



REPORTE DE **SOSTENIBILIDAD**

2023-2024

Índice

1

2

3

4

5

6

7

Introducción
4-19

¿Quiénes somos?
20-61

Gobernanza
62-85

Social
86-99

Ambiental
100-115

Indicadores ASG
124-131

Índice de
Contenidos GRI
132-137

Una Empresa que
sigue Avanzando
6-11

Enfoque de
Sostenibilidad
12-19

Nuestras Marcas
22-25

Nuestra Historia
26-27

Nuestra Presencia
28-33

Nuestra Gente
34-45

Salud y Seguridad
46-49

Marcas que Inspiran
50-51

Nuestro Año
en Cifras
52-53

Destacados del Año
54-55

Nuestros Clientes
56-59

Premios y
Reconocimientos
60-61

Perfil de la
Organización
64-67

Ética
68-75

Cyberseguridad
76-85

Comunidades
88-99

Eficiencia Energética
102-111

Diseño y Desarrollo
de Productos
112-113

Gestión Integral
de Residuos
114-115



Introducción

“Somos una empresa que acepta, respeta y promueve la multiculturalidad en los equipos, porque fortalece nuestra cultura de trabajo.”

Una Empresa que sigue AVANZANDO

A medida que cerramos otro año financiero, me encuentro reflexionando sobre el viaje que hemos emprendido juntos y los increíbles logros que hemos alcanzado en el camino. Este año ha sido extraordinario, marcado por la resiliencia, la innovación y el compromiso inquebrantable de todos.

Reconocemos que el éxito de nuestro negocio es el resultado de una excelente relación y retroalimentación con nuestros grupos de interés clave: **nuestros clientes, colaboradores, proveedores, bancos y la comunidad. Tenemos como el corazón de nuestro éxito el compromiso inquebrantable con la satisfacción del cliente.** Hemos escuchado sus necesidades, nos hemos adaptado a la dinámica cambiante del mercado y brindamos experiencias únicas que nos han ganado su confianza y lealtad.

Nuestro mayor activo es tener un equipo talentoso y dedicado, por el cual buscamos constantemente contribuir a su bienestar y desarrollo. Hemos invertido en programas e iniciativas para fomentar una cultura de colaboración, creatividad y aprendizaje continuo. Buscamos ofrecerles los mejores espacios de trabajo, como en nuestras oficinas Corporativas y Regionales ubicadas en el Edificio Millennium Plaza en El Salvador, las cuales

han sido certificadas como LEED en el 2024; además de nuestras oficinas en Ecuador. Ambas oficinas, se han convertido en nuestras casas desde el 2022, y son el reflejo de nuestras metodologías de trabajo, las cuales buscan incentivar en nuestros equipos la creatividad, agilidad y adaptabilidad.

Nos hemos mantenido firmes en nuestro compromiso con la responsabilidad social corporativa, logrando un impacto positivo en las comunidades en las que operamos. **A través de nuestros programas, voluntariados e iniciativas ambientales, económicas y sociales, estamos contribuyendo a un futuro más brillante y sostenible para todos.**

Bajo nuestra visión de crecimiento y expansión, para continua mejora de nuestra respuesta ante los clientes, anunciamos nuestro nuevo Centro de Distribución ubicado en el parque logístico más grande de Centroamérica en Nejapa, El Salvador. Esta inversión estratégica sitúa a Grupo Unicomer en la infraestructura logística más avanzada de Centroamérica, marcando un hito importante en nuestro crecimiento y consolidación como líderes en nuestro sector; además de potenciar nuestras operaciones y seguir generando empleos directos e indirectos en nuestros mercados.

En conjunto con nuestra unidad inmobiliaria, anunciamos nuestra próxima inversión en Guyana: un nuevo Complejo Comercial y Centro de Distribución. Dentro del Complejo Comercial tendremos una tienda Ashley, una Courts Megastore, y espacios para otros comercios, así estimulamos el crecimiento del país, brindando nuevas oportunidades de empleo y elevando la experiencia para nuestros colaboradores y clientes.

Estamos orgullosos de habernos convertido en el propietario mayoritario a nivel mundial de nuestra marca RadioShack. En el 2023, adquirimos activos de propiedad intelectual y dominios de RadioShack en alrededor de 70 países del mundo, incluyendo Estados Unidos, Canadá, Europa y China. La marca RadioShack contará con presencia en más de 2,000 puntos de venta a nivel global, así liderando el mercado tecnológico y expandiendo nuestra oferta de valor para nuestros clientes.

Nos definimos como un “5-Star Full-Service Retail Group”, que muestra como dentro de nuestras cadenas, amplio portafolio de servicios financieros y postventa, y gracias a nuestra trayectoria, le damos un respaldo a nuestros clientes que nadie más les da, y es ese RESPALDO UNICOMER, en el que confían y adonde encuentran nuevas oportunidades.

Cada éxito logrado es gracias a la confianza que el mercado financiero tiene con Grupo Unicomer. En este sentido, y con el apoyo de Citi y Banco General, actuando como estructuradores, logramos cerrar un crédito sindicado por USD \$385,000,000 con siete bancos en la región, por un periodo de 5 años. Los fondos se utilizaron para prepagar exitosamente el bono 144A RegS emitido en marzo 2017.

Estamos comprometidos en dar respuesta a todos nuestros impactos ambientales, sociales y económicos, reforzando nuestro principio de transparencia, la rendición de cuentas y prácticas comerciales responsables. Cada año buscamos retornos más, para lograr un crecimiento sostenible, cumpliendo con las expectativas del mercado, y consolidando un equipo interno que siempre está buscando que los resultados individuales transformen la vida de miles de personas.

Mario Simán
Presidente y CEO



Acciones que hacen **GRANDES DIFERENCIAS**

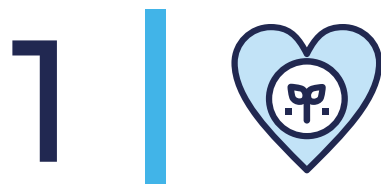
Continuamos con nuestro compromiso por el desarrollo sostenible, fortaleciendo nuestras líneas estratégicas centradas en las personas, el planeta y la buena gobernanza de nuestra organización, dando respuesta a los impactos del negocio. Nuestra visión se alinea a estándares y regulaciones internacionales que nos dan una visión global de los resultados, cumpliendo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y creando planes de acción basados en los indicadores ASC; generando un impacto de bienestar para nuestros clientes, proveedores, colaboradores y comunidades.

Buscamos que nuestras acciones estén alineadas a los impactos que generamos, es por lo que nuestro mayor enfoque es mitigar el impacto del cambio climático a través de la instalación de paneles solares y programas de reciclaje, que nos permiten reducir nuestra huella ambiental, generando eficiencia energética. Llevamos nuestros programas de reciclaje a más centros de distribución y ampliamos nuestra cartera de productos amigables con el medio ambiente.

Reconocemos que nuestras operaciones permiten el crecimiento de emprendedores y microempresarios, por lo que apoyamos el crecimiento de más de 22,190 empresas lideradas por un 80% de emprendedoras y microempresarias, mediante nuestro programa Expandiendo Horizontes, creando una fuente de ingreso continuo para mujeres cabeza de hogar, facilitándoles el acceso a microcréditos para el crecimiento de sus negocios.



Nos fijamos **3 objetivos de sostenibilidad** para trabajar y unificar esfuerzos en nuestros países:



Incrementar el portafolio de productos eco-amigables a precios accesibles para brindarle a nuestros clientes soluciones amigables con el medio ambiente.



Reducir el impacto del cambio climático mediante el reciclaje de eléctricos y electrónicos.



Convertirnos en una empresa “Zero Waste” en nuestros talleres de reparación (ServiTotal).

Estrategia ASG



Nuestro compromiso de seguir generando oportunidades de bienestar a nuestros grupos de interés para impactar el entorno en donde operamos y beneficiar a nuestras comunidades está estrechamente ligado a nuestra estrategia de desarrollo sostenible.

Bajo nuestra cultura de sostenibilidad tenemos como propósito desarrollar e implementar estrategias orientadas al cumplimiento de los temas

de materialidad y de relevancia para la organización, así como la promoción de los valores corporativos, gobernanza y el aporte al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Esta estrategia se materializa a través de nuestro Modelo de Sostenibilidad, el cual cuenta con tres pilares estratégicos que son: **social, ambiental y gobernanza**; que abarcan los proyectos que se presentan en este Reporte.



Sobre el REPORTE

(GRI Contenido 2-3, 2-14)

Grupo Unicomer ha presentado la información citada en este índice de contenidos GRI para el periodo comprendido entre 1 de abril del 2023 al 31 de marzo del 2024 utilizando como referencia los Estándares GRI. Además, se utilizó el mapa de materialidad de acuerdo con el Sustainability Accounting Standards Board (SASB) para reportar los indicadores relevantes de nuestras industrias.

Este reporte aborda los resultados de las operaciones en nuestros 24 países, donde se muestra la gestión frente a los temas más relevantes de nuestra organización. El análisis fue liderado por la Gerencia de Asuntos Corporativos, quién a su vez construyó el Reporte de Sostenibilidad de la mano de la Coordinación de RSE y Sostenibilidad. Este reporte ha sido validado por la Alta Dirección para garantizar que todos los aspectos quedaran cubiertos; este no cuenta con una verificación externa por parte de un tercero.

La publicación de este reporte está relacionada con la transparencia de los contenidos en base a los indicadores GRI, así como para facilitar la comparabilidad entre períodos, ya que se presenta anualmente.

Para compartir sugerencias, opiniones o en caso de tener inquietudes, comunicarse con:



María Teresa Alfaro,
Gerente de Asuntos Corporativos,

maria_alfaro@unicomer.com

Enfoque de **SOSTENIBILIDAD**

Asuntos **MATERIALES**

(GRI Contenido 3-1, 3-2)

Identificar nuestros grupos de interés y los temas materiales más importantes para la compañía nos permite tener una visión objetiva de la dirección que debemos tomar como empresa en cada rubro.

Cada una de las acciones que tomamos nos acerca a crear valor para nuestros grupos de interés. Los temas materiales son asuntos relevantes para la empresa en los que tenemos impacto y debemos enfocar nuestras acciones.



Grupos de INTERÉS

(GRI Contenido 2-29)

Buscamos maximizar nuestras acciones y programas para crear un impacto positivo hacia nuestros grupos de interés, bajo los indicadores ASG, a través de:



COLABORADORES Y SUS FAMILIAS	CLIENTES	PROVEEDORES	ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO	GOBIERNOS	MEDIOS DE COMUNICACIÓN	INSTITUCIONES EDUCATIVAS	JUNTA DIRECTIVA	ACCIONISTAS	COMPETENCIA	INSTITUCIONES FINANCIERAS		
Comunicación Interna	Plataformas Digitales	Programa de Inscripción de Proveedores	Programas de RSE	Programas de RSE	Comunicados	Programas de RSE	Reporte de Sostenibilidad	Reporte de Sostenibilidad	Participación en foros y capacitaciones del empresariado	Reporte de Sostenibilidad		
Programas de RSE	Tiendas Físicas	Código de Ética	Voluntariados	Seguimiento de Regulaciones								
Universidad Unicomer	Campañas de Mercadeo											Participación en foros del empresariado
Línea de Ética	Estrategias de Marketing Digital											
Focus Groups	Línea Ética											
Evaluación de Clima Organizacional												

Nuestro aporte a los **OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE**

Buscamos contribuir a los Objetivos de Desarrollo Sostenible mediante la implementación de nuestra estrategia de sostenibilidad y por medio de la ejecución de proyectos o programas de las diferentes áreas de la compañía.



A continuación, presentamos los **ODS** a los cuales aportamos:



1. FIN DE LA POBREZA

Apoyamos por medio de nuestros Programas de Responsabilidad Social a comunidades con el fin de mejorar sus oportunidades e ingresos.

3. SALUD Y BIENESTAR

Realizamos capacitaciones por medio de nuestras clínicas empresariales sobre temas de salud y bienestar, prevención de enfermedades y chequeos continuos de salud.

Además, con nuestras ferias de salud facilitamos a nuestros colaboradores los medios para su cuidado personal, mental y físico.

4. EDUCACIÓN DE CALIDAD

Otorgamos becas a hijos de colaboradores y becas externas, para asegurar que tengan una educación de calidad. Además, apoyamos a instituciones educativas con equipos de computación, muebles, entre otros, para mejorar los espacios de formación en nuestros países.

Para nuestros colaboradores tenemos programas de formación, tanto presenciales como virtuales.

5. IGUALDAD

Con nuestro Programa Expandiendo Horizontes formamos a mujeres emprendedoras y empresarias en temas de gestión empresarial para que puedan sacar adelante sus negocios y así tener sus propios medios de subsistencia.

6. AGUA LIMPIA

Reducimos el uso de agua en nuestras operaciones mediante tecnologías de apagado de chorros automáticos y creamos campañas internas de comunicación para generar conciencia sobre el buen uso del agua.

7. ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE

Por medio de nuestros paneles solares hemos logrado llevar energía limpia y asequible a nuestras operaciones, adicionalmente estamos mudando a electricidad LED.

En nuestras tiendas ofrecemos productos con tecnología de eficiencia energética para brindarle a nuestros clientes una oferta adicional con energía no contaminante.

8. TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

Estamos comprometidos con los derechos humanos, fomentando un entorno multicultural de oportunidades para todos, adonde la capacidad de las personas es el factor dominante.

Por medio de nuestros programas de RSE apoyamos a emprendedores, pequeñas y medianas empresas mediante capacitaciones de formación empresarial apoyando la recuperación económica de nuestras comunidades, además de programas de pasantías para jóvenes otorgándoles la oportunidad de entrar al mercado laboral.

9. INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA

Construimos infraestructura con certificaciones medio ambientales, sostenibles, resilientes y de bienestar para nuestros colaboradores.

Adicionalmente, apoyamos en la construcción de infraestructuras para nuestras comunidades y llevamos accesos a financiamiento asequible para que puedan integrarse a los mercados y cadenas de valor.

10. REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES

Aumentamos la multiculturalidad de nuestros colaboradores, abriendo espacios de trabajo para todos los que quieran formar parte de nuestra empresa, garantizando la igualdad de oportunidades.

11. CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES

Por medio de nuestros programas de RSE, apoyamos a colaboradores y comunidades afectadas por desastres naturales y generamos espacios para que personas con discapacidad puedan desplazarse en ambientes seguros a zonas verdes y espacios públicos.

Adicionalmente, reducimos el impacto ambiental negativo, mediante nuestros programas de reciclaje y reutilización de recursos.

12. PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE

Con nuestros programas de reciclaje y reutilización, promovemos una cultura de economía circular en nuestras operaciones.

13. ACCIÓN POR EL CLIMA

Por medio de la instalación de paneles solares, venta de productos con tecnología de eficiencia energética y programas de captación de gases refrigerantes, reducimos la generación de gases de efecto invernadero.

15. VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES

Con nuestras políticas de compra de madera sostenible, promovemos la gestión sostenible de bosques, ayudando a recuperarlos e incrementando la forestación de los suelos.

16. PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS

Aseguramos procesos éticos, transparentes y responsables, mediante nuestras políticas, Código de Ética y BlueBook, fomentando la buena gobernanza y las formas de trabajo en favor del desarrollo sostenible.

17. ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS

Fomentamos la constitución de alianzas eficaces en las esferas públicas, público-privadas y de la sociedad civil a favor de un bienestar común y sostenible.



¿Quiénes somos?

Nuestras MARCAS

(GRI Contenido 102-2)



“Ofrecemos
soluciones únicas
que generan
BIENESTAR”

Somos un **“5-STAR FULL-SERVICE RETAIL GROUP”** (TODO EN UNO).

