



25 AÑOS

CRECIENDO JUNTOS



Desde nuestros primeros pasos, hemos crecido con propósito, caminando junto a nuestros clientes, colaboradores, y comunidades. A lo largo de 25 años, hemos construido algo más que una empresa; hemos creado lazos que unen, soluciones que transforman, y un legado de confianza que nos llena de orgullo.

1 | 25 ANIVERSARIO: SOLIDEZ, ORGULLO Y LEGADO: 2000-2025

- UNA HISTORIA CONSTRUIDA JUNTOS
- SOBRE EL REPORTE
- ACCIONES QUE HACEN LA DIFERENCIA

2 | ¿QUIÉNES SOMOS?

- MISIÓN Y VISIÓN
- NUESTRA HUELLA EN 25 AÑOS
- NUESTRA HISTORIA
- NUESTRAS MARCAS
- PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS
- MARCAS PRIVADAS
- NUESTRA CADENA DE VALOR
- 25 AÑOS CONSTRUYENDO NUESTRO LEGADO
- EN NUESTRO 25 ANIVERSARIO
- NUESTROS CLIENTES

3 | NUESTRA GENTE

- COLABORADORES
- ATRACCIÓN DE TALENTO
- PROGRAMA DE APRENDIZAJE, DESARROLLO Y ENTRENAMIENTO
- SEGURIDAD OCUPACIONAL

4 | GOBERNANZA

- GOBIERNO CORPORATIVO
- ÉTICA
- CIBERSEGURIDAD

5 | SOCIAL

- ESTRATEGIAS SOCIALES EXTERNAS
- ESTRATEGIAS SOCIALES INTERNAS

6 | AMBIENTAL

- ESTRATEGIA AMBIENTAL
- PROCESOS INTERNOS
- SOLUCIONES PARA NUESTROS CLIENTES

TRAZABILIDAD DE
INDICADORES ASG 2022 – 2025

ÍNDICE DE **CONTENIDOS GRI**

Una historia construida **JUNTOS**

(GRI 2-22)

Estimados colaboradores, aliados y amigos de Grupo Unicomer,

Hace 25 años emprendimos un sueño ambicioso: construir un grupo empresarial que trascendiera fronteras, llevando bienestar a millones de personas en América Latina, el Caribe y Estados Unidos. Hoy, al mirar hacia atrás, celebramos más que el aniversario de una empresa: celebramos una historia construida con propósito, esfuerzo colectivo y una visión compartida.

Desde la adquisición de CETECO en el año 2000, Grupo Unicomer ha evolucionado de ser una empresa joven para consolidarse como una de las multilatinas líderes en las regiones donde operamos. Hemos crecido con constancia y compromiso, transformándonos en un “full-service retailer” de clase mundial, con presencia en 20 países y más de 13,000 colaboradores.

Durante este tiempo, hemos sido un pilar de oportunidad y bienestar, mejorando la calidad de vida de nuestros clientes, colaboradores y comunidades. Hemos construido más que un negocio: hemos dejado un legado de confianza, generado vínculos duraderos y abierto puertas a millones de personas para que puedan alcanzar sus metas y crecer junto a nosotros.

Porque detrás de cada producto que vendemos y cada crédito que otorgamos, hay historias que

nos inspiran: no es sólo una televisión, es una familia reunida; no es sólo una cama, es el primer hogar; no es sólo un electrodoméstico, es una oportunidad para emprender. Hemos estado ahí desde el primer paso, acompañando generaciones que hoy siguen confiando en nosotros.

Conscientes del impacto que nuestra operación tiene en las personas, las comunidades y el planeta, hemos reafirmado nuestro compromiso con el desarrollo sostenible. Hemos alineado nuestra estrategia de negocio, adoptándonos con estándares internacionales y fortaleciendo nuestras prácticas de gobernanza, transparencia y ética. Promovemos la eficiencia energética, la gestión responsable de residuos, el uso de energías renovables y la migración hacia una economía circular. Pero, sobre todo, trabajamos cada día para multiplicar los impactos positivos en el bienestar de nuestros colaboradores, clientes, proveedores y comunidades.

Este aniversario es también una oportunidad para agradecer profundamente a nuestros colaboradores, quienes con pasión, talento y entrega han hecho posible cada avance. Su trabajo ha sido clave para generar un impacto positivo en nuestros clientes y comunidades.



Agradezco también a nuestros socios, proveedores y aliados, por sumar sus esfuerzos a este viaje.

Nos sentimos orgullosos de lo que hemos logrado juntos. Nuestra trayectoria de solidez nos ha permitido crecer de forma constante. Nuestro orgullo nace del impacto transformador que generamos en la región. Y nuestro legado está vivo en cada historia de superación que hemos acompañado, en cada comunidad que ha progresado junto a nosotros.

Miramos al futuro con optimismo y determinación. Los próximos años traerán nuevos desafíos, pero también nuevas

oportunidades para seguir sorprendiendo, para seguir elevando el bienestar de quienes confían en nosotros, y para seguir creando valor con integridad, cercanía, innovación, servicio y compromiso.

Gracias por ser parte de estos 25 años de historia. Lo mejor está por venir.

Con gratitud y visión,

Mario Simán | Presidente y CEO Grupo Unicomer



Introducción

“Somos una empresa comprometida con ofrecer soluciones únicas, que respeta y promueve nuestros valores, contribuyendo así al fortalecimiento de nuestra cultura de trabajo y al bienestar de nuestros clientes, colaboradores y comunidades.”



Sobre EL REPORTE

(GRI 2-3, 2-14)



Grupo Unicomer presenta este reporte de sostenibilidad en memoria de su 25 aniversario.

Este reporte aborda los resultados de las operaciones en nuestros 20 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, quien 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



Acciones que hacen LA DIFERENCIA

(GRI 102-29)

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

En Grupo Unicomer reconocemos el impacto que tiene nuestra operación y nuestras acciones, no solamente en nuestros grupos de interés, sino también en la economía, el medio ambiente y el desarrollo de todas las personas en los países donde operamos.

Conscientes de este impacto, reafirmamos nuestro compromiso con el Desarrollo Sostenible, alineando nuestra estrategia de negocio con acciones que multiplican los impactos positivos en nuestro entorno.

