depot U.S.A., Inc., en su capacidad de Arrendatario; HD Real Estate Fundig Corp., II en su capacidad de Prestamista; Credit Suisse Leasing 92A L.P. en su capacidad de Arrendador; The Bank of New York en su capacidad de Fideicomisario; y Credit Suisse First Boston Corporation e Inverned Associates Inc. en su capacidad de Compradores Iniciales. **[Formulario 10-K para el año fiscal finalizado el 31 de enero de 1999, Anexo 10.10]**
- \*10.51 Acuerdo marco de modificaciones de fecha 20 de abril de 1998 entre The Home Depot, Inc. en su capacidad de Garante; Home Depot U.S.A. en su capacidad de Arrendatario y Agente de construcción; HD Real Estate Funding Corp.II, en su capacidad de prestamista; Credit Suisse Leasing 92A L.P. en su capacidad de Arrendador; los prestamistas designados en el Anexo a dicho acuerdo en su capacidad de Prestamistas; y Credit Suisse First Boston en su capacidad de Banco corresponsal **[Formulario 10-K para el año fiscal finalizado el 31 de enero de 1999, Anexo 10.13]**
- 12 Determinación del cómputo de la relación ganancias/cargos fijos.
- 21 Lista de las subsidiarias de la Compañía.
- 23 Consentimiento de la firma inscrita de auditores independientes.
- 31.1 Certificación del Director Financiero, de conformidad con la Norma 13a-14(a) promulgada de acuerdo con la Ley de Mercados de Valores de 1934, y sus modificaciones.
- 31.2 Certificación del Director Financiero, de conformidad con la Norma 13a-14(a) promulgada de acuerdo con la Ley de Mercados de Valores de 1934, y sus modificaciones.
- 32.1 Certificación del Director Ejecutivo, de conformidad con el Artículo 1350 del Título 18 del Código de EE.UU., según fuera adoptado de acuerdo con el Artículo 906 de la Ley Sarbanes-Oxley de 2002.
- 32.2 Certificación del Director Financiero, de conformidad con el Artículo 1350 del Título 18 del Código de EE.UU., según fuera adoptado de acuerdo con el Artículo 906 de la Ley Sarbanes-Oxley de 2002.

---

† Contrato de la gerencia o plan o acuerdo de remuneración a ser presentado como anexo a este formulario de conformidad con el Punto 15(a) del presente informe.

## FIRMAS

De conformidad con los requisitos del Artículo 13 ó 15(d) de la Ley de Mercados de Valores de 1934, el Registrante ha realizado la debida gestión para obtener la firma de los que suscriben este informe en su nombre, quienes están debidamente autorizados a tal efecto.

THE HOME DEPOT, INC.

(Registrante)

Por: /s/ FRANCIS S. BLAKE  
(Francis S. Blake, Presidente de la Junta Directiva y CEO)

Fecha: 23 de marzo de 2007

De conformidad con los requisitos de la Ley de Mercados de Valores de 1934, el presente informe ha sido firmado por las siguientes personas en representación del Registrante y en las capacidades y fechas indicadas.

Firma	Cargo	Fecha
<u>/s/ Francis S. Blake</u> (Francis S. Blake)	Presidente de la Junta Directiva y CEO (Director Ejecutivo Principal)	23 de marzo de 2007
<u>/s/ Carol B. Tomé</u> (Carol B. Tomé)	Directora Financiera y Vice Presidenta Financiera – Servicios Corporativos (Directora Financiera Principal y Funcionaria Principal del Área Contable)	23 de marzo de 2007
<u>/s/ David H. Batchelder</u> (David H. Batchelder)	Director	23 de marzo de 2007
<u>/s/ Gregory D. Brenneman</u> (Gregory D. Brenneman)	Director	23 de marzo de 2007
<u>/s/ John L. Clendenin</u> (John L. Clendenin)	Director	23 de marzo de 2007
<u>/s/ Claudio X. González</u> (Claudio X. González)	Director	23 de marzo de 2007
<u>/s/ Milledge A. Hart, III</u> (Milledge A. Hart, III)	Director	23 de marzo de 2007
<u>/s/ Bonnie G. Hill</u> (Bonnie G. Hill)	Directora	23 de marzo de 2007
<u>/s/ Laban P. Jackson, Jr.</u> (Laban P. Jackson, Jr.)	Director	23 de marzo de 2007
<u>/s/ Helen P. Johnson-Leipold</u> (Helen P. Johnson-Leipold)	Directora	23 de marzo de 2007
<u>/s/ Lawrence R. Johnston</u> (Lawrence R. Johnston)	Director	23 de marzo de 2007
<u>/s/ Kenneth G. Langone</u> (Kenneth G. Langone)	Director	23 de marzo de 2007
<u>/s/ Angelo R. Mozilo</u> (Angelo R. Mozilo)	Director	23 de marzo de 2007