Un grupo de retail con un nivel de servicio integral que, a través de nuestras marcas comerciales, productos, y servicios, ofrecemos soluciones a todos nuestros clientes, creando oportunidades para elevar su bienestar.

- Somos quienes superan las expectativas, acompañando a nuestros clientes con un servicio completo de venta y servicio de principio a fin.
- Enriquecemos sus experiencias de compra con soluciones en cada paso de su trayecto.
- Trabajamos para lograr sorprenderlos y crear experiencias únicas desde el canal que decidan utilizar.



Misión

Ser el líder en la comercialización de muebles, electrodomésticos, electrónicos, y otros productos en los mercados que operamos; sirviendo las necesidades de nuestros clientes con productos y servicios financieros innovadores, con la dedicación y esmero que merecen, fomentando un ambiente profesional para el desarrollo de nuestros colaboradores y proveedores, sirviendo a nuestras comunidades, y logrando un crecimiento sostenible para cumplir las expectativas de los accionistas.

Visión

Ser una organización comercial y de servicios financieros de clase mundial que logra sus metas de negocio y responsabilidad social a través de un liderazgo ejemplar en un ambiente profesional diverso que promueva integridad, honestidad y respeto a los demás.

Nuestra HISTORIA



Nace **Grupo Unicomer** al adquirir las operaciones de CETECO en C.A.

2000



Se incorpora la cadena **COURTS** en El Caribe.

2006



Apertura de **COURTS** en **Brooklyn, N.Y.** y La Curacao en **Costa Rica.**

2008



Se incorpora la cadena **Artefacta** en Ecuador.

2011



Se incorpora **AMC Unicon** en Aruba.

2014



Se incorpora la cadena **OMNI** presente en Curacao, Bonaire y Sint Maarten.

2016



Inauguramos el laboratorio **Opticomer** y el laboratorio de control de calidad: **Total Test.**

2018



Celebramos nuestro **20 Aniversario** y lanzamiento de **www.artefacta.com**

2020



Apertura de **Hub Tecnológico** en Chile.

2022

2000 2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023

2005

Se inician operaciones en **Houston y República Dominicana.**



2007

Inician las operaciones de **Lucky Dollar** en El Caribe.



2010

Entrada de **El Puerto de Liverpool de México**, como nuevo socio.



2012

Se incorpora **Gollo** de Costa Rica y se realiza el lanzamiento de **Baratodo** en Ecuador.



2015

Se incorpora la cadena **Electrofacil en Paraguay** y la marca de **RadioShack** para Centroamérica, Suramérica y El Caribe.



2017

Se realiza una colocación privada de **Bonos Internacionales bajo la Regla 144-A y Regulación S.** Se inaugura la tienda 1,000.



2019

Refrescamiento de marca **La Curacao** y la nueva **AMC Unicon Megastore** abre en Aruba.



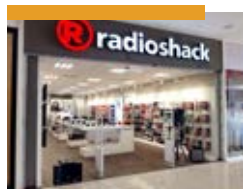
2021

Lanzamiento de billetera electrónica **EMMA** en Ecuador y celebración de 100 años de Simán.



2023

Adquirimos a nivel global la marca RadioShack llegando alrededor de 70 países del mundo, incluyendo Estados Unidos, Canadá, Europa y China, con presencia en más de 2,000 puntos de ventas.



Nuestra PRESENCIA


(GRI Contenido 2-1, 2-2, 2-7)

 **23** Países

 **+13,870**
Empleos Directos*

 **+1,570**
Empleos Indirectos**

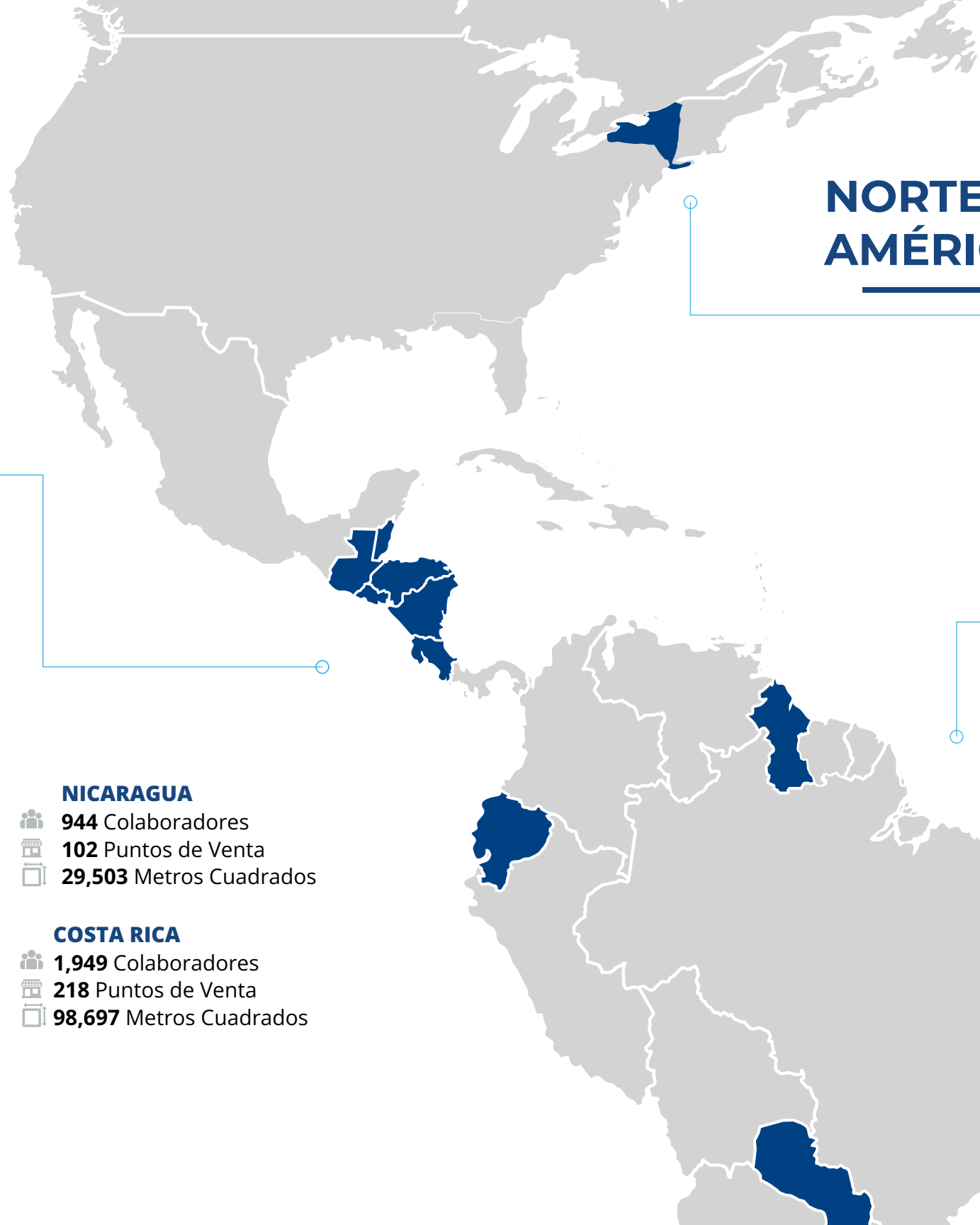
 **+1,270**
Puntos de Venta

 **+399,100**
Metros²




 **5** Oficinas Regionales
y **1** Corporativa

 **2** Centros
de Distribución




* Colaboradores y "Outsourced"
/ ** Franquiciados, Talleres,
Transportistas y Promotores









NORTE AMÉRICA




ESTADOS UNIDOS
 **3** Colaboradores
 **3** Puntos de Venta
 **1,927** Metros Cuadrados




CENTRO AMÉRICA

BELICE
 **227** Colaboradores
 **18** Puntos de Venta
 **6,448** Metros Cuadrados

GUATEMALA
 **1,755** Colaboradores
 **194** Puntos de Venta
 **53,898** Metros Cuadrados




EL SALVADOR
 **2,228** Colaboradores
 **132** Puntos de Venta
 **38,854** Metros Cuadrados




HONDURAS
 **1,419** Colaboradores
 **167** Puntos de Venta
 **48,138** Metros Cuadrados




NICARAGUA
 **944** Colaboradores
 **102** Puntos de Venta
 **29,503** Metros Cuadrados

COSTA RICA
 **1,949** Colaboradores
 **218** Puntos de Venta
 **98,697** Metros Cuadrados

SUR AMÉRICA




ECUADOR
 **1,555** Colaboradores
 **178** Puntos de Venta
 **29,477** Metros Cuadrados

GUYANA
 **323** Colaboradores
 **28** Puntos de Venta
 **10,300** Metros Cuadrados




PARAGUAY
 **451** Colaboradores
 **26** Puntos de Venta
 **3,560** Metros Cuadrados

EL CARIBE




ANTIGUA Y BARBUDA

 **67** Colaboradores
 **6** Puntos de Venta
 **2,410** Metros Cuadrados




ARUBA

 **121** Colaboradores
 **9** Puntos de Venta
 **4,202** Metros Cuadrados




BARBADOS

 **284** Colaboradores
 **11** Puntos de Venta
 **5,427** Metros Cuadrados




CURACAO, BONAIRE Y SINT MAARTEN

 **131** Colaboradores
 **6** Puntos de Venta
 **3,372** Metros Cuadrados




DOMINICA

 **46** Colaboradores
 **5** Puntos de Venta
 **1,225** Metros Cuadrados

GRANADA

 **73** Colaboradores
 **6** Puntos de Venta
 **1,937** Metros Cuadrados




JAMAICA

 **1,145** Colaboradores
 **105** Puntos de Venta
 **31,634** Metros Cuadrados



SAN CRISTÓBAL Y NIEVES

 **48** Colaboradores
 **5** Puntos de Venta
 **1,657** Metros Cuadrados




SANTA LUCÍA

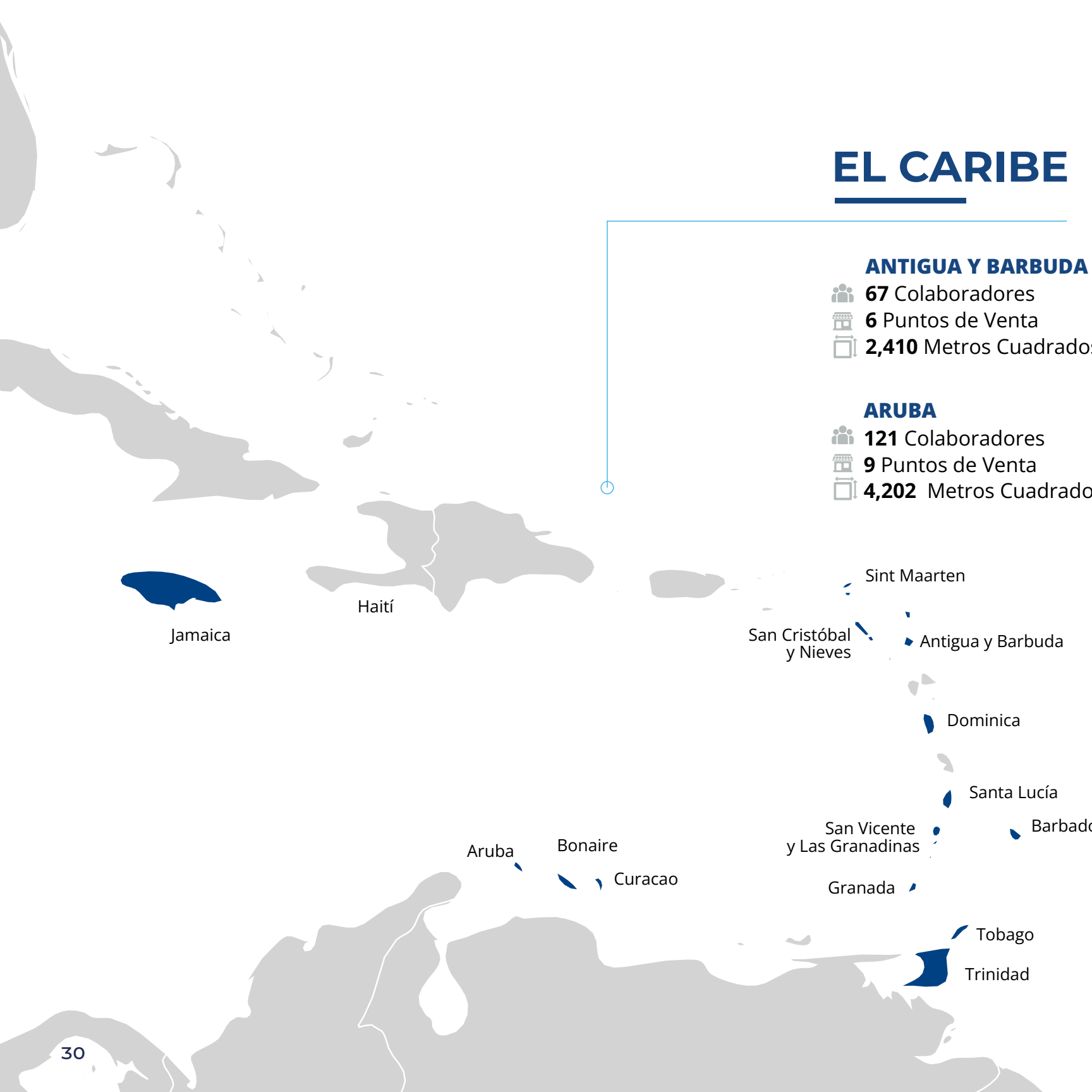
 **284** Colaboradores
 **13** Puntos de Venta
 **4,385** Metros Cuadrados

SAN VICENTE Y LAS GRANADINAS

 **47** Colaboradores
 **5** Puntos de Venta
 **2,726** Metros Cuadrados

TRINIDAD Y TOBAGO

 **775** Colaboradores
 **36** Puntos de Venta
 **19,297** Metros Cuadrados



Franquicia RADIOSHACK

(GRI Contenido 2-1, 2-2, 2-6)

Este año RadioShack tuvo un crecimiento importante de 12.3% a total región. La expansión fue un pilar importante al aperturar 16 tiendas en la región, de las cuales 8 se llevaron a cabo en Costa Rica. Adicional, se adquirieron los activos de propiedad intelectual y dominios de RadioShack en alrededor de 70 países del mundo, incluyendo Estados Unidos, Canadá, Europa y China.



PANAMÁ
Centro de Distribución

+1.95 Millones de Unidades Vendidas

EL CARIBE

99 Puntos de venta

- Aruba
- Barbados
- Belice
- Bonaire
- Curacao
- Dominica
- Granada
- Guyana
- Jamaica
- San Cristóbal
- San Vicente
- Santa Lucía
- Sint Maarten
- Trinidad

CENTRO AMÉRICA

100 Puntos de venta

- Guatemala
- El Salvador
- Honduras
- Nicaragua
- Costa Rica

SUR AMÉRICA

17 Puntos de venta

- Ecuador
- Paraguay

Nuestra GENTE

COLABORADORES

(GRI Contenido 2-7, 405-1)

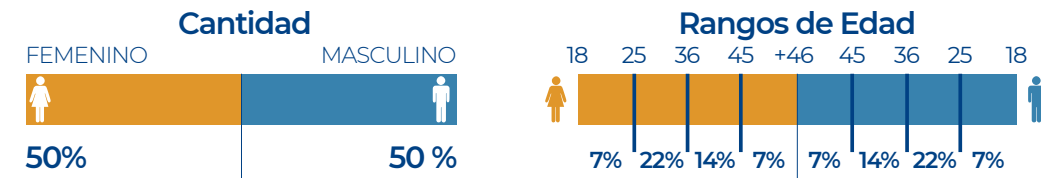
Nuestra gente es nuestra mayor apuesta, somos una empresa multicultural donde se fomenta el respeto hacia el talento y promovemos el desarrollo de las personas, de forma individual y colectiva, trabajando por un mismo objetivo.