Nos alineamos con estándares internacionales, cumpliendo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y creando planes de acción basados en los indicadores ASG, que nos permiten fortalecer nuestra gobernanza, desde la alta dirección hasta cada uno de los colaboradores. Reforzamos nuestra cultura basada en valores, que se vuelven la columna vertebral de nuestra matriz de toma de decisiones, transparencia y anticorrupción.

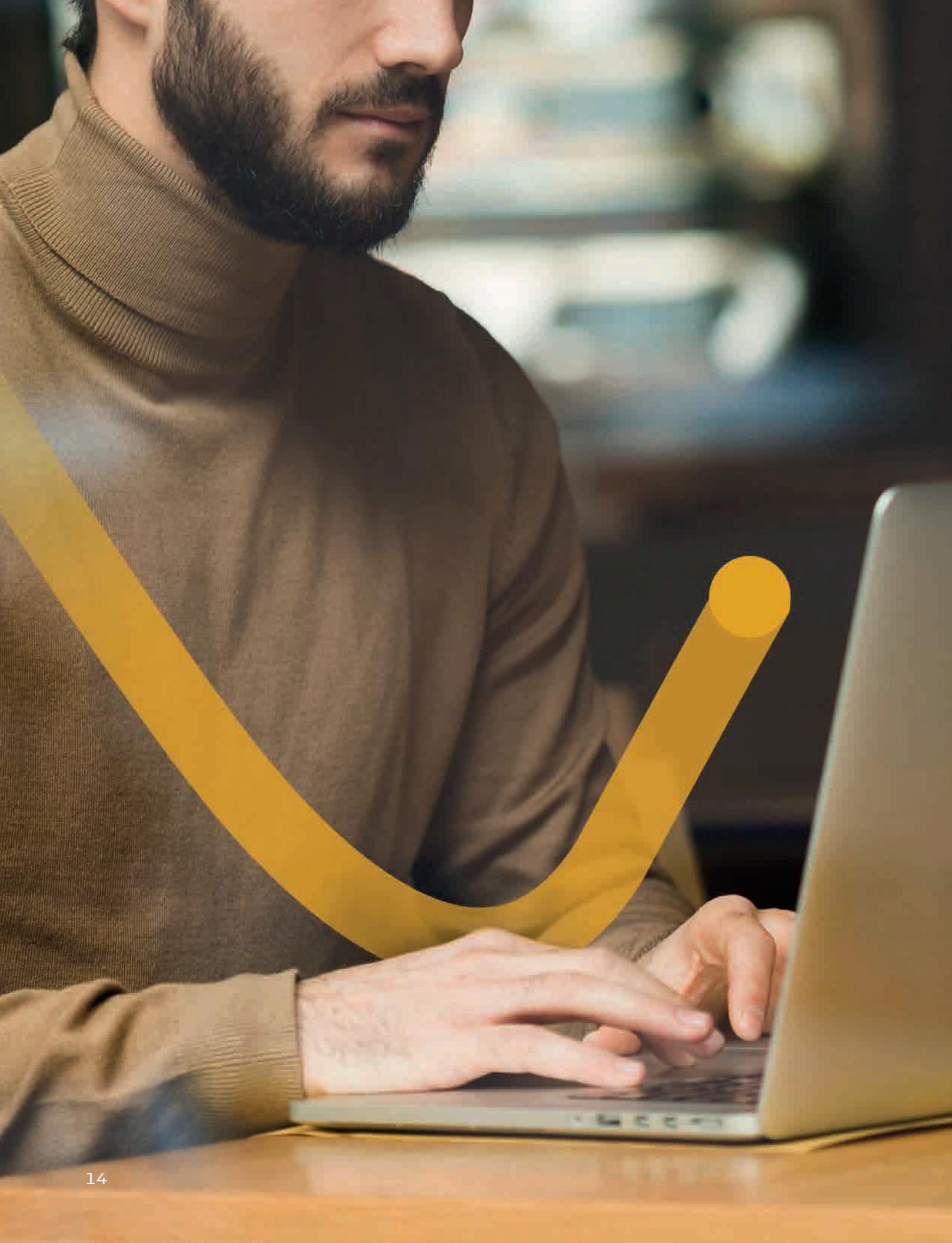
Nuestro negocio tiene un impacto en el medio ambiente, por lo que promovemos acciones de nos ayudan a disminuir nuestra huella ambiental, desde la gestión integral de desechos sólidos hasta la instalación de paneles solares. Buscamos la migración paulatina de nuestro modelo de negocio hacia una economía circular, que nos permitan generar un impacto positivo en los recursos naturales que utilizamos.

Nuestros grupos de interés son una prioridad y buscamos generar un impacto en el bienestar integral de nuestros clientes, proveedores, colaboradores y comunidades. A través de cada una de nuestras marcas comerciales, ofrecemos productos y servicios que impactan la vida cotidiana y la economía de nuestros públicos, gestionando de forma ética todos los procesos involucrados en nuestra cadena de valor. Todo esto con un enfoque de desarrollo de nuestros colaboradores y sus familias.

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

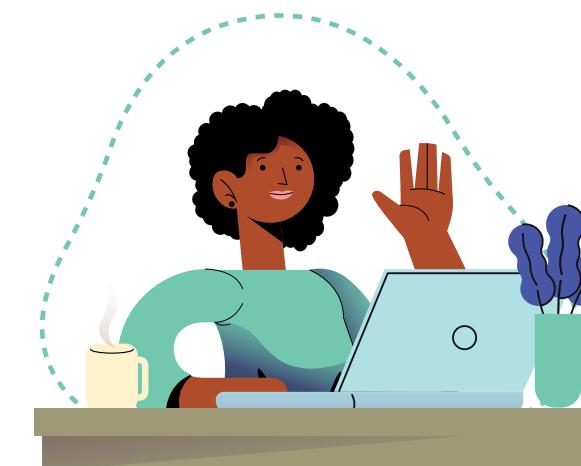
2. Reducir el impacto del cambio climático mediante el reciclaje de eléctricos y electrónicos.