**Resumen de resultados financieros y operativos de 10 años**  
**The Home Depot, Inc. y subsidiarias**

<i>importes en millones, salvo indicación en contrario</i>	Tasa compuesta de crecimiento anual – 10 años				
	años	2006	2005	2004	2003
<b>CIFRAS DEL ESTADO DE RESULTADOS</b>					
Ventas netas	16.6%	\$90,837	\$81,511	\$73,094	\$64,816
Aumento de las ventas netas (%)	—	11.4	11.5	12.8	11.3
Utilidad antes de provisión para impuesto a la renta	19.7	9,308	9,282	7,912	6,843
Utilidad neta	19.9	5,761	5,838	5,001	4,304
Aumento de la utilidad neta (%)	—	(1.3)	16.7	16.2	17.5
Ganancia por acción diluida (\$) <sup>(2)</sup>	20.5	2.79	2.72	2.26	1.88
Aumento de la ganancia por acción diluida (%)	—	2.6	20.4	20.2	20.5
Número promedio ponderado diluido de acciones ordinarias	—	2,062	2,147	2,216	2,289
Margen bruto - % de las ventas	—	32.8	33.5	33.4	31.8
Gasto operativo total - % de las ventas	—	22.1	22.0	22.6	21.2
Intereses ganados (pagados) netos - % de las ventas	—	(0.4)	(0.1)	—	—
Utilidad antes de la provisión para impuesto a la renta - % de las ventas	—	10.3	11.4	10.8	10.6
Utilidad neta - % de las ventas	—	6.3	7.2	6.8	6.6
<b>CIFRAS DEL BALANCE Y COEFICIENTES FINANCIEROS</b>					
Activo total	18.8%	\$52,263	\$44,405	\$39,020	\$34,437
Capital de trabajo	10.5	5,069	2,563	3,818	3,774
Inventario de mercancías	16.8	12,822	11,401	10,076	9,076
Activo fijo neto	17.2	26,605	24,901	22,726	20,063
Deuda a largo plazo	25.0	11,643	2,672	2,148	856
Patrimonio	15.4	25,030	26,909	24,158	22,407
Valor contable por acción (\$)	16.5	12.71	12.67	11.06	9.93
Relación deuda largo plazo - patrimonio (%)	—	46.5	9.9	8.9	3.8
Relación deuda total - patrimonio (%)	—	46.6	15.2	8.9	6.1
Liquidez corriente	—	1.39:1	1.20:1	1.37:1	1.40:1
Rotación de inventario	—	4.7x	4.8x	4.9x	5.0x
Rentabilidad del capital invertido (%)	—	20.5	22.4	21.5	20.4
<b>CIFRAS DEL ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO</b>					
Depreciación y amortización	23.3%	\$1,886	\$1,579	\$1,319	\$1,076
Inversión en activos de capital	11.0	3,542	3,881	3,948	3,508
Pagos por adquisición de empresas, netos	—	4,268	2,546	727	215
Dividendos en efectivo por acción (\$)	29.5	0.675	0.400	0.325	0.26
<b>CIFRAS DE LAS TIENDAS <sup>(3)</sup></b>					
Número de tiendas	15.4%	2,147	2,042	1,890	1,707
Superficie al cierre del año fiscal (en pies cuadrados)	15.3	224	215	201	183
Aumento de la superficie (%)	—	4.2	7.0	9.8	10.2
Superficie media por acción en pies cuadrados (en miles)	—	105	105	106	107
<b>VENTAS Y OTRAS CIFRAS DE LAS TIENDAS</b>					
Aumento (disminución) ventas en tiendas comparables (%) <sup>(3)(4)(5)(6)</sup>	—	(2.8)	3.1	5.1	3.7
Ventas semanales promedio ponderadas por tienda operativa (en miles) <sup>(3)</sup>	(1.0)%	\$723	\$763	\$766	\$763
Ventas promedio ponderadas por pie cuadrado (\$) <sup>(3)(4)</sup>	(1.1)	358	377	375	371
Número de transacciones por cliente <sup>(3)</sup>	11.1	1,330	1,330	1,295	1,246
Transacción promedio (\$) <sup>(3)</sup>	3.4	58.90	57.98	54.89	51.15
Plantilla de asociados al cierre del año fiscal	14.0	364,400	344,800	323,100	298,800

(1) El año fiscal 2001 incluye 53 semanas; todos los demás años informados incluyen 52.