La riqueza de nuestra cultura empresarial garantiza el respeto hacia todos los colaboradores, traduciéndose en un ambiente laboral acogedor.

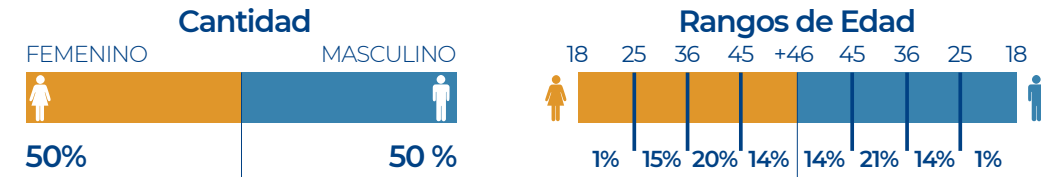
13,875
2023-2024



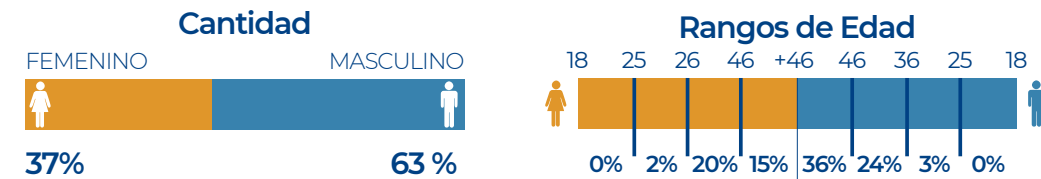
COLABORADORES



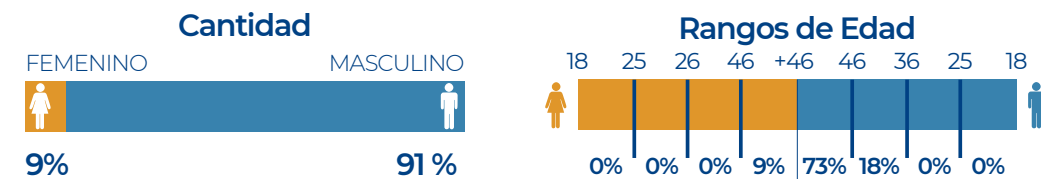
JEFES Y GERENTES



GERENTES EJECUTIVOS



COMITÉ EJECUTIVO



Atracción de TALENTO

(GRI 401-1)

Convertirnos en una empresa atractiva nos mueve a innovar en nuestra forma de hacer las cosas. Esto fortalece nuestra misión y visión como Grupo, permitiendo que nuevas generaciones y pensamientos abonen al crecimiento de la empresa. En Latinoamérica recibimos **+16,000 solicitudes de trabajo** entre las edades de 25 a 35 años, siendo esta la población que más nos busca para oportunidades laborales. Esto nos indica que somos una empresa atractiva para nuevas generaciones, las cuales abonan a la innovación y nuevas formas de hacer las cosas.



MANAGEMENT TRAINEE PROGRAM

“Management Trainee Program” es un programa semillero destinado a desarrollar líderes de alto calibre para contribuir al logro de los objetivos de la empresa, a medida que avanzan en sus carreras en el corto y mediano plazo. La empresa tiene un compromiso continuo con el desarrollo de sus “Trainees” y con ello pretende cumplir con los siguientes objetivos:

- Desarrollar habilidades que les permitan desarrollarse y crecer hacia el futuro, especialmente en áreas donde tenemos escasez.

- Proporcionar un pull de profesionales competentes para puestos directivos de nivel inicial.

Actualmente, contamos con 6 “Trainees” dentro del programa, uno por cada país de Latinoamérica, cumpliendo con su plan de rotaciones por áreas del negocio “core” y también de la mano con el desarrollo de competencias de liderazgo y habilidades blandas.

NUEVOS INGRESOS

La atracción de nuevo talento es una oportunidad para el crecimiento de nuestra multiculturalidad en nuestros grupos de trabajo. Es parte de nuestra estrategia para atraer a los mejores candidatos a que sean parte de la Familia Unicomer. Esto nos permite llevar mayor variedad de conocimientos a todas nuestras operaciones.

Cantidad de nuevos ingresos Latinoamérica

+3,100 COLABORADORES

MUJERES

44%

HOMBRES

56%



PROCESO DE INDUCCIÓN

Darle la bienvenida a nuestro talento nuevo y hacerlo sentir como en casa, se ha convertido en la base de nuestros procesos de inducción. Buscamos que la incorporación del nuevo talento sea de la forma óptima para cumplir sus funciones, teniendo una visión global del Grupo y de los diferentes puntos de nuestra cadena de valor, para asegurar el trabajo eficiente en toda la organización. Queremos que cada nuevo miembro de Grupo Unicomer cuente con todas las herramientas para iniciar sus funciones e identificar su camino de crecimiento y formación, es por eso que parte de su proceso de inicio los incorporamos a la Universidad Unicomer con cursos obligatorios para conocer más sobre la empresa como: Cultura Unicomer, Inducción Institucional, Ética, Desempeño, entre otros.

También tenemos disponible nuestra página de:

'Talento GU'

<https://talentogrupounicomer.com/inicio>

donde se tocan con mayor detalle temas de entrenamiento.

Contamos con plataformas virtuales, charlas de los departamentos, y abrimos espacios para que puedan formar parte de nuestro Programa de Mentoría, así acompañamos a cada persona en su proceso de aprendizaje.

Cantidad de colaboradores que completaron el proceso de inducción en Latinoamérica

+2,240 COLABORADORES



PROMOCIÓN LABORAL

Buscamos siempre el crecimiento continuo del mejor talento, dando prioridad a nuestros colaboradores cuando se abren nuevas plazas para que puedan seguir fortaleciendo su carrera profesional dentro de nuestra empresa.

El proceso de promoción interna inicia con la aplicación de colaboradores actuales a la vacante en cuestión, publicada a través de Comunicación Interna, y a partir de este año, a través de nuestro Portal Oportunidades Unicomer; se verifican requisitos de aplicación, viabilidad desde compensaciones, última nota de desempeño y tiempo en la posición actual. En caso se seleccione al candidato interno, se realiza una oferta de promoción/traslado y se planifica el movimiento.

Cantidad de colaboradores promovidos en Latinoamérica

+600 COLABORADORES



Un equipo **MULTICULTURAL**

(GRI Contenido 2-1, 2-7)

Estamos dónde está el talento; no vemos fronteras y vamos más allá de los 24 países adonde contamos con operaciones. Las diferentes culturas nos fortalecen y nos llevan a tener una visión más amplia.

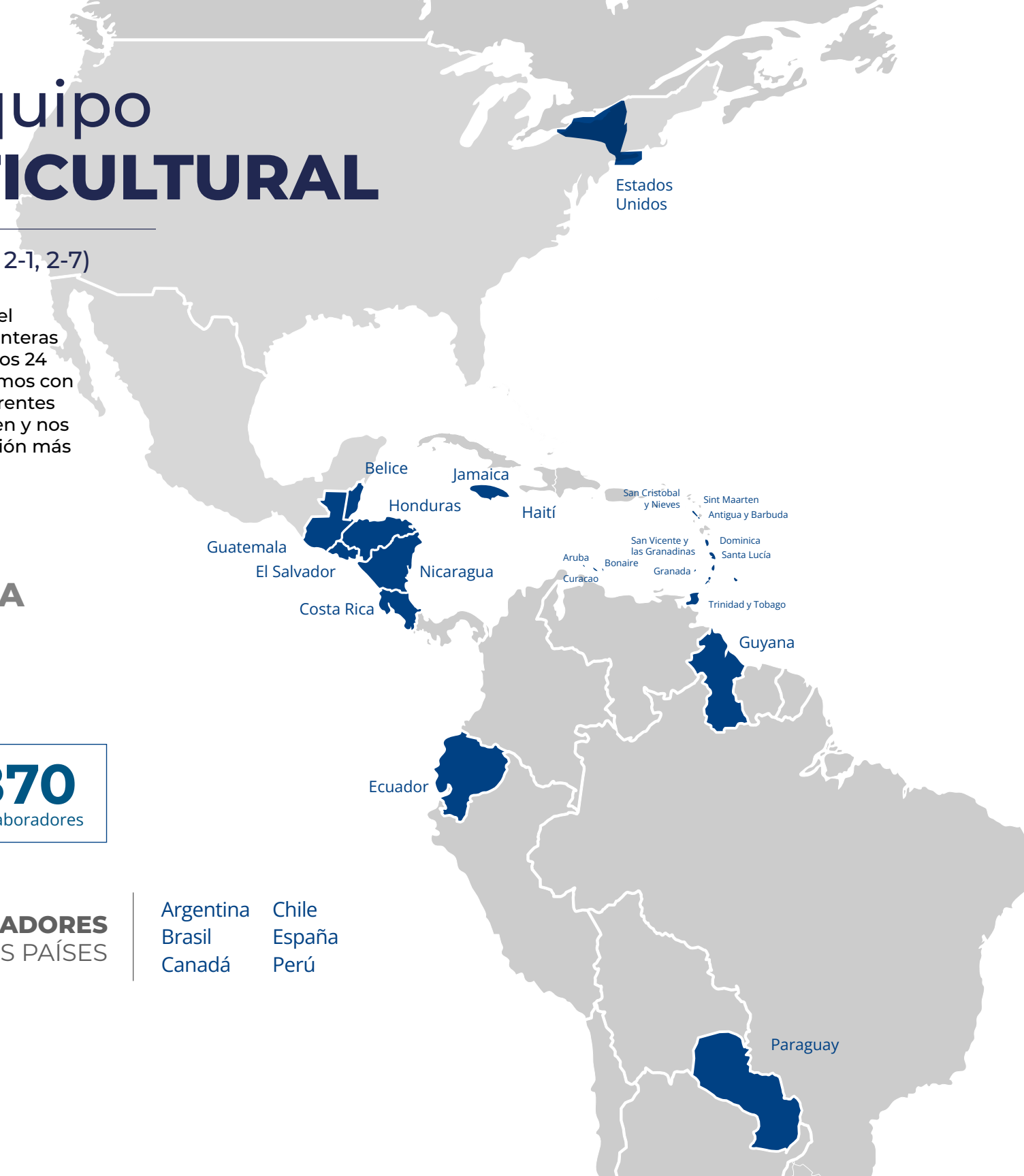
NUESTRA PRESENCIA

23
Países

+13,870
Colaboradores

COLABORADORES EN OTROS PAÍSES

Argentina Chile
Brasil España
Canadá Perú



5 Oficinas Regionales y **1** Corporativa

Miami Estados Unidos
Kingston Jamaica
Puerto España Trinidad y Tobago

San Salvador El Salvador
Santiago Chile

Oficina Regional y Corporativa

2 Centros de Distribución

Miami **Estados Unidos**
Ciudad de Panamá **Panamá**

Cultura de **ALTO DESEMPEÑO**

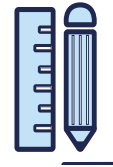
Gestión y Evaluación de Desempeño (GRI 404-3)

Gestión al Desempeño es un proceso anual que establece cómo gestionamos el rendimiento de los equipos e individuos contra objetivos, impulsando la ejecución de la estrategia de la compañía y cómo se deben alcanzar a través de una responsabilidad clara, personal y de alto compromiso.

Este proceso de evaluación de desempeño y retroalimentación genera soluciones de formación mediante la integración del cumplimiento de objetivos de cada colaborador y las capacidades requeridas para poder cumplir expectativas de desempeño y competencias de liderazgo.

Para poder apoyar a nuestros colaboradores en su desarrollo, contamos con un proceso definido de retroalimentación continua y oportuna durante todo el año. Este mantiene a nuestros colaboradores informados sobre los objetivos del negocio y de cómo desde su rol, pueden ser parte del cumplimiento de estos; de acuerdo con sus objetivos personales de desempeño.

RETROALIMENTACIÓN CONTINUA



- DEFINICIÓN DE **OBJETIVOS ESTRATÉGICOS**



- DEFINICIÓN DE **OBJETIVOS INDIVIDUALES**



- EVALUACIÓN DE **DESEMPEÑO MEDIO AÑO**



- REVISIÓN DE **DESEMPEÑO DE FIN DE AÑO**



Programa de aprendizaje, **DESARROLLO Y ENTRENAMIENTO**

(GRI 404-2)

Nuestra estrategia de desarrollo prioriza las capacidades claves de la organización, poniendo foco entre la convergencia de formar a los equipos de ventas y generar diferentes líneas de entrenamiento, como desarrollar y entrenar las capacidades tecnológicas requeridas para la organización. Además, nos centramos en fortalecer las competencias centrales del liderazgo, preparando y desarrollando oportunamente las capacidades claves de los colaboradores con nuestros ecosistemas de aprendizaje que permiten conectarlos con la diversidad de recursos o medios de aprendizaje.

FORMACIÓN PRESENCIAL



FORMACIÓN VIRTUAL



TOTAL FORMACIÓN PRESENCIAL Y VIRTUAL



coursera



Seguridad OCUPACIONAL

Creamos espacios seguros, sanos y aptos para todos nuestros grupos de interés

(GRI 403-1, 403-9)

Nos aseguramos de que nuestros colaboradores en todas sus posiciones cumplan con los protocolos de trabajo en temas de seguridad para desempeñar sus actividades diarias, proporcionándoles capacitaciones, equipos de protección y lineamientos para proteger su integridad física, al igual que la de nuestros clientes y proveedores.

Nos esforzamos en sensibilizar a nuestros colaboradores en temas de atención a los detalles, comportamientos propios y el correcto uso de los equipos. Nos aseguramos de que cada proceso tenga un procedimiento de trabajo seguro y que sea comprendido por nuestros colaboradores.

Todos nuestros centros de trabajo: oficinas, tiendas, centros de distribución, entre otros, están debidamente señalizadas con sus rutas de evacuación, cuentan con equipos de protección (extinguidores de fuego, escaleras de emergencia, botiquines médicos, entre otros) para fortalecer la seguridad y protección de todos los involucrados.



Salud y BIENESTAR LABORAL

(GRI 403-3, 403-5)

La salud y el bienestar de nuestros colaboradores y sus familias inmediatas son una prioridad para nosotros, por lo que hemos creado varios programas de bienestar para ellos.

PROGRAMA DE ALIMENTACIÓN SALUDABLE

Apoyamos a nuestros colaboradores a tener un estilo de alimentación sana, brindándoles charlas informativas, apoyo en nutrición por medio de nuestra clínica empresarial y descuentos en gimnasios para fomentar que realicen actividades físicas.

CHARLAS EDUCATIVAS EN TEMAS DE CUIDADO DE LA SALUD

Se realizan diversos tipos de charlas para colaboradores en temas de prevención y cuidado de la salud, tocando temas como: depresión y ansiedad, la importancia de un sueño saludable, riesgos psicosociales, salud masculina, equilibrio vida-trabajo.



MES DE LA PREVENCIÓN DEL CÁNCER DE MAMA

¡Octubre se vistió de rosado! Nos unimos en solidaridad para levantar conciencia sobre la importancia de la detección temprana y medidas preventivas, por medio de diferentes actividades con nuestros colaboradores como: charlas educativas, tomas de ultrasonografías de mama y actividades de “engagement” como vestarnos de rosado en nuestras oficinas y actividades físicas como bailo terapias.