3. Convertirnos en una empresa "zero waste" en nuestros talleres de reparación (Servitotal).



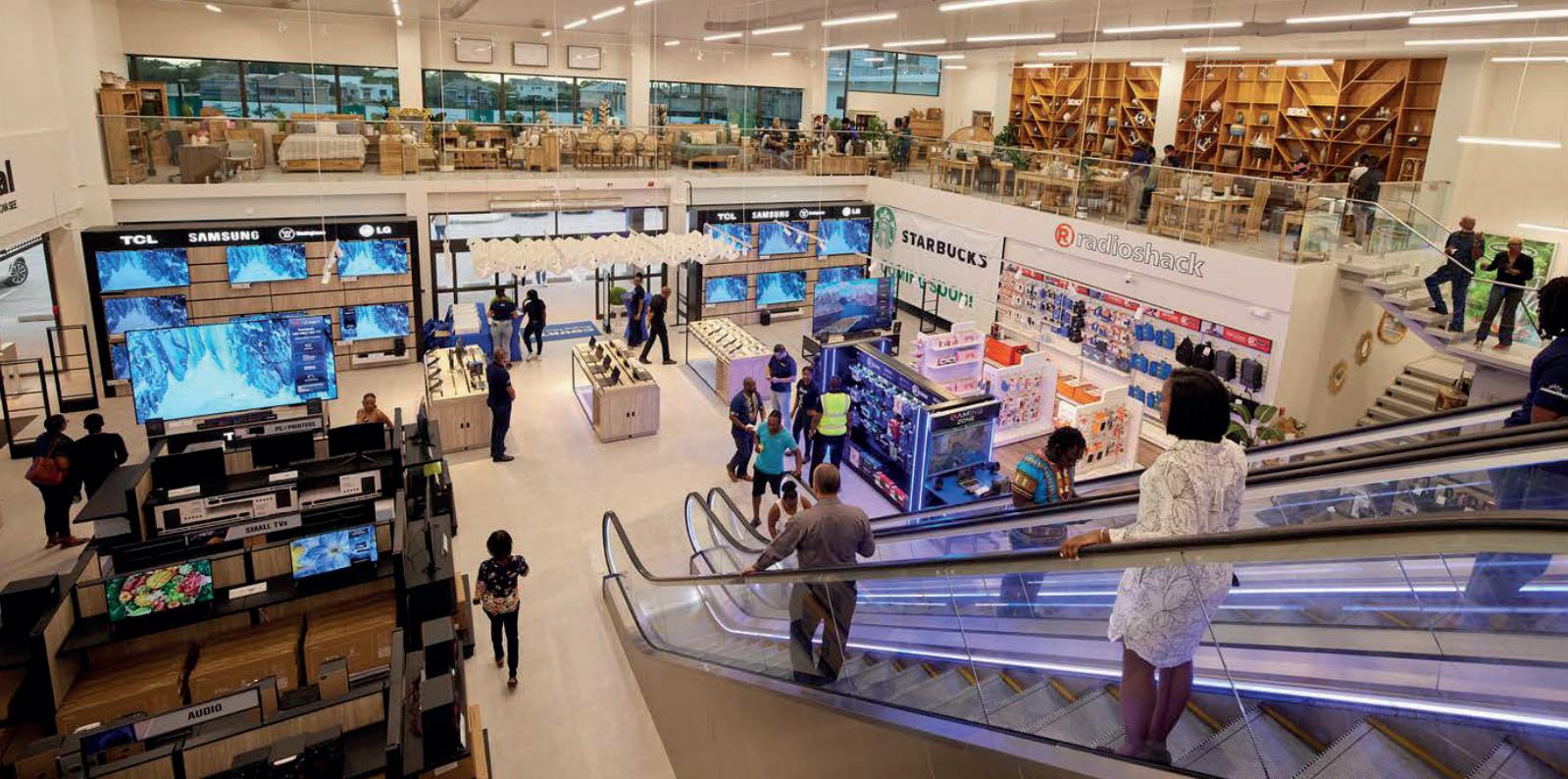
Asuntos **MATERIALES**

(GRI 3-1, 3-2)



Para poder alinear nuestra estrategia de sostenibilidad a nuestros impactos reales, realizamos un estudio interno de identificación de prioridades. Estos temas materiales, se han vuelto la línea central de nuestras acciones de sostenibilidad en toda nuestra cadena de valor, buscando mejorar nuestros procesos.

Los temas materiales identificados abarcan todo nuestro modelo de negocio, por lo que nos permiten incorporar a todas las áreas estratégicas bajo una misma visión y filosofía de sostenibilidad que nos vuelve una sola compañía.