(2) La ganancia por acción diluida del año fiscal 1997 ascendió a \$0.55, después de deducir un cargo no recurrente de \$104 millones.

(3) Incluye solamente el segmento minorista.

(4) Ajustado par reflejar las primeras 52 semanas del año fiscal 2001 compuesto por 53 semanas.

<i>importes en millones, salvo indicación en contrario</i>	2002	2001 <sup>(1)</sup>	2000	1999	1998	1997
<b>CIFRAS DEL ESTADO DE RESULTADOS</b>						
Ventas netas	\$58,247	\$53,553	\$45,738	\$38,434	\$30,219	\$24,156
Aumento de las ventas netas (%)	8.8	17.1	19.0	27.2	25.1	23.7
Utilidad antes de provisión para impuesto a la renta	5,872	4,957	4,217	3,804	2,654	1,898
Utilidad neta	3,664	3,044	2,581	2,320	1,614	1,160
Aumento de la utilidad neta (%)	20.4	17.9	11.3	43.7	31.9	23.7
Ganancia por acción diluida (\$) <sup>(2)</sup>	1.56	1.29	1.10	1.00	0.71	0.52
Aumento de la ganancia por acción diluida (%)	20.9	17.3	10.0	40.8	29.1	20.9
Número promedio ponderado diluido de acciones ordinarias	2,344	2,353	2,352	2,342	2,320	2,287
Margen bruto - % de las ventas	31.1	30.2	29.9	29.7	28.5	28.1
Gasto operativo total - % de las ventas	21.1	20.9	20.7	19.8	19.7	19.8
Intereses ganados (pagados) netos - % de las ventas	0.1	—	—	—	—	—
Utilidad antes de la provisión para impuesto a la renta - % de las ventas	10.1	9.3	9.2	9.9	8.8	7.9
Utilidad neta - % de las ventas	6.3	5.7	5.6	6.0	5.3	4.8
<b>CIFRAS DEL BALANCE Y COEFICIENTES FINANCIEROS</b>						
Activo total	\$30,011	\$26,394	\$21,385	\$17,081	\$13,465	\$11,229
Capital de trabajo	3,882	3,860	3,392	2,734	2,076	2,004
Inventario de mercancías	8,338	6,725	6,556	5,489	4,293	3,602
Activo fijo neto	17,168	15,375	13,068	10,227	8,160	6,509
Deuda a largo plazo	1,321	1,250	1,545	750	1,566	1,303
Patrimonio	19,802	18,082	15,004	12,341	8,740	7,098
Valor contable por acción (\$)	8.38	7.71	6.46	5.36	3.95	3.23
Relación deuda largo plazo - patrimonio (%)	6.7	6.9	10.3	6.1	17.9	18.4
Relación deuda total - patrimonio (%)	6.7	6.9	10.3	6.1	17.9	18.4
Liquidez corriente	1.48:1	1.59:1	1.77:1	1.75:1	1.73:1	1.82:1
Rotación de inventario	5.3x	5.4x	5.1x	5.4x	5.4x	5.4x
Rentabilidad del capital invertido (%)	18.8	18.3	19.6	22.5	19.3	16.1
<b>CIFRAS DEL ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO</b>						
Depreciación y amortización	\$903	\$764	\$601	\$463	\$373	\$283
Inversión en activos de capital	2,749	3,393	3,574	2,618	2,094	1,464
Pagos por adquisición de empresas, netos	235	190	26	101	6	61
Dividendos en efectivo por acción (\$)	0.21	0.17	0.16	0.11	0.08	0.06
<b>CIFRAS DE LAS TIENDAS <sup>(3)</sup></b>						
Número de tiendas	1,532	1,333	1,134	930	761	624
Superficie al cierre del año fiscal (en pies cuadrados)	166	146	123	100	81	66
Aumento de la superficie (%)	14.1	18.5	22.6	23.5	22.8	23.1
Superficie media por acción en pies cuadrados (en miles)	108	109	108	108	107	106
<b>VENTAS Y OTRAS CIFRAS DE LAS TIENDAS</b>						
Aumento (disminución) ventas en tiendas comparables (%) <sup>(3)(4)(5)(6)</sup>	(0.5)	—	4	10	7	7
Ventas semanales promedio ponderadas por tienda operativa (en miles) <sup>(3)</sup>	\$772	\$812	\$864	\$876	\$844	\$829
Ventas promedio ponderadas por pie cuadrado (\$) <sup>(3)(4)</sup>	370	388	415	423	410	406
Número de transacciones por cliente <sup>(3)</sup>	1,161	1,091	937	797	665	550
Transacción promedio (\$) <sup>(3)</sup>	49.43	48.64	48.65	47.87	45.05	43.63
Plantilla de asociados al cierre del año fiscal	280,900	256,300	227,300	201,400	156,700	124,400