FERIAS DE SALUD

Se realizan ferias de salud para acercar a nuestros colaboradores opciones de servicios con precios especiales en laboratorios, compras de vitaminas y medicinas, centros de relajación, exámenes visuales y adquisición de lentes, entre otros.

LA FERIA EN NÚMEROS

Se realizaron:

	• 43 limpiezas dentales
	• 33 fisioterapias
	• 32 masajes
	• 24 evaluaciones nutricionales
	• 22 exámenes de la vista
	• 48 tomas de presión

CLÍNICA EMPRESARIAL

En nuestras operaciones de Latinoamérica contamos con clínicas empresariales que brindan servicios a nuestros colaboradores, en donde pueden agendar y realizar sus citas médicas con profesionales, brindándoles atención personalizada y seguimiento a sus consultas.

Cantidad de consultas médicas

10,028

52%
Beneficiarias
Femeninas

48%
Beneficiarios
Masculinos

Charlas Realizadas

57

Educativas

5,838

Beneficiarios

Actividades Preventivas Realizadas

108

Actividades

5,560

Beneficiarios

Marcas que INSPIRAN

(GRI Contenido 2-6)

Para ofrecerle a nuestros clientes una alta gama de productos innovadores, modernos y accesibles, garantizando la calidad de ellos hemos desarrollado nuestras Marcas Propias que ofrecen diversas líneas de productos y nos llenan de orgullo y satisfacción. Todos nuestros productos han sido aprobados por nuestro Laboratorio Total Test bajo pruebas y certificaciones internacionales.

Con nuestras Marcas Propias buscamos añadir valor al hogar de nuestros clientes por medio de productos que brindan características básicas garantizando la mejor calidad con precios accesibles. Acercamos la tecnología, comodidades y tendencias a aquellos segmentos que cuentan con presupuestos ajustados. **Nuestras Marcas Propias y Exclusivas representan un 32% de las +6.67 millones de unidades vendidas.**

landranger

Landranger es reconocida como la marca líder en la división de Hogar y se destaca especialmente como marca de máquinas y accesorios fitness.

Durante el año financiero 23-24, tuvo una impresionante participación del 11.2% en las ventas totales de Hogar, con un crecimiento del 40.78% en unidades; es un reflejo de la confianza y preferencia que nuestros clientes depositan en nuestros productos.

Nuestros surtidos están cuidadosamente planificados para ofrecer soluciones asequibles que satisfagan las necesidades de nuestros clientes. Además, estamos encantados de anunciar el desarrollo de nuevos productos, incluyendo



bicicletas y caminadoras, que complementan nuestra línea de accesorios fitness y prometen brindar a nuestros clientes experiencias de ejercicio de primera calidad.

En Landranger, nos comprometemos a seguir innovando en el mercado de Hogar y en el sector de fitness, ofreciendo productos de alta calidad a precios accesibles y contribuyendo al bienestar y la satisfacción de nuestros clientes.



Quattro es la marca líder en la división Hogar y Especialidades, siendo reconocida por ofrecer muebles modernos y prácticos, diseñados para ser llevados o ensamblados en casa, todo a precios accesibles.

Durante el año financiero 23-24, Quattro representó el 12.6% de las ventas totales en el sector Hogar, y Especialidades, con un impresionante crecimiento de 40.78% en unidades.

Se desarrollaron nuevos productos como las Quattro "Barbecues" y accesorios para cocina, además de tener un crecimiento en más de +363 espacios en tiendas de utensilios de cocina.

En la categoría de Quattro Alfombras, nos enorgullece anunciar que nuestros productos son

fabricados con materiales reciclados y naturales, como parte de nuestro compromiso con la sostenibilidad ambiental. En Quattro, nos esforzamos por ofrecer no solo productos de alta calidad, sino también soluciones que respeten el medio ambiente y mejoren la vida de nuestros clientes y el planeta en general.



Durante el año financiero 23-24, True Rider registró un destacado desempeño, con ventas que representaron un impresionante incremento del 40.7% en comparación con el año anterior.

Uno de los principales logros fue el incremento del ticket promedio, resultado de una estrategia efectiva de venta cruzada con motos, que aumentó el monto a financiar y generó un crecimiento adicional en los ingresos.

Además de su éxito comercial, True Rider se destacó como una marca embajadora de RSE en cuanto a tomar las riendas sobre la Educación Vial para nuestros clientes. A través de iniciativas y campañas, la marca demostró su compromiso con la promoción de prácticas seguras en las carreteras, contribuyendo así al bienestar de la comunidad y al fomento de una cultura de conducción responsable.

MASTERTEGH

Durante el año financiero 23-24, Mastertech ha experimentado una emocionante renovación, presentando dos líneas distintivas para satisfacer las diversas necesidades de nuestros clientes.

En nuestra línea "Black", priorizamos la durabilidad y la eficiencia, mientras que en nuestra línea "Blue", combinamos la conveniencia con la calidad excepcional.

Como parte de esta renovación, lanzamos al mercado 57 nuevos modelos de pequeños electrodomésticos, ofreciendo soluciones tanto en voltajes de 110v como en 220v. Nuestra amplia gama de productos garantiza que nuestros clientes puedan encontrar la opción perfecta para sus necesidades en cualquier lugar del mundo. Estamos orgullosos de anunciar que nuestras líneas estarán disponibles en 23 países donde nuestras tiendas tienen presencia, brindando a nuestros clientes de todo el mundo acceso a productos de alta calidad que combinan innovación, funcionalidad y estilo incomparables.



Durante este año, se vendieron más de 118,000 unidades de nuestros muebles para el hogar, lo que representó un incremento del 5% en comparación con el año anterior.

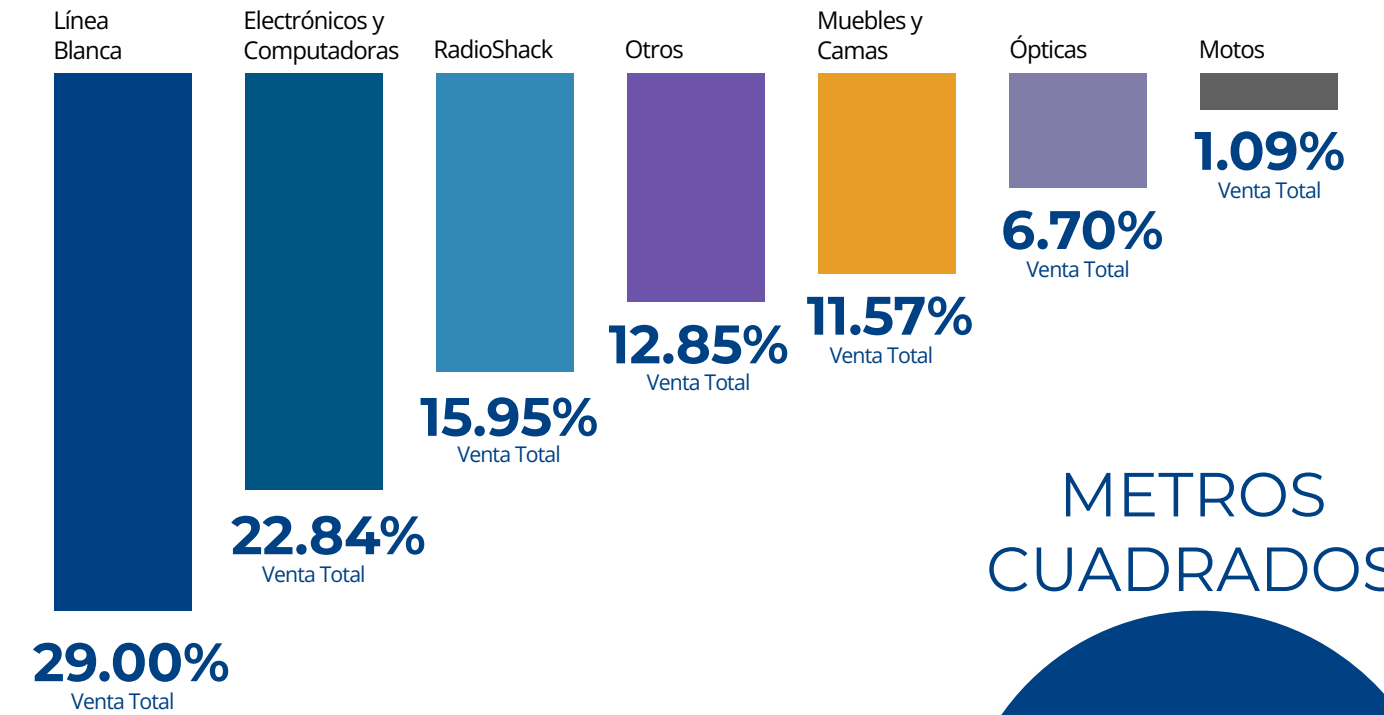
Estos muebles representan un impresionante 45% de la venta total de muebles, lo que destaca su popularidad entre nuestros clientes. En nuestra marca, nos comprometemos a ofrecer muebles pensados en la comodidad, el estilo y, sobre todo, accesibilidad de precios para nuestros clientes. Además, nos enorgullece contar con proveedores comprometidos con la sostenibilidad ambiental, utilizando madera o MDF proveniente de bosques bien manejados y áreas reforestadas. Asimismo, nuestros muebles están fabricados con pegamentos PVA no tóxicos, lo que demuestra nuestro compromiso con el cuidado del medio ambiente y la salud de nuestros clientes.

Nuestro año EN CIFRAS

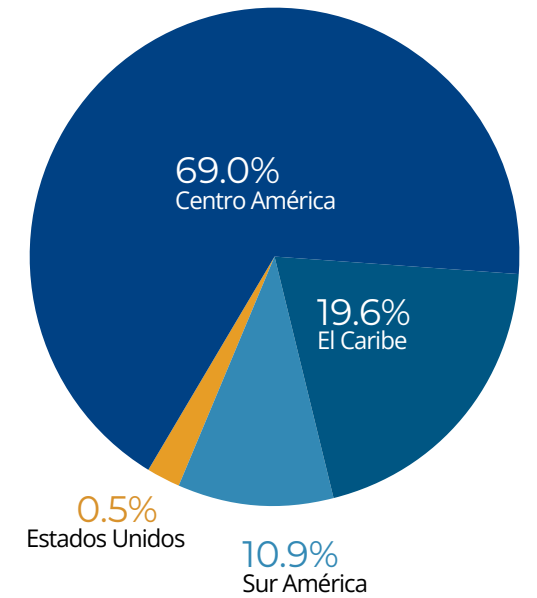
(GRI Contenido 2-1, 2-2, 202-1)



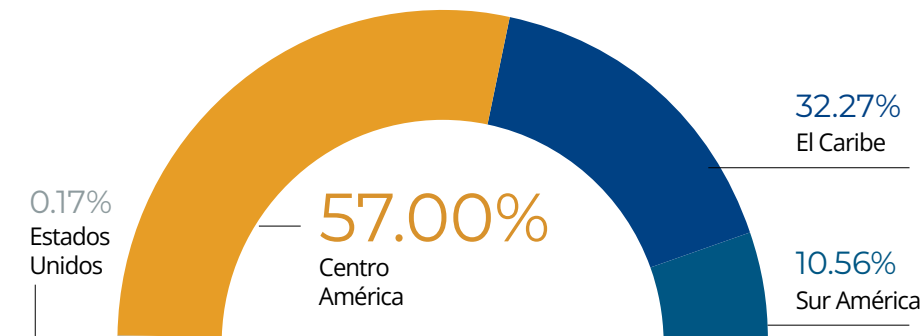
CATEGORÍAS DE PRODUCTO



METROS CUADRADOS



NUESTROS INGRESOS

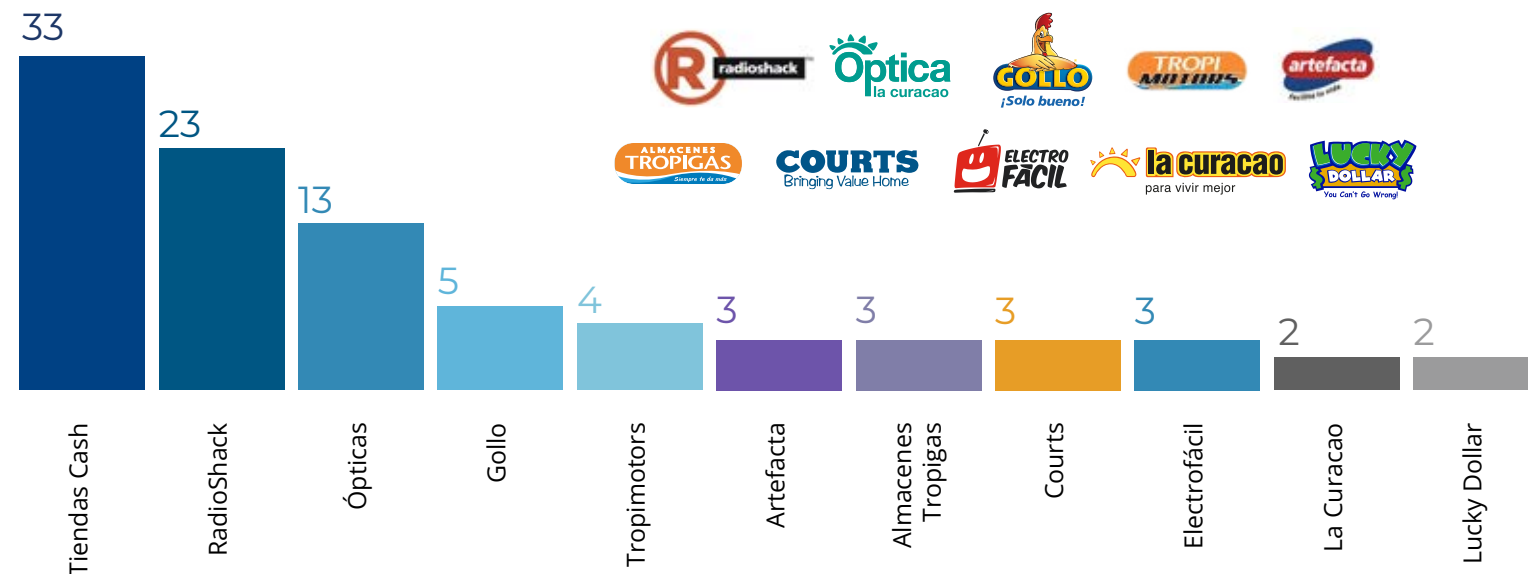


Destacados DEL AÑO

APERTURAS DE TIENDAS

Estamos en constante crecimiento buscando la fidelización y satisfacción de nuestros clientes, generando empleos para el desarrollo económico de los países donde operamos, a través de la apertura de:

95 nuevas tiendas



Nuestros CLIENTES



+2.34 Millones De Clientes



+6.99 Millones De Seguidores



+1.37 Millones De Clientes De Crédito



+5.10 Billones De Impresiones



+2.00 Millones De Cuentas De Crédito Activas



+40.40 Millones En Tráfico De Usuarios



+62.6 Millones Interacciones Promedio Al Mes



+22,190 Microempresarios Beneficiados



Servicio al CLIENTE

Nuestro enfoque de servicio es cliente céntrico, a través de una estrategia omnicanal. Nuestros colaboradores se mantienen en constante capacitación recibiendo charlas sobre comunicación, beneficios diferenciadores, abordajes oportunos, resolución de conflictos, información técnica de cada línea de producto para generar así un servicio de calidad durante la visita, venta y postventa.



NPS

El NPS nos ayuda a ver la satisfacción que tienen nuestros clientes al interactuar con nuestras marcas, productos o servicios. Nuestros NPS están por encima o dentro del estándar de las industrias de retail y centros de servicios de reparación, cumpliendo de manera satisfactoria las expectativas de nuestros clientes.