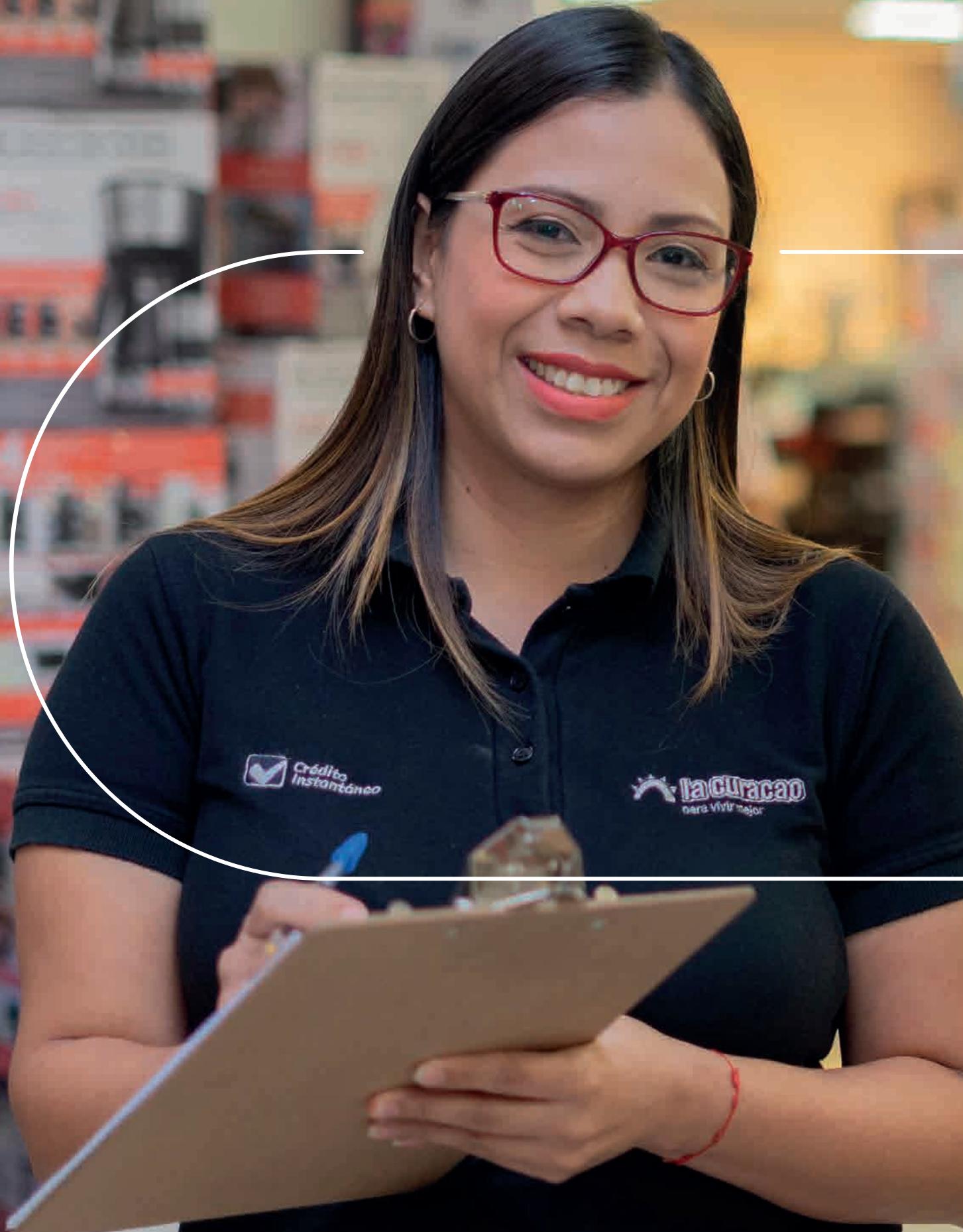
Grupos DE INTERÉS

(GRI 2-29)

Reconociendo que nuestra operación tiene impacto en el desarrollo de diferentes grupos de interés, nos aseguramos de mantener una relación constante con cada uno de ellos, desde nuestros públicos internos hasta los externos que conforman nuestra cadena de valor. 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 |
|------------------------------------|----------------------------------|--|-----------------------------------|-----------------------------|
| Comunicación Interna | Plataformas Digitales | Programa de Inscripción de Proveedores | Programas de RSE | Programas de RSE |
| Programas de RSE | Tiendas Físicas | Código de Ética | Voluntariados | Seguimiento de Regulaciones |
| Universidad Unicomer | Campañas de Mercadeo | | | |
| Línea Ética | Estrategias de Marketing Digital | | | |
| Focus Groups | Línea Ética | | | |
| Evaluación de Clima Organizacional | | | | |

| MEDIOS DE COMUNICACIÓN | INSTITUCIONES EDUCATIVAS | JUNTA DIRECTIVA | ACCIONISTAS | COMPETENCIA | INSTITUCIONES FINANCIERAS |
|------------------------|--------------------------|---------------------------|---------------------------|--|---------------------------|
| Comunicados | Programas de RSE | Reporte de Sostenibilidad | Reporte de Sostenibilidad | Participación en foros y capacitaciones del empresariado | Reporte de Sostenibilidad |
| | | | | Participación en foros del empresariado | |
| | | | | | |
| | | | | | |



¿Quiénes **SOMOS?**

25
ANIVERSARIO
SOLIDEZ, ORGULLO Y LEGADO
2000-2025

MISIÓN



Ser 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 HUELLA en 25 AÑOS

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

20 Países

- +13,130 Empleos Directos* | 660 Colaboradores Corporativos
- +1,650 Empleos Indirectos**
- +1,255 Puntos de venta
- +397,145 Metros cuadrados

*Colaboradores y "Outsourced"

**Franquiciados, Talleres, Transportistas y Promotores



Belice
 189 Colaboradores
 18 Puntos de Venta
 6,448 Metros Cuadrados

Guatemala
 1,778 Colaboradores
 188 Puntos de Venta
 53,643 Metros Cuadrados

El Salvador
 1,475 Colaboradores
 140 Puntos de Venta
 40,423 Metros Cuadrados

Honduras
 1,320 Colaboradores
 165 Puntos de Venta
 47,711 Metros Cuadrados

Nicaragua
 995 Colaboradores
 108 Puntos de Venta
 30,543 Metros Cuadrados

Costa Rica
 1,887 Colaboradores
 213 Puntos de Venta
 95,543 Metros Cuadrados

25 Aniversario | **¿Quiénes somos?** | Nuestra Gente | Gobernanza | Social | Ambiental



Antigua y Barbuda
 66 Colaboradores
 6 Puntos de Venta
 2,410 Metros Cuadrados

Curacao
 105 Colaboradores
 5 Puntos de Venta
 2,181 Metros Cuadrados

Jamaica
 954 Colaboradores
 105 Puntos de Venta
 32,196 Metros Cuadrados

San Vicente y Las Granadinas
 53 Colaboradores
 5 Puntos de Venta
 2,726 Metros Cuadrados

Aruba
 113 Colaboradores
 7 Puntos de Venta
 3,063 Metros Cuadrados

Dominica
 51 Colaboradores
 5 Puntos de Venta
 1,225 Metros Cuadrados

San Cristobal y Las Nieves
 41 Colaboradores
 5 Puntos de Venta
 1,657 Metros Cuadrados

Barbados
 290 Colaboradores
 10 Puntos de Venta
 5,697 Metros Cuadrados

Granada
 69 Colaboradores
 6 Puntos de Venta
 1,937 Metros Cuadrados

Santa Lucía
 266 Colaboradores
 13 Puntos de Venta
 4,385 Metros Cuadrados

Trinidad y Tobago
 764 Colaboradores
 37 Puntos de Venta
 20,570 Metros Cuadrados



Norte América

Estados Unidos

- 19 Colaboradores
- 3 Puntos de Venta
- 1,927 Metros Cuadrados



Sur América

Ecuador

- 1,434 Colaboradores
- 181 Puntos de Venta
- 31,063 Metros Cuadrados

Guyana

- 423 Colaboradores
- 26 Puntos de Venta
- 8,808 Metros Cuadrados



Oficina Regional

Centro de Distribución Internacional

Oficina Corporativa

Nuestra HISTORIA





Nuestras MARCAS

(GRI 102-2)



“Ofrecemos soluciones únicas que generan
BIENESTAR”

Somos un
“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.





PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

25 AÑOS DE LOGROS:

PREMIOS QUE HONRAN NUESTRA HISTORIA

2017

- Recibimos el premio de “**Inversionista Extranjero del Año**” y el premio “Inversor Regional del Año” por la Asociación de Agencias de Promoción de Inversiones de Caribe (CAIPA) y la organización Exportación Caribe, por la reciente inversión de Freeport en Trinidad.
- Citibank reconoce al equipo de Tesorería **por la mejora de procesos transaccionales**.
- Grupo Unicomer ganó el premio de Mejor “**Debt Capital Markets Strategy**” para nuestra región de la Revista “Latin Finance”.

2018

- Grupo Unicomer Costa Rica fue reconocido con el premio “**Costa Rica Incluye**” en la categoría de Contratación Inclusiva. El premio es otorgado por la Asociación Empresarial para el Desarrollo, el Consejo Nacional de la Persona con Discapacidad, el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, la OIT y el Gobierno de la República de Costa Rica.

2018

- La expansión de Grupo Unicomer y su visión hicieron que “**Boston Consulting Group**” los nombrara como **una de 100 empresas Multilatinas que son claves para el crecimiento de la región Latinoamericana**.

<https://www.bcg.com/publications/2018/why-multilatinas-hold-key-latin-america-economic-future>

2019

- La revista SUMMA en El Salvador reconoció a Grupo Unicomer como una de las “**Top Empresas Líderes y Empresa de Innovación**” por impulsar el crecimiento a través de la constante innovación, contar con el mejor talento, un gran portafolio de marcas y diversidad en la línea de negocio, así como brindar la mejor experiencia para clientes.
- La revista Ekos reconoció el trabajo de Artefacta como **la empresa retail más influyente en redes sociales en Ecuador**.

2020

- Fitch Ratings en su reporte “**Spotlight**” expresó que **la unidad de negocios de “Retail” del Grupo es el más diversificado geográficamente en Latinoamérica**. Además, mencionó que Grupo Unicomer manifiesta un dinamismo para reaccionar oportunamente a tendencias y a un entorno cambiante que otros retailers no poseen.

<https://www.fitchratings.com/research/corporate-finance/fitch-rtgs-latam-spotlight-unicommerce-sales-strategies-adaptability-enhances-market-position-29-01-2020>

2020

- En la reciente ceremonia de entrega de los Premios Internacionales “**Ashley Furniture HomeStore**” en Las Vegas, “**UNICOMER CARIBBEAN**” recibió el prestigioso Premio del presidente por su programa “Ashley Couch Conversations”.

2021

- Nuestro Presidente y CEO, Mario Simán, es entrevistado por la “**The CEO Magazine**”.
<https://www.theceomagazine.com/executive-interviews/retail-wholesale/mario-siman/>

2023

- La revista Estrategia&Negocios reconoce a Grupo Unicomer como una de las “**25 Empresas más Destacadas de Centroamérica**”.
- Artefacta gana un premio **Effie de Plata en la “Categoría Retail”** por la campaña “Traductor de Madres” en Ecuador.
- Artefacta gana un premio **Effie de Bronce en la categoría especial de “Ideas de Medios”** por la campaña “Traductor de Madres” en Ecuador.
- Frigidaire, reconoce a 6 de nuestros países por “Excelente Rendimiento en Ventas”. Honduras, Nicaragua, Guatemala, El Salvador, Costa Rica y Trinidad y Tobago fueron los ganadores de tan prestigioso reconocimiento.

2024

- En la última actualización de calificación financiera realizada por parte de “**Fitch Ratings**”, mantenemos nuestra calificación **BB-, con una perspectiva Estable**. Nuestra calificación incorpora la posición de liderazgo empresarial en la mayoría de nuestras operaciones y la sólida posición financiera de nuestros accionistas. La calificación también considera la diversificación geográfica y de formatos de nuestro Grupo, que ha contribuido a una sólida generación de flujo de caja operativo a lo largo de los ciclos económicos.

generación de flujo de caja operativo a lo largo de los ciclos económicos.

Demostramos nuestra capacidad para innovar y responder rápidamente a diferentes entornos de consumo a través de la combinación de sus negocios minoristas y financieros.

<https://www.fitchratings.com/research/corporate-finance/fitch-affirms-unicomer-idrs-at-bb-outlook-stable-25-11-2024>

- La revista Summa reconoce a **Gollo** como una “marca icónica” en la región.

- La Curacao es nombrada una “**Love Marks Centroamérica**” en El Salvador, Honduras y Nicaragua por la revista Estrategia&Negocios.

- Gollo es nombrada una “**Love Marks Centroamérica 2024**” en Costa Rica por la revista Estrategia&Negocios.

- Grupo Unicomer es nombrada como una de las “**Empresas Protagonistas de la Expansión en el 2024**”, Mario Simán, presidente y CEO de Grupo Unicomer es nombrado como uno de los “**Empresarios Protagonistas de Grandes Jugadas en el 2024**” y Félix Simán es nombrado como uno de los “**Nuevos Liderazgos y Sucesores del Legado**” por la Revista E&N, Edición Admirados 2024 Centroamérica.

- Nuestro VP de Mercancías, René Colorado, fue a China a la premiación anual de TCL adonde premian a sus proveedores más importantes. En esta ocasión, premian a Grupo Unicomer por ser una de las 10 compañías más relevantes en el mundo en la venta de televisores. Estuvimos a la par de grandes competidores mundiales como Walmart.

2025

- Grupo Unicomer es nombrada una “**Empresa Orgullo de Centroamérica**” y como “**Empresa Atractiva para el Talento**” por la revista E&N.

2025

- ADDY Awards (Premios ADDY)**

– febrero 2025 – Grupo Unicomer Caribe “**ADDY**” (**American Advertising Award – Premio Publicitario de las Américas**) es un premio publicitario, para la región del Caribe, coordinado por el “**Caribbean Advertising Federation**” (Federación de

Publicidad del Caribe). Los premios ADDY se encuentran entre los reconocimientos más prestigiosos de la industria publicitaria y reconocen la excelencia creativa, celebrando la creatividad y la eficacia en el Caribe y las Américas.