(5) Incluye Ventas netas de establecimientos abiertos por más de 12 meses, incluidas tiendas trasladadas y remodeladas. Las tiendas minoristas son comparables a partir del lunes siguiente al día 365 de operaciones. Las ventas en tiendas comparables son consideradas sólo a los fines de presentar información complementaria y no sustituyen a las Ventas netas o Utilidades netas presentadas de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados.

(6) Las ventas en tiendas comparables en los años fiscales anteriores a 2002 se informan con redondeo al punto porcentual más próximo.

# JUNTA DIRECTIVA



**Francis S. Blake**  
Presidente de la Junta Directiva y CEO  
The Home Depot, Inc.



**David H. Batchelder** <sup>1,2</sup>  
Principal  
Relational Investors LLC



**Gregory D. Brenneman** <sup>1,3</sup>  
Presidente de la Junta Directiva y CEO  
TurnWorks, Inc.



**John L. Clendenin** <sup>1,2</sup>  
Presidente Retirado de la Junta Directiva,  
Presidente y CEO  
BellSouth Corporation



**Claudio X. González** <sup>1,2</sup>  
Presidente de la Junta Directiva y CEO  
Kimberly-Clark de México,  
S.A. de C.V.



**Milledge A. Hart, III** <sup>4</sup>  
Presidente de la Junta Directiva  
Hart Group, Inc.



**Bonnie G. Hill** <sup>2,4</sup>  
Presidenta  
B. Hill Enterprises, LLC



**Laban P. Jackson, Jr.** <sup>1,3</sup>  
Presidente de la Junta Directiva  
Clear Creek Properties, Inc.



**Helen P. Johnson-Leipold** <sup>3,4</sup>  
Presidenta de la Junta Directiva y CEO  
Johnson Outdoors, Inc.



**Lawrence R. Johnston** <sup>2,4</sup>  
Ex Presidente de la Junta Directiva, CEO y Presidente  
Albertson's, Inc.



**Kenneth G. Langone** <sup>1,3</sup>  
Presidente de la Junta Directiva, CEO y Presidente  
Invemed Associates, Inc.



**Angelo R. Mozilo** <sup>2,4</sup>  
Presidente de la Junta Directiva y CEO  
Countrywide Financial Corporation



**Thomas J. Ridge** <sup>3,4</sup>  
Ex Secretario de Homeland Security y  
Gobernador de Pensilvania

Miembros del Comité de la Junta Directiva al 1 de marzo de 2007: 1. Auditoría 2. Desarrollo de Liderazgo y Remuneración 3. Nominación y Gobierno Corporativo 4. Consejo Asesor de TI  
La Junta Directiva está formada por 13 miembros, de los cuales 11 se consideran independientes. Consulte nuestro sitio web [www.homedepot.com/corporategovernance](http://www.homedepot.com/corporategovernance) para obtener más detalles.

# EQUIPO DE LIDERAZGO

**Francis S. Blake**  
Presidente de la  
Junta Directiva y CEO

**Roger W. Adams**  
Vicepresidente Senior y  
Director Ejecutivo de  
Mercadeo

**Timothy M. Crow**  
Vicepresidente Ejecutivo  
Recursos Humanos

**Diane S. Dayhoff**  
Vicepresidenta Senior  
Relaciones con  
Inversionistas

**Joseph DeAngelo**  
Vicepresidente Ejecutivo  
y Director Ejecutivo de  
Operaciones

**Robert P. DeRodes**  
Vicepresidente Ejecutivo  
y Director Ejecutivo de  
Información

**Marvin R. Ellison**  
Presidente  
División Norte

**Craig A. Menear**  
Vicepresidente Senior  
Comercialización

**Bruce A. Merino**  
Presidente  
EXPO y División Oeste

**J. Paul Raines**  
Presidente  
División Sur

**Ricardo Salvidar**  
Presidente  
México

**Brad Shaw**  
Vicepresidente Senior  
Comunicaciones Corporativas y  
Asuntos Externos

**James C. Snyder**  
Vicepresidente  
Secretario y  
Asesor General

**Carol B. Tomé**  
Directora de Finanzas  
Vicepresidenta Ejecutiva  
Servicios Corporativos

**Annette M. Verschuren**  
Presidenta  
The Home Depot Canadá y Asia