Cadenas

NPS

La Curacao	78%
Gollo	88%
Artefacta	92%
RadioShack ULA	81%
Almacenes Tropigas	90%
Baratodo	92%
Gollo Ópticas	94%
Ópticas La Curacao	85%
Servitotal	74%
Courts	51%
RadioShack CAR	54%
Courts Optical	61%
Courts Ready Cash	57%
Ashley Furniture Homestore	24%
Lucky Dollar	48%
EMMA	80%
www.lacuracaonline.com	23%
www.gollo.com	31%
www.artefacta.com	17%
www.radioshackla.com	80%
www.shopcourts.com	45%

- NPS por encima de 0 = **Bueno**
- NPS por encima de 20 = **Bastante bueno**
- NPS por encima de 50 = **Excelente**
- NPS por encima de 80 = **Clase Mundial**

Premios y RECONOCIMIENTOS

Fitch Ratings

En la última calificación financiera realizada por Fitch Ratings, mantenemos **una calificación BB-**, con una perspectiva estable.

- **25 Empresas más Destacadas de Centroamérica** – Revista ESTRATEGIA&NEGOCIO 25 Aniversario – Grupo Unicomer
- **Certificación del Programa Sistema Empresarial para la Movilidad Segura SEMS** - Instituto Nacional de Seguros (INS) – Grupo Unicomer – Costa Rica
- **Certificado de Unidad de Cumplimiento** por desempeñarse como centro de acopio permanente para el almacenamiento de traslado de RAEE (Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos) – Ministerio de Salud / Dirección de Protección Radiológica y Salud Ambiental / Unidad de Salud Ambiental – Grupo Unicomer – Costa Rica

- **“Top Customer Experience”** en la categoría de Almacenes de Electrodomésticos – Primer Certamen de TCX 2023 – Almacenes Tropigas – El Salvador
- **Effie de Plata en la “Categoría Retail” por la campaña de Artefacta “Traductor de Madres”** – Premios Effie – Artefacta – Ecuador
- **Effie de Bronce en la categoría especial de “Ideas de Medios” por la campaña de Artefacta “Traductor de Madres”** – Premios Effie – Artefacta – Ecuador
- **Estrellas por la Niñez 2023 – World Vision** – Grupo Unicomer Corporativo

<https://premioseffie.com/revista-2023/>

Agradecemos a nuestros proveedores, clientes y otras partes interesadas por su aporte y confianza en la solidez del Grupo.



EFFIE BRONCE

Año: 2023
Categoría: Idea de medios
Campaña: Traductor de Mamás
Anunciante: Artefacta
Agencia: McCann Ecuador

Esto certifica que el trabajo que realizaron ha sido evaluado por un jurado de alto nivel de la industria de marketing y comunicaciones del Ecuador, su trabajo quedó seleccionado como uno de los casos más efectivos de este año, demostrando logros en los cuatro criterios de evaluación de Effie Awards.

Effie celebra las ideas que funcionan, poniendo su mayor énfasis en los resultados alcanzados.

Denisse Martínez
Directora Ejecutiva
Effie Ecuador



Gobernanza

PERFIL DE LA
ORGANIZACIÓN

Perfil de la ORGANIZACIÓN

Gobierno CORPORATIVO

(GRI Contenido 2-9, 2-11)

Nuestro Gobierno Corporativo cuenta con una sólida estructura matricial que fortalece la alineación de los intereses de la compañía y los públicos con quienes se relaciona. Las directrices y políticas son establecidas desde las oficinas corporativas y luego son trasladadas a cada país a través de estructuras regionales, quienes se aseguran de que la filosofía y objetivos alcancen todos los niveles.



Mario Simán

Presidente y CEO
Grupo Unicomer

COB*: El Salvador



Guillermo Simán

Vicepresidente de
Bienes Raíces

COB*: El Salvador



Rodolfo Simán

Vicepresidente
Nuevos Negocios,
Franquicias y Trade

COB*: El Salvador



Peter Klingeman

Vicepresidente
Finanzas

COB*: Holanda



Fernando Marín

Vicepresidente
Latinoamérica

COB*: Chile



Manuel Pereira

Vicepresidente
Tecnología

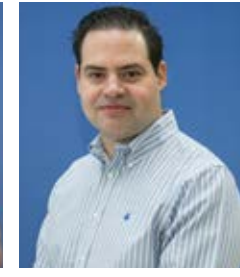
COB*: Venezuela



Ana Teresa Concepción

Vicepresidente
Capital Humano

COB*: República Dominicana



René Colorado

Vicepresidente
Mercancías

COB*: México



Alfredo Frech

Vicepresidente
Servicios
Financieros

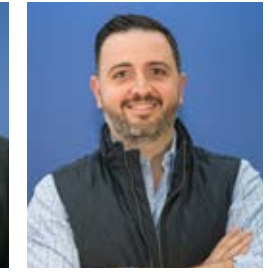
COB*: El Salvador



Errol LeBlanc

Vicepresidente Caribe

COB*: Antigua



Félix Simán

VP Innovación y
Deputy Caribe

COB*: Estados Unidos

*COB = Country of Birth / País de Nacimiento

Junta DIRECTIVA

Nuestra junta directiva, con el fin de seguir mejorando y respetando la promesa de valor a sus usuarios, clientes y colaboradores, se juntan trimestralmente con sus comités para reforzar el gobierno corporativo, asegurar la continuidad de negocio y cultura de la compañía.



JUNTA DIRECTIVA

Mario Simán

Presidente desde 2000

Presidente y CEO Grupo Unicomer

Guillermo Simán

Vicepresidente y Secretario desde 2000

Vicepresidente Bienes Raíces Grupo Unicomer

Rodolfo Simán

Director desde 2000

Vicepresidente Nuevos Negocios, Franquicias y Trade Grupo Unicomer

Santiago de Abiega

Director desde 2010

Director General Negocios Financieros Liverpool

Graciano Guichard

Director desde 2012

Director General Liverpool

Charles Johnson

Director desde 2021

Director Franquicias Liverpool

Hugo Lara García

Director Independiente desde 2013

Managing Partner LATAM The Morphing Group

Alejandro Frech

Director desde 2018

Presidente Industrias Merlet

Juan David

Director desde 2021

Director Comercial HL

Arturo Núñez

Director Independiente desde 2016

CEO Grupo Enfoca

COMITÉ DE CAPITAL HUMANO

Hugo Lara García

Presidente desde 2015

Managing Partner LATAM The Morphing Group

Guillermo Simán

Vicepresidente y Secretario desde 2000

Vicepresidente Bienes Raíces Grupo Unicomer

Charles Johnson

Director desde 2021

Director Franquicias Liverpool

COMITÉ DE AUDITORÍA

Arturo Núñez

Presidente desde 2022

CEO Grupo Enfoca

Hugo Lara García

Director Independiente desde 2013

Managing Partner LATAM The Morphing Group

Charles Johnson

Miembro del Comité de Auditoría desde 2013

Director Franquicias Liverpool

Ética

Ética e INTEGRIDAD

(GRI Contenido 102-16, 2-15)

Promovemos una cultura ética a través de una infraestructura y gobernanza establecida, estandarización de documentos y resolución de casos, entrenamiento y comunicaciones dirigidas. Como parte de la Cultura Ética y de Integridad, basada en los Valores Unicomer, hemos trabajado en diversos programas para que nuestros diferentes grupos de interés puedan conocer sobre nuestras políticas de ética, además, promovemos la formación continua y capacitaciones a nuestros colaboradores para que todos estén conocedores del deber ser en el día a día de nuestra operación.

PROGRAMA INTEGRAL DE ÉTICA

Para que todos nuestros colaboradores tengan las herramientas y el conocimiento de los lineamientos de ética y transparencia, contamos con un **PROGRAMA INTEGRAL DE CULTURA ÉTICA**, el cual tiene como objetivos:

- Asegurar que el comportamiento individual del colaborador se ajuste a la visión, principios y valores de Grupo Unicomer.
- Establecer mayor claridad acerca de los estándares y comportamientos esperados de nuestros colaboradores, proveedores y accionistas.
- Asegurar el cumplimiento de las regulaciones vigentes en cada país donde operamos.
- Respalda las relaciones con diversos grupos de interés proyectando integridad y resguardando la reputación de la compañía.
- Nuestro Programa Integral cuenta con recursos de aprendizaje, reportes y consultas como:
 - **Código de Ética**
 - **Política de Ética**
 - **Cursos de la Universidad Unicomer sobre Ética**
 - **Línea Ética Grupo Unicomer**



CURSO DE CÓDIGO DE ÉTICA

2,068
Colaboradores



49%
Beneficiarias
Femeninas



51%
Beneficiarios
Masculinos



2,072
Horas de Formación

Programa Integral CULTURA ÉTICA

(GRI 205-2)



Programa e Infraestructura	Estructura de Gobierno	Comunicación y Capacitación	Incentivos y Consecuencias	Línea Ética y COI 
<p>Enfoque estandarizado y consistente</p> <p>Monitorea, audita y hace cumplir los estándares:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Inicia con un Código de Ética estandarizado como guía ▶ Política de Ética estandarizada ▶ Formatos estandarizados: Conflicto de Interés (COI), Convenio de Confidencialidad ▶ Plan Anual de Comunicación Anual 	<p>Patrocinio y estructura de gobierno</p> <p>Participación de ejecutivos</p> <p>Estructura de gobierno del programa con responsabilidades definidas.</p> <p>Comités de Ética</p> <ul style="list-style-type: none"> - Corporativo - Regional - Local <p>Protocolo de Escalamiento</p> <ul style="list-style-type: none"> - Administración de casos de ética - Alineado a políticas y procesos internos 	<p>Establecer expectativas en el lugar de trabajo de comportamiento y generar conciencia</p> <p>Inducción Ética y Cursos Universidad Unicomer</p> <p>Plan de comunicación anual - Valores y Línea Ética</p> <p>Campaña Declaración Conflicto de Interés (Q1)</p> <p>Comunicado a Proveedores (NOV)</p> <p>Liderazgo con Valores</p> <p>Capital Humano: Manejo de casos</p>	<p>Proporcionar incentivos y consecuencias del comportamiento de los colaboradores</p> <p>Política de NO REPRESALIAS / Puertas Abiertas</p> <p>Manejo de Consecuencias</p> <p>Categoría INTEGRIDAD en Programa de Reconocimiento "Oportunidades para Brillar"</p> <p>Comportamientos éticos evaluados en CÓMO en las evaluaciones de desempeño</p>	<p>Disponible a colaboradores, proveedores y clientes</p> <p>Administración de Plataforma Portal Spots EY</p> <p>Reportes y monitoreo con países</p> <p>Declaración de Conflictos de Interés (COI)</p> <p>Administración de herramienta COI en línea</p> <p>Categorización y manejo de conflictos</p>



CULTURA ÉTICA

Línea Ética Grupo Unicomer
(GRI Contenido 102-17)

Contamos con canales éticos que nos permiten ofrecerles a nuestros clientes, colaboradores y proveedores la oportunidad de reportar cualquier posible desviación a nuestro Código de Ética y Política de Ética.

Nuestra Línea Ética Unicomer es administrada por Ernst and Young. Cualquier reporte que se realice a través de estos medios, será tratado con total confidencialidad y responsabilidad.

CANALES:



WhatsApp: +51 989043514



Página Web:
<https://www.etica-unicomer.com>



Correo Electrónico:
reportes@etica-unicomer.com

CASOS ATENDIDOS:

2023-2024

282



Bluebook: **NUESTRO MANUAL DE LINEAMIENTOS**

Ser un Ciudadano Unicomer representa el compromiso de conocer, cumplir y promover los lineamientos y políticas del Grupo, para trabajar siempre con excelencia.

Es responsabilidad y compromiso ético de todo Ciudadano Unicomer, cumplir con los procesos y lineamientos, asegurándose del correcto funcionamiento de los controles establecidos y resguardando los intereses de la compañía y colaboradores.

La gestión efectiva de estos riesgos permitirá anticipar un posible evento y mitigar los efectos negativos que pudiera tener.



Cyberseguridad

Seguridad y **PROTECCIÓN** **DE LA** **INFORMACIÓN**

(GRI Contenido 418)

La ciberseguridad y el control del riesgo es fundamental para nuestra empresa. La información es uno de nuestros activos más valiosos, por lo tanto, mantenerla segura y protegida es una prioridad crítica.

Contamos con una estrategia de protección basada en "Zero-Trust", respuestas automatizadas y en controles por capas ("Defense in Depth"). Esto nos permite controlar los riesgos a los que nuestra industria está expuesta, así como también garantizar la continuidad de las operaciones del negocio y resguardar la confidencialidad, disponibilidad e integridad de los datos de nuestros clientes, colaboradores y proveedores en cualquiera de sus formas.

Para Grupo Unicomer es esencial apoyar los esfuerzos en materia de ciberseguridad, más allá de tener todo el soporte de la Alta Gerencia es respaldado con una fuerte inversión.

Durante el último año, se han realizado esfuerzos para incrementar el nivel de madurez de la gestión de ciberseguridad apoyándose en el uso de mejores prácticas y estándares Internacionales para la creación de controles administrativos (políticas) y controles técnicos (tecnologías e iniciativas). Esto nos ayuda a brindar tranquilidad a nuestros inversores, accionistas y clientes.

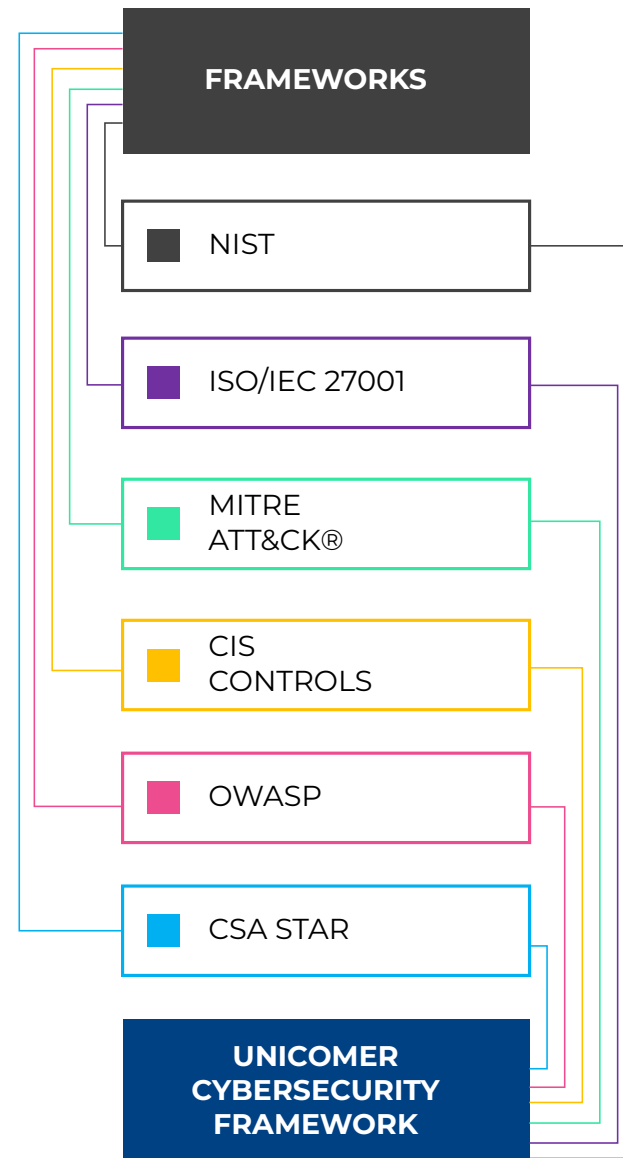


Controles de CYBERSEGURIDAD

Contamos con un enfoque integral, el cual está respaldado por un sólido sistema de controles y procesos repetitivos, medibles y optimizados. Esta estrategia nos permite mejorar continuamente nuestra operación, mientras fortalecemos la confianza de nuestros clientes y colaboradores. Hemos implementado diversas medidas de protección, incluyendo:

MARCO DE GESTIÓN DE CYBERSEGURIDAD

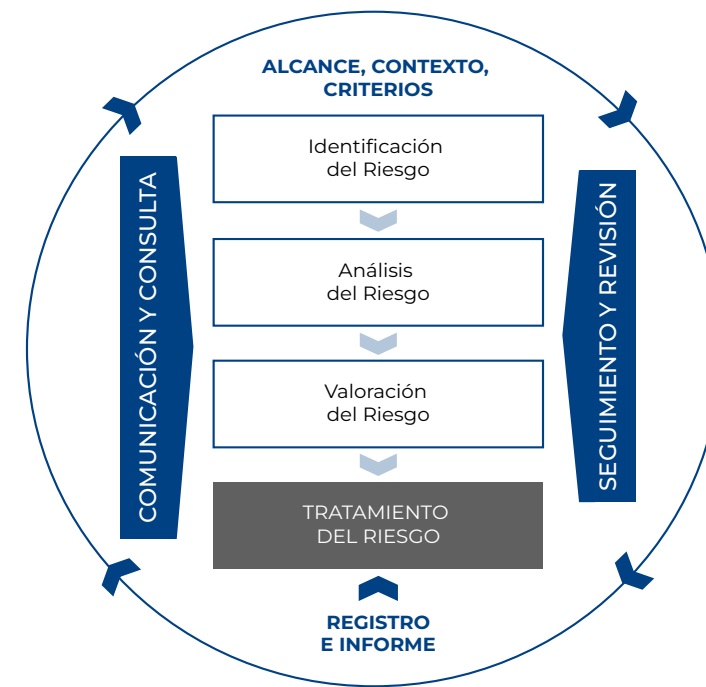
Grupo Unicomer ha establecido un sólido marco de gestión basado en estándares internacionales reconocidos, tales como NIST CSF, ISO 27001, CSA STAR, CIS, OWASP y MITRE AAT&CK. Este marco impulsa a nuestra organización a desarrollar políticas y prácticas efectivas para identificar y evaluar los riesgos asociados con el manejo de la información, así como a elaborar planes de respuesta ante incidentes y fortalecer la protección de los datos. Al implementar este enfoque integral, mejoramos nuestra capacidad para detectar y responder a amenazas, reducir el riesgo de posibles brechas de seguridad y reforzar la protección de la información.



GESTIÓN DE RIESGOS DE CYBERSEGURIDAD

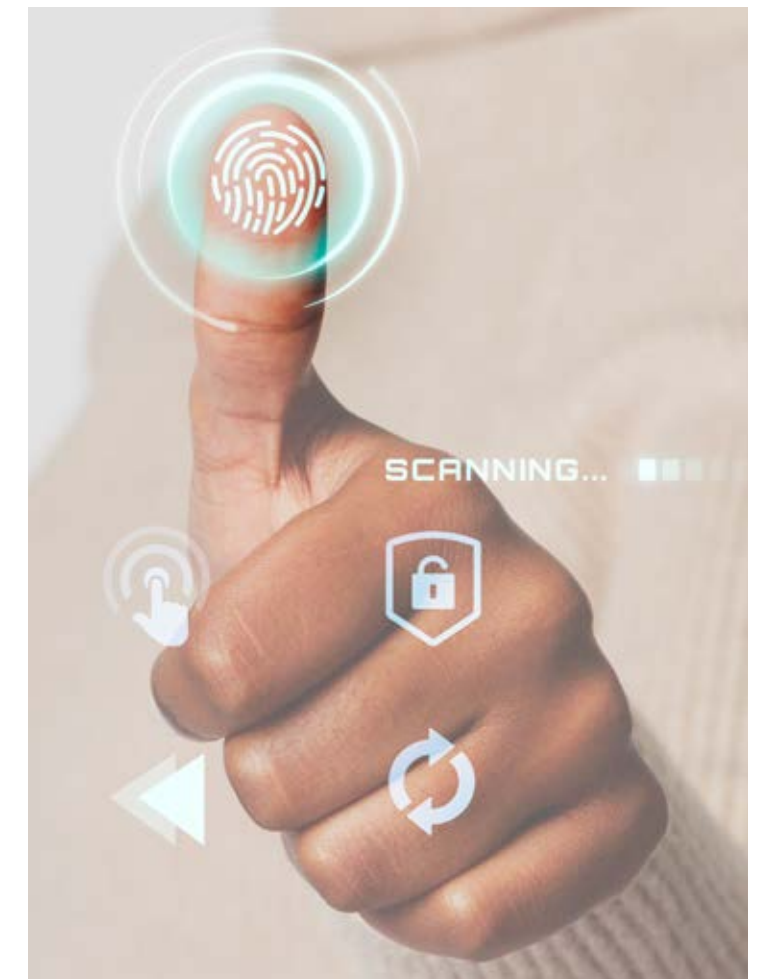
La gestión de riesgos de ciberseguridad es una prioridad fundamental en nuestra organización.

Nuestra estrategia, planes de acción y controles se fundamentan en un enfoque proactivo hacia la identificación, evaluación y mitigación de posibles amenazas. Mediante un análisis exhaustivo de riesgos, estamos capacitados para anticipar y responder de manera efectiva a los desafíos emergentes en el panorama de la seguridad digital.



PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

La gestión de privacidad de los datos personales es crucial para nuestra operación, estamos comprometidos con garantizar el derecho a la protección de la información personal. Así mismo el surgimiento de regulaciones en temas de protección y privacidad dentro de los países donde mantenemos operaciones hacen necesario dar cumplimiento a los requisitos internos y externos garantizando la protección de los datos personales de nuestros clientes, colaboradores y proveedores.



Política de protección de datos PERSONALES

Norte América

23 Países

El Caribe

Centro América

Sur América

Equidad y Legalidad

Tratamos la información de manera transparente dentro de las bases legales

Propósito Limitado

Brindamos información de cómo utilizamos los datos recolectados

Minimización de Datos

Recolectamos la información necesaria para nuestros servicios

Exactitud

Garantizamos que los datos sean correctos y estén actualizados

Limitación de Almacenamiento

La información no es almacenada más de lo necesario

Derechos de los Interesados

Aseguramos el derecho al acceso, rectificación y eliminación de datos

Medidas Técnicas

Implementamos controles apropiados para garantizar la seguridad de los datos

Transfronterización de Datos

Si es necesario transferir datos personales fuera del país, aseguramos su protección

CULTURA Y CONCIENTIZACIÓN

Grupo Unicomer ha implementado un programa de capacitación orientado a fomentar una cultura de ciberseguridad en toda la organización, estableciendo un modelo continuo de sensibilización y pruebas, lo cual nos ha permitido ir reduciendo las brechas de conocimiento sobre las formas más comunes de fraude e intentos de compromiso a la plataforma.

Al adoptar este enfoque, los empleados están más capacitados para tomar medidas preventivas, de reacción y evitar posibles errores que puedan comprometer la seguridad lógica de la plataforma.

Nuestro programa de concientización incluye los siguientes elementos:

Elementos	Temas	Plan de Entrenamiento y Conciantización
<p>Objetivos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Construir una cultura de ciberseguridad • Definir un modelo continuo de entrenamiento y conciantización • Reducir las brechas del conocimiento <p>Audiencia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alta Gerencia • Personal de IT • Usuarios Finales <p>Niveles</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conciantización • Entrenamiento • Especialización 	<ul style="list-style-type: none"> • Phishing • Ciberseguridad • Seguridad Móvil • Malware, Incidentes • Uso de Internet • Desarrollo Seguro 	<ul style="list-style-type: none"> • Campañas • Boletines • Inducciones • Entrenamiento en desarrollo seguro • Entrenamiento en políticas • Entrenamiento en herramientas

23 Países

8,365 Horas de entrenamiento

11 Cursos

CURSOS UNIVERSIDAD UNICOMER CYBERSEGURIDAD

6,728 Colaboradores Impactados

2 Cursos

7,528 Horas de Formación

Mes de la CYBERSEGURIDAD

A nivel internacional, el mes de octubre es reconocido como el mes de Cyberseguridad. Grupo Unicomer se unió a esta iniciativa donde exploramos los desafíos y avances más recientes en el ámbito de protección de información. Desde las amenazas emergentes hasta las soluciones innovadoras, nuestro objetivo fue proporcionar una visión integral de cómo proteger mejor nuestros sistemas y datos en un mundo digital en constante evolución. A lo largo del evento, los participantes se sumergieron en charlas fascinantes, compartieron conocimientos y colaboraron en la construcción de una empresa más segura. Contamos con el apoyo de nuestros aliados estratégicos en tecnología para brindar ponencias sobre las tendencias actuales en el tema.

CENTRO DE OPERACIONES DE SEGURIDAD Y RESPUESTA A INCIDENTES

Grupo Unicomer cuenta con un equipo que trabajan 24/7 permitiendo detectar y responder de manera oportuna a las amenazas y patrones maliciosos en las redes, usuarios, y demás componentes tecnológicos que soportan la operación del negocio.

El equipo cuenta con una serie de sensores desplegados en toda la plataforma tanto en tierra como en las nubes que les permite generar rutinas automatizadas para detectar, responder y hacer las contenciones necesarias para minimizar cualquier potencial incidente de seguridad.

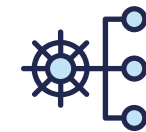
El centro de operaciones de seguridad cuenta con diferentes servicios que fortalecen la postura de seguridad de la empresa.



Monitoreo y gestión de incidentes
Detectar y responder amenazas en tiempo real



Monitoreo de marca
Proteger la reputación de la empresa



Forense
Recopilar y analizar evidencia digital



Administración de servicios de seguridad
Implementar el funcionamiento correcto de las herramientas de seguridad



Ethical hackers
Identificar posibles brechas de seguridad y probar la efectividad de los controles



Gestión de las vulnerabilidades
Identificar y abordar de manera oportuna las debilidades

GESTIÓN DE INCIDENTES Y CRISIS

Grupo Unicomer ha llevado a desarrollado protocolos para la detección y respuesta inmediata ante posibles incidentes de ciberseguridad. Estos protocolos no solo han sido diseñados de acuerdo con las mejores prácticas internacionales, sino que también han sido implementados de manera efectiva en nuestras operaciones. Desde la identificación hasta la resolución, cada paso está cuidadosamente detallado para asegurar una respuesta rápida y eficiente. Esta iniciativa refleja nuestro firme compromiso con la protección de los activos más críticos de nuestra organización. Estamos dedicados a minimizar cualquier impacto negativo que estos eventos puedan tener en nuestro grupo, asegurando así la continuidad y la seguridad de nuestras operaciones en todo momento.



Preparación

Revisión constante y diseño de protocolos de detección y reacción



Detección y Análisis

Monitoreo continuo de las amenazas



Lecciones Aprendidas

Evaluación de puntos de mejora en el proceso



Contención y Respuesta

Ejecución coordinada para la resolución efectiva



Cyberseguridad EN TERCEROS



Previo a la tercerización de servicios de tecnología, Grupo Unicomer evalúa la postura de ciberseguridad de los servicios a contratar con el fin de reducir el riesgo de brechas de información y exposición de datos confidenciales y personales, lo que resulta en una disminución del riesgo financiero y reputacional. Además, permite tomar decisiones bien fundamentadas respecto a la elección de proveedores y la adopción de tecnologías de terceros, ayudando a mejorar la eficiencia y la

efectividad de los procesos empresariales. Así pues, esta revisión asegura que los proveedores cumplan con los requisitos de la empresa, garantizando la protección y la confianza en los sistemas de información y mejorando la posición competitiva de la empresa.

Hemos trabajado en incorporar elementos dentro de los contratos para garantizar el cumplimiento de los niveles de protección esperados.



Social

Comunidades

 **+1,900**
Horas de Voluntariado

 **+410**
Voluntarios Unicomer

104
ONG's

+180
MiPYMES
Beneficiadas

+36,600
Beneficiarios

 **46%**
Mujeres

 **54%**
Hombres





Estamos comprometidos en apoyar a nuestras comunidades promoviendo su bienestar y desarrollo integral. Con nuestro Programa “Corazones Más Grandes” hemos trabajado con nuestras comunidades a través de entrega de colchonetas, víveres, eléctricos y electrónicos, asistiendo a escuelas, asilos, bomberos, hospitales, Cruz Roja, municipalidades, fundaciones sin fines de lucro, parroquias y familias necesitadas.



Jornadas de DONACIÓN DE SANGRE

Nuestros programas sociales buscan el bienestar de todos nuestros grupos de interés incluyendo nuestros colaboradores, es por eso por lo que hemos creado un “Club de Donadores de Sangre”, que tiene como objetivo apoyar en situaciones de emergencia a colaboradores, sus familias directas y nuestras comunidades cuando necesiten ayuda. Sabemos que donar sangre salva vidas y gracias a nuestros voluntarios y su disposición hemos podido brindar asistencia a quien lo necesite.



Estrategias SOCIALES EXTERNAS

(GRI 413-1)

GIVING TUESDAY

En nuestro octavo año realizando "Giving Tuesday", nuestras acciones fueron enfocadas en sumar al Objetivo de Desarrollo Sostenible 4 "EDUCACIÓN DE CALIDAD", con el fin de contribuir a la formación y desarrollo de nuestras comunidades mejorando las condiciones de su entorno de aprendizaje y sus oportunidades de crecimiento.

Con este programa colaboramos con diferentes grupos de interés, agradeciendo el éxito de nuestro "Black Friday" y "Cyber Monday", en **Guatemala, El Salvador, Nicaragua, Honduras y Costa Rica.**



1,702

Beneficiarios

743

Horas de Voluntariado

168

Voluntarios

8

Instituciones Beneficiadas

EXPANDIENDO HORIZONTES

Este programa tiene como objetivo brindar herramientas que les permitan a emprendedores, micro y pequeños empresarios, desarrollar habilidades de gestión empresarial y así impulsar sus negocios.

Por medio de nuestro programa Expandiendo Horizontes brindamos capacitaciones, talleres y mentorías individuales en temas de modelos de negocios, cadena de valor, gestión financiera, entre otros, para el desarrollo de habilidades gerenciales. Es importante generar oportunidades para que nuestros clientes y comunidades puedan alcanzar su bienestar en todos los diferentes aspectos de sus vidas.