Nuestros premios:

GRUPO UNICOMER CARIBE

- Gold ADDY (Oro)**

Courts “Gaslight” (Radio local 30 segundos o menos)

- Gold ADDY (Oro)**

Courts “Goodbuy” (Campaña de radio)

- Gold ADDY (Oro)**

Courts “Hello/Goodbuy” (Redacción de textos publicitarios)

- Silver ADDY (Plata)**

Courts “Goodbuy” (Campaña publicitaria de televisión)

- Silver ADDY (Plata)**

Reflexa “Flex your Specs” (Campaña de redes sociales)

GRUPO UNICOMER JAMAICA

- Silver ADDY (Plata)**

Courts “Sleigh Your Space” (Campaña de redes sociales)

- Silver ADDY (Plata)**

Courts Tienda Drax Hall (Instalación de un mural de realidad aumentada)

En el **25 aniversario** de nuestro Grupo, también **CELEBRAMOS:**

El 65 ANIVERSARIO de nuestra marca COURTS en Jamaica

Nos enorgullecemos de celebrar el 65º aniversario de nuestra emblemática marca Courts. A lo largo de estas seis décadas, Courts ha sido un nombre de confianza en sector "retail", comprometido con mejorar la vida de nuestros clientes y comunidades.

Desde su fundación, Courts ha proporcionado productos de calidad y un servicio al cliente excepcional. Este aniversario marca un hito importante en nuestra historia y reafirma nuestro compromiso de continuar brindando lo mejor a nuestros clientes.



50 ANIVERSARIO de Gollo

Al celebrar el 50 aniversario de Gollo, reafirmamos nuestro compromiso con la excelencia, la modernización y el desarrollo sostenible. Nos llena de orgullo haber sido parte del crecimiento de tantas familias y negocios, ofreciendo soluciones con productos y servicios que no solo facilitan la vida, sino que también generan bienestar en las comunidades que servimos.

Nuestra historia es el reflejo de la confianza de nuestros clientes y del esfuerzo de un equipo comprometido con la calidad y el servicio. Miramos hacia el futuro con entusiasmo, listos para seguir innovando, creciendo y creando oportunidades para todos.



60 y 70 AÑOS de La Curacao

En Grupo Unicomer celebramos dos hitos importantes de nuestra marca insignia, La Curacao: 60 años en Nicaragua y 70 años en Honduras. Estos aniversarios marcan décadas de éxito, innovación y compromiso con el bienestar de nuestros clientes en Centroamérica.

Desde nuestras primeras tiendas, La Curacao ha sido parte integral de millones de hogares, brindando productos de alta calidad que se adaptan a las necesidades de cada uno de nuestros clientes. Nuestra presencia no solo ha crecido en número de tiendas, sino también en la variedad de soluciones que ofrecemos: electrodomésticos, tecnología de punta y servicios financieros accesibles.



Franquicia **RADIOSHACK**

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

Grupo Unicomer Llega a E.E.U.U. CON LA MARCA RADIOSHACK

Nos complace anunciar nuestra llegada al mercado estadounidense con la icónica marca RadioShack, con un firme compromiso de permanecer y crecer en este nuevo territorio. La llegada de la marca bajo nuestra operación trae una nueva estrategia de venta, innovación en líneas de productos y una experiencia de compra de calidad mundial a través de nuestro renovado e-Commerce.

Nuestros clientes en Estados Unidos podrán acceder al amplio portafolio de productos a través de su página web www.radioshack.com, Amazon y Walmart.

Además, RadioShack regresa al escenario global en el CES 2025, el evento tecnológico

más influyente del mundo, en Las Vegas, el cual tuvo lugar del 7 al 10 de enero 2025. RadioShack exhibió 380 productos innovadores en categorías que incluyen juegos, audio, accesorios tecnológicos, baterías, cables, soluciones para el hogar y la oficina y artículos esenciales para viajes.

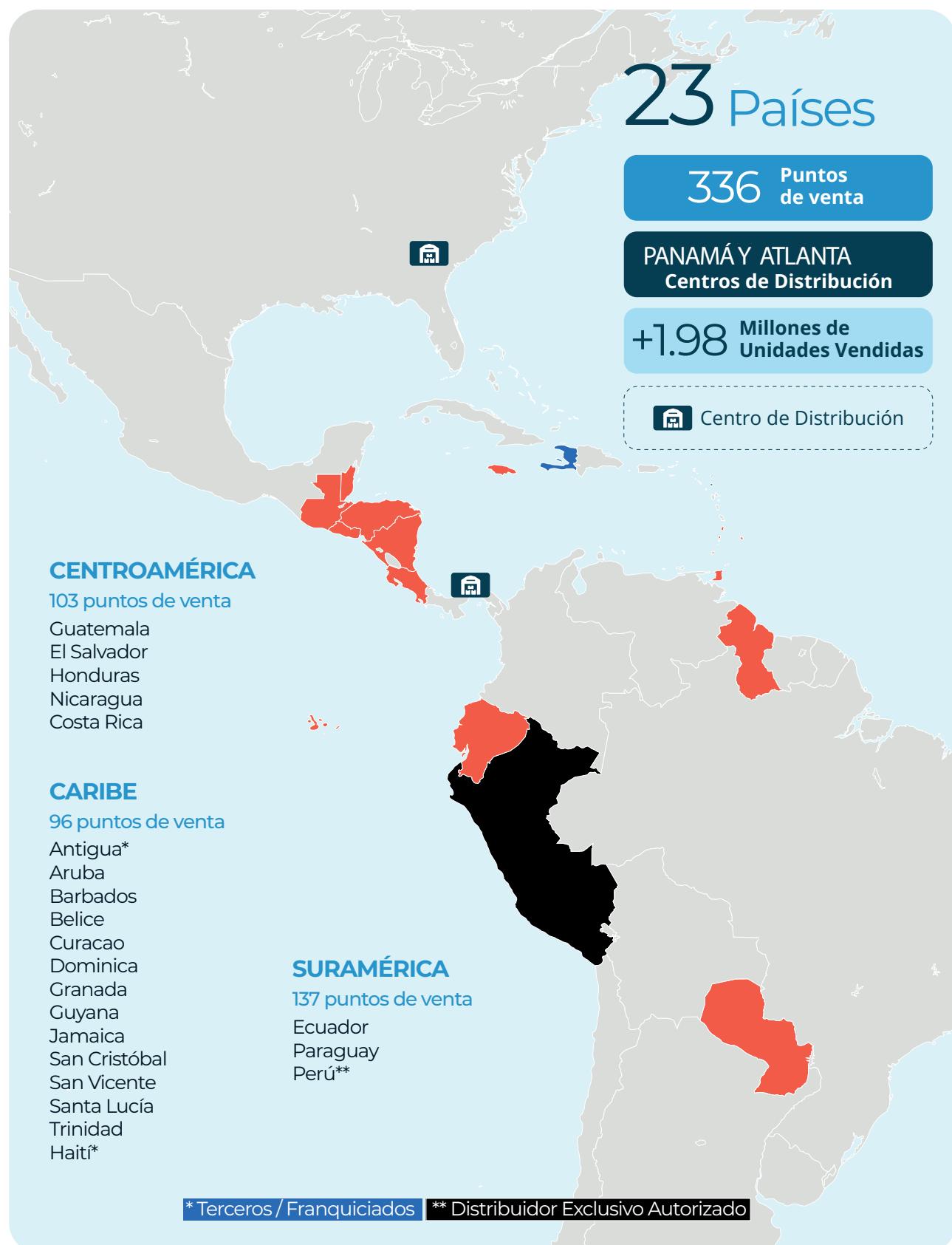
Como parte de su resurgimiento, RadioShack se compromete a hacer que la tecnología sea asequible y accesible para todos. Actualmente, la marca cuenta con:

+500

Ofertas de Productos

17

Categorías de productos diferentes



Marcas PRIVADAS

(GRI 2-6)

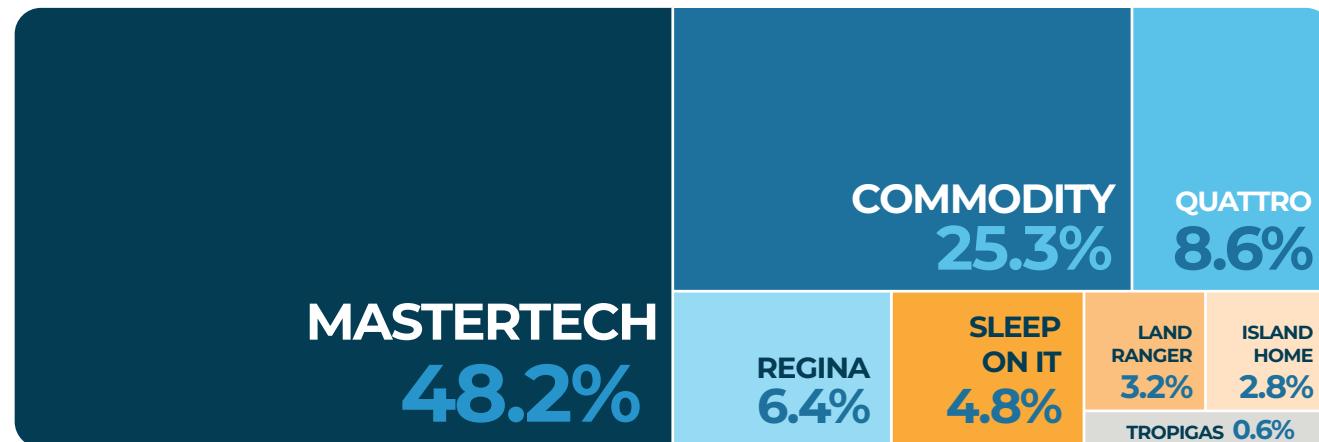
Buscamos a través de nuestros productos, contribuir al bienestar y buena calidad de vida de nuestros clientes. Por esta razón, reforzamos nuestro compromiso por ofrecer productos vanguardistas, funcionales y asequibles, para lo que hemos desarrollado nuestras Marcas Privadas, garantizando siempre la mejor calidad. Estas líneas de productos nos llenan de orgullo, ya que aportan soluciones prácticas y funcionales a nuestros clientes.

Cada producto ha sido sometido a rigurosas pruebas en nuestro Laboratorio Total Test, asegurando su cumplimiento con certificaciones y estándares internacionales.

Nuestras Marcas Privadas están diseñadas para añadir valor al hogar, brindando opciones accesibles sin comprometer la calidad. Acercamos la tecnología, la comodidad y las últimas tendencias a quienes buscan soluciones eficientes dentro de su presupuesto.



Participación de Ventas



MASTERTECH

Seguimos innovando en Línea Blanca ya que desarrollamos nuevos productos que serán introducidos en el próximo año financiero como: refrigeradoras dos puertas y "Side-by-Side" con la tecnología Inverter que promueve el ahorro energético, nuevos minibares, enfriadores de bebidas, productos empotrables, cocinas a gas y congeladores verticales, entre otros.

En cuanto a aires acondicionados, nuestra innovación fue introducir nuevos modelos Inverter que incorporan un nuevo gas refrigerante R32 que tiene un PCA (Potencial de Calentamiento Atmosférico) tres veces menos que el de su predecesor el gas R410a, como resultado, tendremos mayor eficiencia energética y mayor conciencia ambiental.

Se desarrolló una línea Comercial con productos Refrigeración y Cocción para Restaurantes y Hoteles, además de Aires Acondicionados de 3 y 5 toneladas. Además, se desarrolló una nueva línea de Ventiladores Industriales para proveer a nuestros clientes actuales como al mercado B2B; esta línea estará disponible el próximo año.

En Pequeños Electrodomésticos lanzamos en 18 países el nuevo lineal que incluye más de 50 nuevos productos entre los cuales destacan algunos con la nueva línea premium Mastertech Black.

QUATTRO

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 este año Quattro representó el 29.8% de las ventas totales en el sector Hogar, con un impresionante crecimiento del 10.4% en unidades.

QUATTRO DELUXE COLLECTION

Se desarrolló una línea completa de "Cookware" en Cerámica con una excelente calidad y con precios accesibles a nuestros consumidores. Estos estarán disponibles el próximo año.

Conscientes de nuestro medio ambiente, cada año estamos disminuyendo el consumo de plásticos en nuestros empaques.