Este año en Honduras, hemos dado un paso adelante y evolucionamos el Programa a un Bootcamp de formación para el equipo de logística y transporte, capacitándolos en temas de seguridad vial, reciclaje, marca personal y seguridad industrial. Con este Bootcamp, se beneficiaron a 88 personas. El programa se realizó en **Honduras, Nicaragua, Costa Rica y Belice.**



232 Beneficiarios

47%

Beneficiarios Femeninos

53%

Beneficiarios Masculinos

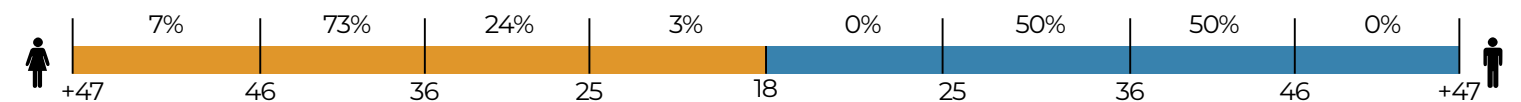
1.5 Meses

Duración del programa

3

Instituciones Aliadas

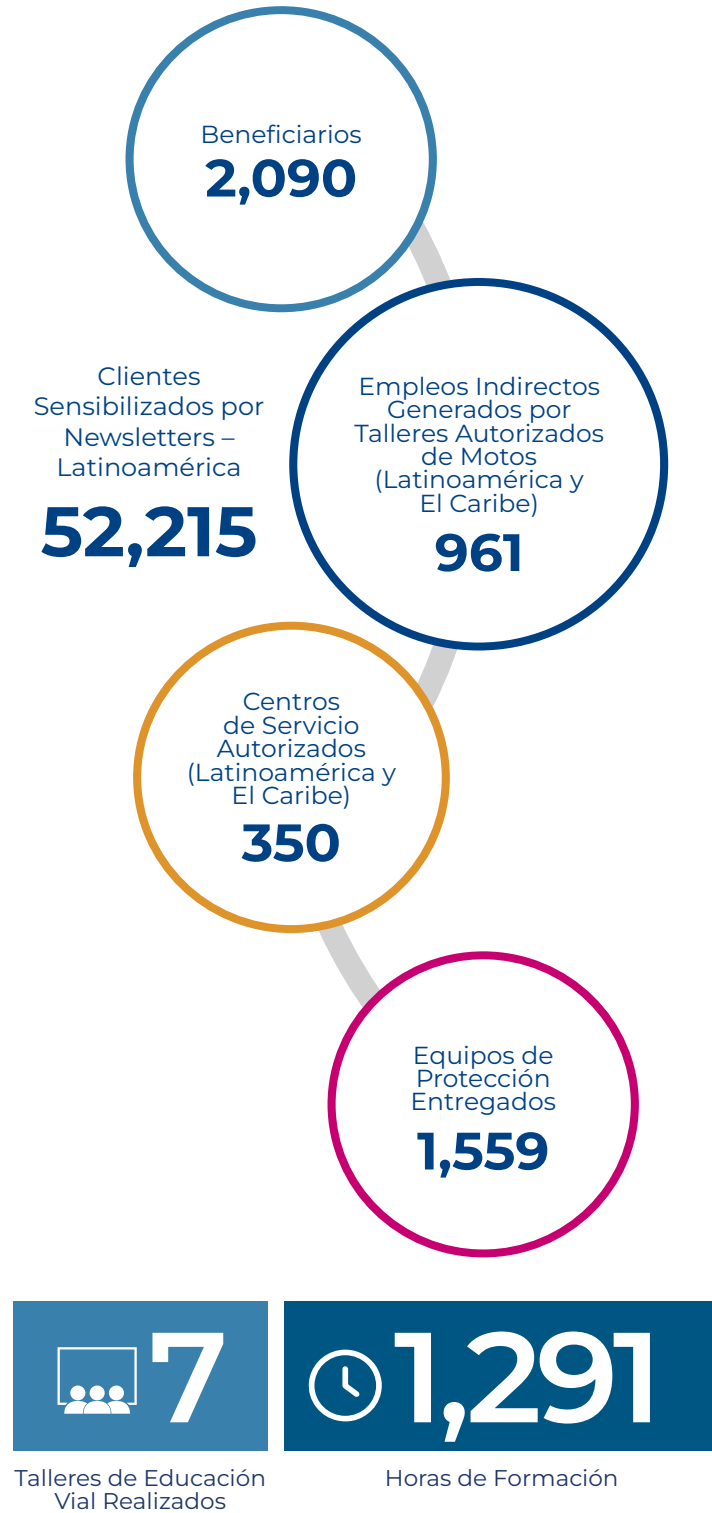
Edades



EDUCACIÓN VIAL



Desarrollamos diferentes actividades de educación, prevención y apoyo a clientes y colaboradores en temas de educación vial. La formación vial es muy importante para nosotros, y tenemos como objetivo apoyar en la reducción de accidentes automovilísticos mediante talleres de educación, entregas de equipos de protección a clientes y colaboradores, campañas digitales de sensibilización, envío de consejos de seguridad y buenas prácticas de manejo, por medio de Newsletters mensuales a más de 52,215 clientes en Latinoamérica. Adicionalmente, contamos con más de 350 centros de servicios autorizados que nos apoyan con el mantenimiento y revisión constante de las motocicletas que vendemos, generando así más de 960 empleos indirectos en Latinoamérica y El Caribe.



BECAS EXTERNAS

La educación de los niños, niñas y jóvenes es esencial para el desarrollo de nuestras comunidades, por lo que les apoyamos otorgando becas estudiantiles, universitarias y paquetes escolares a los mejores promedios de los hijos de nuestros clientes y de nuestras comunidades. Gracias a estas becas, en muchos casos los alumnos tienen una mayor tranquilidad y se pueden concentrar en lo realmente importante, sus estudios, generando oportunidades de crecimiento profesional a futuro. Programa realizado en Jamaica.

41 Beneficiarios



Este programa está enfocado en apoyar la salud visual de estudiantes en El Caribe, ofreciendo exámenes de vista, entrega de aros y productos oftalmológicos, promoviendo así un mejor cuidado de los ojos y salud ocular en nuestras comunidades. Este programa fue realizado en Barbados, Guyana y Jamaica.

17

Instituciones Beneficiadas

421

Beneficiarios





El compromiso que tenemos con nuestras comunidades nos mueve a asistir a nuestros grupos de interés con nuestro Programa de Solidaridad, que tiene como finalidad apoyarlos en situaciones de emergencia nacional que afecten su salud, calidad de vida o integridad física. Buscamos otorgar lo necesario en especies o efectivo para que nuestros colaboradores, clientes y/o grupos vulnerables puedan salir adelante en los momentos de crisis y necesidad.



Instituciones Beneficiadas

Beneficiarios



Nos comprometemos con nuestras comunidades y buscamos llevar desarrollo Sostenible, a través de acciones que nos acerquen a su realidad, mientras fortalecemos la cultura de Grupo Unicomer y sus voluntarios. Durante el 2024, nos sumamos al ODS 4 "Educación de Calidad", a través de la meta de adecuar instalaciones educativas y espacios comunes para que ofrezcan entornos de aprendizaje seguros, no

violentos y de acuerdo con las necesidades de las comunidades para que los niños y niñas, personas con discapacidad y adultos mayores, puedan disfrutar de ellos. Bajo esta visión, realizamos la Semana del Voluntariado en El Salvador, Honduras, Costa Rica, Guatemala y Paraguay, revitalizando espacios educativos y comunes para promover condiciones ideales que incentiven la educación de niños, niñas y jóvenes.



Voluntarios



Horas de Voluntariado



Beneficiarios Directos



Instituciones Beneficiadas

Estrategias SOCIALES INTERNAS



El desarrollo educativo de los hijos de nuestros colaboradores es una prioridad para nosotros, y apoyar en su educación es fundamental para su crecimiento personal y profesional. Una educación de calidad fortalece a nuestras sociedades y con nuestro Programa Educando otorgamos becas escolares y universitarias, paquetes escolares y premios a los hijos de nuestros colaboradores que tienen mejor rendimiento académico, incentivando así que terminen adecuadamente sus estudios.



FONDO DE COLABORADORES



Con nuestro programa Fondo de Colaboradores, servimos a nuestros colaboradores y familias directas, otorgándoles asistencia en casos de desastres naturales, emergencias de salud y vivienda, entre otros. Estas contribuciones pueden ser económicas o en especies, dependiendo de la necesidad.

Nos llena de satisfacción poder apoyar a que nuestros colaboradores tengan a quien recurrir cuando enfrentan situaciones difíciles.

 **2,141** Beneficiarios

Como empresa responsable, la **SENSIBILIZACIÓN A NUESTROS COLABORADORES ES PRIMORDIAL**

Seguimos impulsando nuestros programas de RSE y Sostenibilidad a nuestro activo más importante: **nuestra gente**. Por eso año con año es importante seguir construyendo la sensibilización en temas tan importantes como:



EDUCACIÓN FINANCIERA:

Realizamos campañas de comunicación interna enfocadas en la educación financiera para nuestros colaboradores, con el objetivo de ayudarles a hacer su vida más cómoda al brindarles herramientas que les ayuden a tomar decisiones inteligentes e informadas sobre su dinero; eso se traduce a colaboradores con mayor tranquilidad en sus economías.



EDUCACIÓN VIAL:

Creemos que la sensibilización mediante talleres de educación vial dará a nuestros colaboradores la información necesaria para que generen conciencia sobre la correcta implementación de medidas preventivas a la hora de conducir. A través de nuestras campañas de comunicación interna, damos consejos preventivos para evitar accidentes y a nuestros colaboradores motorizamos los otorgamos los equipos de protección personal necesarios para salvaguardar sus vidas mientras conducen.



PROGRAMA DE MENTORÍA:

Implementamos nuestro segundo Programa de Mentoría en El Salvador como voluntariado interno de colaboradores para colaboradores. Esta iniciativa tiene como objetivo fortalecer las habilidades de liderazgo interno, mediante relaciones de mentoría uno a uno. Estas mentorías buscan potenciar el talento, crear cultura organizacional y fortalecer el clima laboral.

El programa contó con la participación de 14 Mentores en Guatemala y El Salvador y 14 Mentees de El Salvador. Tuvo una duración de 3 meses, el cuál fue tiempo invertido en desarrollar vínculos de trabajo, fortalecer capacidades técnicas y potenciar habilidades en temas de gestión de negocios.



COMUNICACIÓN PREVENTIVA:

Trabajamos constantemente en generar comunicación preventiva en casos de desastres naturales como tormentas tropicales, huracanes, terremotos, erupciones de volcanes, etc. Apoyar a nuestros colaboradores en momentos de emergencia o cuando pueden ser afectados por causas externas es importante ya que, al dar guías en momentos de incertidumbre, ayuda a tomar mejores decisiones.





Ambiental

Eficiencia ENERGÉTICA

Programa de Eficiencia Energética (GRI 302-4, 305-5)



Año con año ratificamos el compromiso de optimizar nuestro consumo de energía y para lograrlo concentramos nuestros esfuerzos en cuatro dimensiones:

- Generación de eficiencia energética por medio de paneles solares.
- Utilización de luminarias LED.
- Promoción de productos Inverter y otras tecnologías que ahorran energía.
- Reciclaje de eléctricos y electrónicos.

Capacidad en MWh

2.01

Ahorro de Energía (USD)

580,146.47

Reducción Total de Gases de Efecto Invernadero en Toneladas de CO2

10,974.80

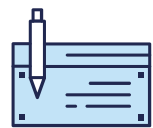
GESTIÓN DE EFICIENCIA ENERGÉTICA POR PÁNELES SOLARES

País	Número de Sitios con Paneles Solares	Capacidad en MWh	Ahorro de Energía (USD)
Costa Rica	2	0.04	\$12,589.00
Jamaica	14	0.71	\$320,408.37
Santa Lucía	2	0.77	\$70,407.01
Barbados	3	0.13	\$68,571.74
Aruba	2	0.36	\$108,170.35
TOTAL	23	2.01	\$580,146.47

Estrategia AMBIENTAL

Con nuestra estrategia ambiental, buscamos responder a los impactos de nuestro modelo de negocio, con el objetivo de disminuir la huella ambiental, solucionar los procesos internos con alternativas amigables con el ambiente, mejorar los procesos de logística y abastecimiento en nuestra cadena de valor, y ofrecer a los clientes opciones de productos que mejoren sus impactos desde sus hogares. Es por lo que nuestra estrategia está enfocada en dos pilares principales: Procesos internos y soluciones para nuestros clientes.

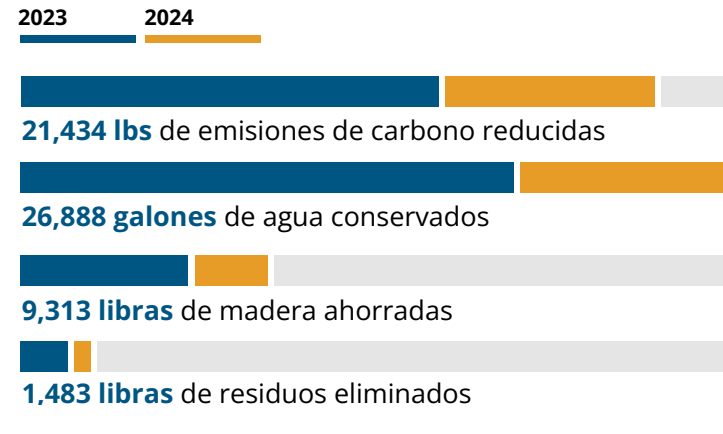
PROCESOS INTERNOS:



DocuSign

Para eficientizar nuestros procesos internos de documentación y reducir el uso de papel en documentos legales, se ha implementado la herramienta DocuSign, la cual permite enviar y firmar documentos en forma electrónica, de manera conveniente y segura desde cualquier computadora o dispositivo móvil.

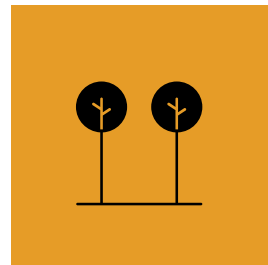
Con la implementación de esta herramienta este año hemos logrado un acumulado de reducción de emisión de carbono, litros de agua conservada, madera preservada y eliminación de residuos de la siguiente manera:



Al lograr estos resultados, hemos alcanzado un impacto equivalente a:



No lavar
19 cargas
de ropa



Conservar
27 árboles



Conservar
112,096
páginas de papel



ABASTECIMIENTO

(GRI 204)

Las relaciones respetuosas y con debida diligencia con nuestros proveedores nos ayudan a cumplir con todos los requisitos regulados por las leyes de cada país. Además, con nuestra política “Conozca a su Proveedor”, les comunicamos como deben cumplir con nuestros objetivos principales, que son:

- **Garantizar que se poseen relaciones, tanto los colaboradores como los proveedores, respetuosos de la ley y que cumplan con la prevención de delitos relacionados con lavado de dinero y financiamiento al terrorismo.**
- **Garantizar el cumplimiento del Código de Ética.**
- **Garantizar la comunicación constante de los hitos principales de nuestra gestión diaria.**
- **Garantizar el cumplimiento de la legislación de cada país.**

Estos procesos nos proporcionan la seguridad que la información otorgada por nuestros proveedores sea revisada, verificada y comprobada antes de proceder a los diferentes tipos de compras.

Además, contamos con políticas de compras sostenibles, buscando constantemente proveedores certificados en materia prima amigable con el medio ambiente.

¡Nuestros proveedores son aliados estratégicos de nuestro negocio!

DISTRIBUCIÓN DE LOGÍSTICA Y TRANSPORTE:

Nuestra estrategia de distribución, logística y transporte abarca diferentes iniciativas ambientales en nuestros canales de distribución.

Siempre buscando la excelencia de las operaciones y optimizando los procesos con un enfoque de sostenibilidad, es por eso que nos hemos sumado al desarrollo del parque logístico Nneo Nejapa en El Salvador de 100,000m2. El nuevo Centro de Distribución estará entre las tres mejores instalaciones logísticas de todo Centroamérica, y el número uno en el Triángulo Norte (Guatemala, Honduras, El Salvador).

La adquisición en este nuevo espacio logístico reafirma nuestra responsabilidad con la sostenibilidad y el medio ambiente. Nneo Nejapa contará con un sello verde en construcción, Edge, y se ha diseñado con un enfoque en prácticas sostenibles y amigables con el medio ambiente y la comunidad. Adicional, tendrá un programa de recuperación y reciclaje de residuos.

Bajo este mismo enfoque, se abrieron dos nuevos Centros de Distribución en Costa Rica y Guatemala con la adición de 35,000 m2 de nueva infraestructura aumentamos considerablemente nuestra capacidad de suministro y aceleramos nuestros tiempos de servicio. Con los nuevos Centros de Distribución, podremos proporcionar servicios más eficientes, rentables y una mejor atención al cliente y a nuestros colaboradores de primera línea.

Hemos comenzado un proceso de migración a baterías de iones de litio, efectivo para la adquisición de nuevos montacargas. Esta tecnología nos proporcionará mayor eficiencia energética, sin generar gases de efecto invernadero, además estas baterías no poseen productos químicos agresivos.

El proceso se inició en El Salvador aprovechando el desarrollo del nuevo centro de distribución en Nejapa. Para un proyecto de esta magnitud, se adquirieron 25 equipos marca Crown con baterías V-Force de iones de litio.

Iones de litio	Plomo-ácido
+Eficiencia del sistema (batería y cargador) de aprox. un 90%	
+Emisiones: sin evaporación de gases • Imagen respetuosa con el medio ambiente, huella ecológica, huella de carbono	-Emisiones: ventilación necesaria en las zonas de carga
+Vida útil de la batería: aprox. 3 000-5 000 ciclos de carga completos	-Vida útil de la batería: aprox. 1 500 ciclos de carga parciales/completos
+Segunda vida» tras su uso en un montacargas (p. ej., centrales fotovoltaicas, respaldos de batería, etc.) •Sostenibilidad activa como principio básico	+Reciclaje sencillo y autorizado -Sin «segunda vida»





Una de nuestras iniciativas ambientales para mitigar el impacto del cambio climático es el programa de **reciclaje regional en los centros de distribución de Latinoamérica.**

Este año nuestro desarrollamos varias estrategias coordinadas para los 7 países de la región de LATAM en los cuales tenemos presencia.

Comenzamos por la selección de las empresas recicladoras certificadas, que garantizan la correcta disposición de productos para reciclaje, y se coordinó de forma sistemática la recolección de productos en periodos definidos de tiempo y establecimos metas de reciclaje mensual.

Además, trabajamos en la reutilización de residuos para construir tarimas y espacios de trabajo en los Centros de Distribución y así llegar a otro eje de acción que va con el reciclaje, la reutilización de productos ya no utilizados.

Como Supply Chain Unicomer aportamos con el reciclaje de residuos valorizables como: plásticos, cartón, flejes, hierro, entre otros; aportando más de 400 toneladas de residuos reciclados en nuestras operaciones en este año.

Esta importante contribución en la reducción de desechos a los vertederos mediante el programa regional de reciclaje, que redujo la generación de gases invernadero que ayudan a mitigar el efecto negativo del cambio climático.

Soluciones Ambientales **PARA NUESTROS CLIENTES**

(GRI 417-1)

PROMOCIÓN DE PRODUCTOS INVERTER Y AHORRADORES DE ENERGÍA:

La generación de un portafolio más amplio de productos Inverter es parte de nuestra estrategia medio ambiental. Ofrecerles a nuestros clientes productos que generan un mayor ahorro en energía y agua, y que al mismo tiempo reducen la huella de carbono, es la forma en la que les que ponemos a disposición para que todos puedan generar un impacto positivo en sus hogares.

Todas las acciones antes mencionadas tienen un objetivo en común: Reducir el impacto del cambio climático y mejorar las oportunidades de vida para futuras generaciones, mitigando los riesgos de acumulación de basura, generación de Co₂, consumo de combustibles fósiles, entre otros riesgos.

Adicionalmente, nuestra estrategia ambiental tiene como objetivo fomentar nuevas formas de hacer negocio, enfocadas en mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores, comunidades, clientes, proveedores y medio ambiente,





Aros y Gafas Solares FABRICADOS DE MATERIALES SOSTENIBLES

Mita, Sustainable Eyewear, es una marca precursora en el uso de materiales sostenibles en aros de sol y ópticas. Estos aros están hechos con materiales de la más alta calidad e inspirados en diseño italiano. Tienen una variedad de estilos, tanto ópticos como de sol, para mujeres y hombres. Todos los productos de MITA, incluyendo su empaque, están hechos de materiales 100% sostenibles como botellas de agua recicladas RPET, aluminio reciclado conocido como "metal verde" y lentes sostenibles con tecnología de bloque azul sostenible que protege a los ojos.

Socios:	Certificaciones:
	<p>Aros</p>
	<p>1 x estuche</p>
	<p>4 estuches suaves</p>
	<p>1 x paño de limpieza</p>

Diseño y DESARROLLO DE PRODUCTOS

DISEÑO Y DESARROLLO SOSTENIBLE DE PRODUCTOS

Parte de nuestra estrategia de sostenibilidad es lograr que todos los procesos de nuestra cadena de valor se enfoquen en alcanzar el bienestar de las personas, la protección del planeta y el crecimiento económico.



“RECICLAR PARA INCLUIR”

Construimos pasarelas junto con ProParques Costa Rica, hechas de tapitas recicladas para garantizar el acceso seguro a playas para que personas con discapacidad puedan utilizarlas y disfruten del acceso al mar, sin dificultades.

Este año apoyamos al Refugio de Vida Silvestre Ostional con las tapitas recolectadas en nuestras tiendas Gollo, ya que se han convertido en centros de acopio de reciclaje de estas. Este proyecto es diferente a los otros 3 proyectos que ya inauguraron, ya que las personas con discapacidad van a poder ver las arribadas y el desove de las tortugas lora.

393kg de tapitas de plástico recolectadas

Uso de los PRODUCTOS

(GRI 301-2, 413-1)

Nuestros productos pasan por todo un ciclo de diseño y desarrollo sostenible que tiene cinco dimensiones:

- **Pruebas de Laboratorio**
- **Almacenamiento**
- **Servicios de venta**
- **Servicios post-venta**
- **Reciclaje y reutilización**

Mediante estas dimensiones, aseguramos la calidad de los productos y servicios que ofrecemos a nuestros clientes con nuestros talleres, Servitotal, adonde ofrecemos mantenimiento y reparaciones.

Este año, hemos iniciado las evaluaciones y aprobaciones de muestras para el proyecto RadioShack USA, trabajando en conjunto con SGS para acelerar el proceso. Además, se comunicó, trabajó y desarrolló en conjunto con los proveedores los certificados de eficiencia energética para poder seguir comercializando en Ecuador, CA4. Si quieres conocer más sobre las pruebas que se realizan en nuestro laboratorio Total Test, pueden dirigirse a la siguiente página web:

<https://mastertechhome.com/total-test/>

Con nuestros programas de reciclaje y reutilización de recursos, damos una segunda vida útil a esos repuestos que no pueden reutilizarse en productos y las piezas que no pueden repararse, reciclándolas por compañías certificadas.

Pruebas Total Test	Venta de Productos
426 SKU'S Probados	+ 6.67 millones de Unidades Vendidas
496 SKU'S Aprobados	
483 SKU'S Inspeccionados por SGS	
Post-Venta	Reciclaje
1.5% de los productos vendidos se cambiaron por productos nuevos	411.93 Toneladas de Eléctricos y Electrónicos Recicladas
19% de los productos se vendieron con garantía extendida	

Desechos y reciclaje
Eliminación adecuada
de productos.



Abastecimiento
Manufactura y
abastecimiento responsable

Uso de producto
Compra y manufactura de
productos amigables con el medio
ambiente.

**Distribución, logística y
transporte**
Uso de materiales y transporte
amigable con el medio ambiente.

Gestión Integral DE RESIDUOS

(GRI 306-2)

La correcta disposición de los residuos que generamos en nuestras operaciones es parte vital de nuestro día a día. Por ello hemos implementado y desarrollado acciones y programas con enfoque circular, creando puntos de recolección semanal y capacitado a nuestros colaboradores sobre estos temas. Generamos alianzas en nuestros países con empresas recicladoras certificadas que nos permiten asegurarnos de que la disposición final de nuestros productos no contaminará el medio ambiente.

Nuestro programa de reciclaje de eléctricos y electrónicos, llamado Reciclón, se realiza de la mano de nuestras cadenas comerciales en **Honduras, El Salvador y Costa Rica**, teniendo dos enfoques de intervención: colaboradores y tiendas; para que activamente puedan ser parte del cambio y que reciclemos juntos. A través de este programa, abrimos nuestras tiendas para recibir de parte de público tanto interno como externo, material para reciclaje, haciendo énfasis a los residuos eléctrico y electrónicos. Todo lo que se obtiene durante las jornadas se entrega a recicladores certificados en cada país donde se desarrolla, asegurando que tenga una disposición final apropiada, contando con los estándares y procedimientos que aseguren el impacto ambiental de estos. En **Costa Rica nuestras tiendas han sido certificadas como recolectores oficiales de Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAEE)**.

+810 TONELADAS DE RESIDUOS RECOLECTADAS



11.50 Toneladas de Papel	13.64 Toneladas de plástico	0.13 Toneladas de aluminio
150.15 Toneladas de cartón	8.73 Toneladas de fleje	10.00 Toneladas de Madera
411.93 Toneladas de eléctricos y electrónicos	60.01 Toneladas de estereofón	148.73 Toneladas de chatarra





INDICADORES ASG

(Indicadores 2021-2024)

Indicadores ASG 2021-2024

OPERACIONES

NUESTROS INGRESOS

COLABORADORES		Año	Centro América	Caribe	Sur América	Estados Unidos
2021-2022	13,746	2021-2022	67.3%	21.9%	10.3%	0.5%
2022-2023	13,560	2022-2023	56.55%	32.76%	10.50%	0.19%
2023-2024	13,875	2023-2024	57.00%	32.27%	10.56%	0.17%

METROS CUADRADOS

PUNTOS DE VENTA		Año	Latinoamérica	Caribe	Estados Unidos
2021-2022	1,167	2021-2022	73.6%	25.9%	0.5%
2022-2023	1,216	2022-2023	79.1%	20.4%	0.5%
2023-2024	1,273	2023-2024	79.9%	19.6%	0.5%

RADIOSSHACK

UNIDADES VENDIDAS en Millones		Año	Unidades Vendidas (Mill)	Total de Puntos de Venta Propios	Total Puntos de Venta Franquicias	Total Tiendas RadioShack
2021-2022	7.01	2021-2022	2.60	197	144	341
2022-2023	6.86	2022-2023	2.1	204	161	365
2023-2024	6.67	2023-2024	1.95	216	3	219

Indicadores ASG 2021-2024

INDICADORES SOCIALES

ESTRATEGIAS SOCIALES INTERNAS

EDUCACIÓN

• Becas Internas



COLABORADORES

• Fondo de Colaboradores



Indicadores ASG 2021-2024

INDICADORES SOCIALES

ESTRATEGIAS SOCIALES EXTERNAS

• Expandiendo Horizontes



Beneficiarios

• Voluntarios Unicomer



Beneficiarios

• Apoyo a ONG'S



Instituciones

• Giving Tuesday



Beneficiarios

• Horas de Voluntariados



Indicadores ASG 2021-2024

INDICADORES AMBIENTALES

GESTIÓN DE RESIDUOS

Ton. de Materiales Reciclados



Ton. de Reciclaje de Eléctricos y Electrónicos



EFICIENCIA ENERGÉTICA

MWh Generados de Energía Fotovoltaica por Paneles Solares



Dólares en Ahorro por generación de energía fotovoltaica



Indicadores ASG 2021-2024

INDICADORES DE BUENA GOBERNANZA

COLABORADORES Participación Femenina



COLABORADORES Jefaturas y Gerencias



COLABORADORES Horas de Entrenamientos



CULTURA ÉTICA

Año	Casos atendidos en la línea ética
2021-2022	92
2022-2023	94
2023-2024	282

NUESTROS CLIENTES

NÚMERO DE CLIENTES

Año	Millones
2021-2022	+2.23
2022-2023	+2.27
2023-2024	+2.34

CUENTAS DE CRÉDITOS ACTIVAS

Año	Millones
2021-2022	+2.08
2022-2023	+1.90
2023-2024	+2.00

CLIENTES DE CRÉDITO

Año	Millones
2021-2022	+1.30
2022-2023	+1.22
2023-2024	+1.37





ÍNDICE DE

CONTENIDOS GRI

Índice de CONTENIDOS GRI

DECLARACIÓN DE USO

Grupo Unicomer ha presentado la información citada en este índice de contenidos GRI para el periodo comprendido entre el 1 de abril 2023 y el 31 de marzo 2024, utilizando como referencia los Estándares GRI.

GRI 1 usado / GRI 1: Fundamentos 2021

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN (Página)
102-29: Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	Acciones que hacen grandes diferencias	8-9
102-16: Valores, principios, estándares y normas de conducta	Ética e integridad	68-71
102-17: Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	Línea ética Grupo Unicomer	72-73
Contenido 2-1: Detalles de la organización	Nuestra presencia Franquicia Radioshack Un equipo multicultural Nuestro año en cifras	28-31 32-33 40-41 52-53
Contenido 2-2: Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	Una empresa que sigue avanzando Marcas Nuestra presencia Franquicia Radioshack Nuestro año en cifras	6-7 22-23 28-31 32-33 52-53
Contenido 2-3: Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	Sobre el reporte	11
Contenido 2-6: Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	Marcas Franquicia Radioshack Marcas que Inspiran	22-23 32-33 50-51

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN (Página)
Contenido 2-7: Empleados	Nuestra presencia Colaboradores Un equipo multicultural	28-31 34-35 40-41
Contenido 2-9: Estructura de gobernanza y composición	Gobierno Corporativo	64-67
Contenido 2-11: Presidente del máximo órgano de gobierno	Gobierno Corporativo	64-67
Contenido 2-14: Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	Sobre el reporte	11
Contenido 2-15: Conflicto de interés	Ética e integridad	68-71
Contenido 2-22: Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	Una empresa que sigue avanzando	6-7
Contenido 2-29: Enfoque para la participación de los grupos de interés	Grupos de interés	14-15
Contenido 3-1: Proceso de determinación de los temas materiales	Asuntos materiales	12-13
Contenido 3-2: Lista de temas materiales	Asuntos materiales	12-13
GRI 202-1: Valor económico generado y distribuido	Nuestro año en cifras	52-53
GRI 204: Abastecimiento	Abastecimiento	106-108

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN (Página)
GRI 205-2: Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Programa integral cultural ética	70-71
GRI 301-2: Insumos reciclados	Uso de los productos	113
GRI 302-4: Reducción del consumo energético	Programa de eficiencia energética	102-105
GRI 305-5: Reducción de las emisiones de GEI	Programa de eficiencia energética	102-105
GRI 306-2: Residuos por tipo y método de eliminación	Gestión integral de residuos	114-115
GRI 401-1: Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	Atracción de talento	36-37
GRI 403-1: Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Seguridad ocupacional	46-49
GRI 403-2: Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	Seguridad ocupacional	46-49
GRI 403-3: Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	Salud y bienestar laboral	48
GRI 403-5: Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	Salud y bienestar laboral	48
GRI 403-7: Prevención y mitigación de los impactos para la salud y la seguridad en el trabajo directamente vinculados a través de las relaciones comerciales	Salud y bienestar laboral	48

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN (Página)
GRI 403-9: Lesiones por accidentes laborales	Seguridad ocupacional	48
GRI 404-2: Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición	Programas de aprendizaje, desarrollo y entrenamiento Cultura y concientización	44-45 81
GRI 404-3: Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera	Gestión y evaluación de desempeño	42-43
GRI 405-1: Diversidad de órganos de gobierno y empleados	Colaboradores	34-35
GRI 418: Privacidad del cliente	Seguridad y protección de la seguridad	76-85
GRI 413-1: Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	Estrategias sociales externas Uso de productos	92 113
GRI 417-1: Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	Promoción de Productos Inverter	109
GRI 418: Privacidad del Cliente	Seguridad y Protección de la información	76-85

REPORTE DE **SOSTENIBILIDAD**

2023-2024