COMMODITY

En Commodity, como en Quattro, estamos incrementando la producción de muebles en material MDF el cual se fabrica a partir de madera reciclada y/o madera proveniente de áreas reforestadas, beneficiando al medio ambiente.

Cada 6 meses hemos tenido lanzamientos de productos nuevos lo que nos consolida como una tienda destino en muebles. Commodity ha crecido 14% en el año en ventas.

LAND RANGER

Consolidándonos año con año con nuestros equipos para ejercicios tuvimos un crecimiento de 22% en la venta.

TRUE RIDER

Este año se tuvieron crecimientos en ventas del 16% en nuestros "backpacks" y un 9% en nuestras chompas y guantes, consolidándose como una marca preferida en accesorios para motos.

Nuestra CADENA DE VALOR

(GRI 2-6)

Estamos comprometidos con hacer eficientes todos nuestros procesos, para lograr los objetivos de la compañía, pero sobre todo para generar valor para todos nuestros grupos de interés.

Nuestra cadena de valor está diseñada para generar un impacto positivo en cada etapa, desde la selección responsable de proveedores hasta la experiencia final del cliente. Priorizamos relaciones éticas y sostenibles con nuestros socios comerciales, promoviendo prácticas de abastecimiento responsable y reducción de la huella ambiental. Implementamos procesos logísticos eficientes para minimizar emisiones y optimizar el uso de recursos, garantizando que nuestros productos lleguen de manera segura y sostenible a nuestros puntos de venta.



Contribuimos con el desarrollo económico de los países donde operamos, a través de la contratación de productos y servicios de proveedores locales. Aseguramos los estándares de calidad que nos caracterizan, y promovemos proceso de contratación transparentes. En nuestra cadena de valor, el 86% son proveedores locales en cada país donde operamos.

| PAÍS | % PROVEEDORES LOCALES | PAÍS | % PROVEEDORES LOCALES |
|-------------|-----------------------|-------------------|-----------------------|
| Guatemala | 95% | Aruba | 65% |
| El Salvador | 93% | Barbados | 85% |
| Honduras | 91% | Belice | 89% |
| Nicaragua | 87% | Curacao | 73% |
| Costa Rica | 98% | Guyana | 86% |
| Ecuador | 96% | Jamaica | 88% |
| Paraguay | 98% | OECS | 80% |
| Panamá | 7% | Trinidad y Tobago | 91% |
| Chile | 100% | USA | 44% |

25 AÑOS

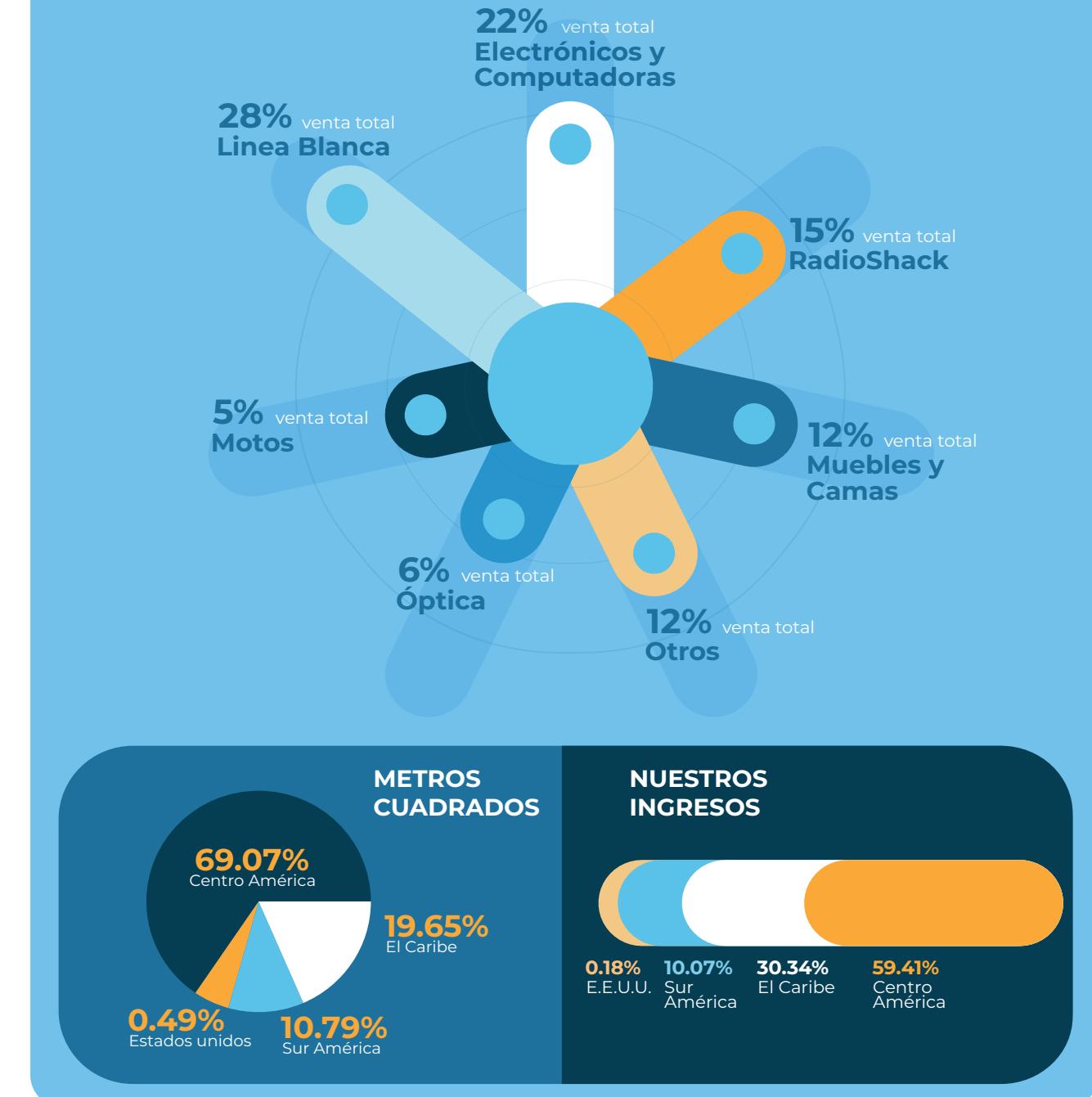
Construyendo NUESTRO LEGADO

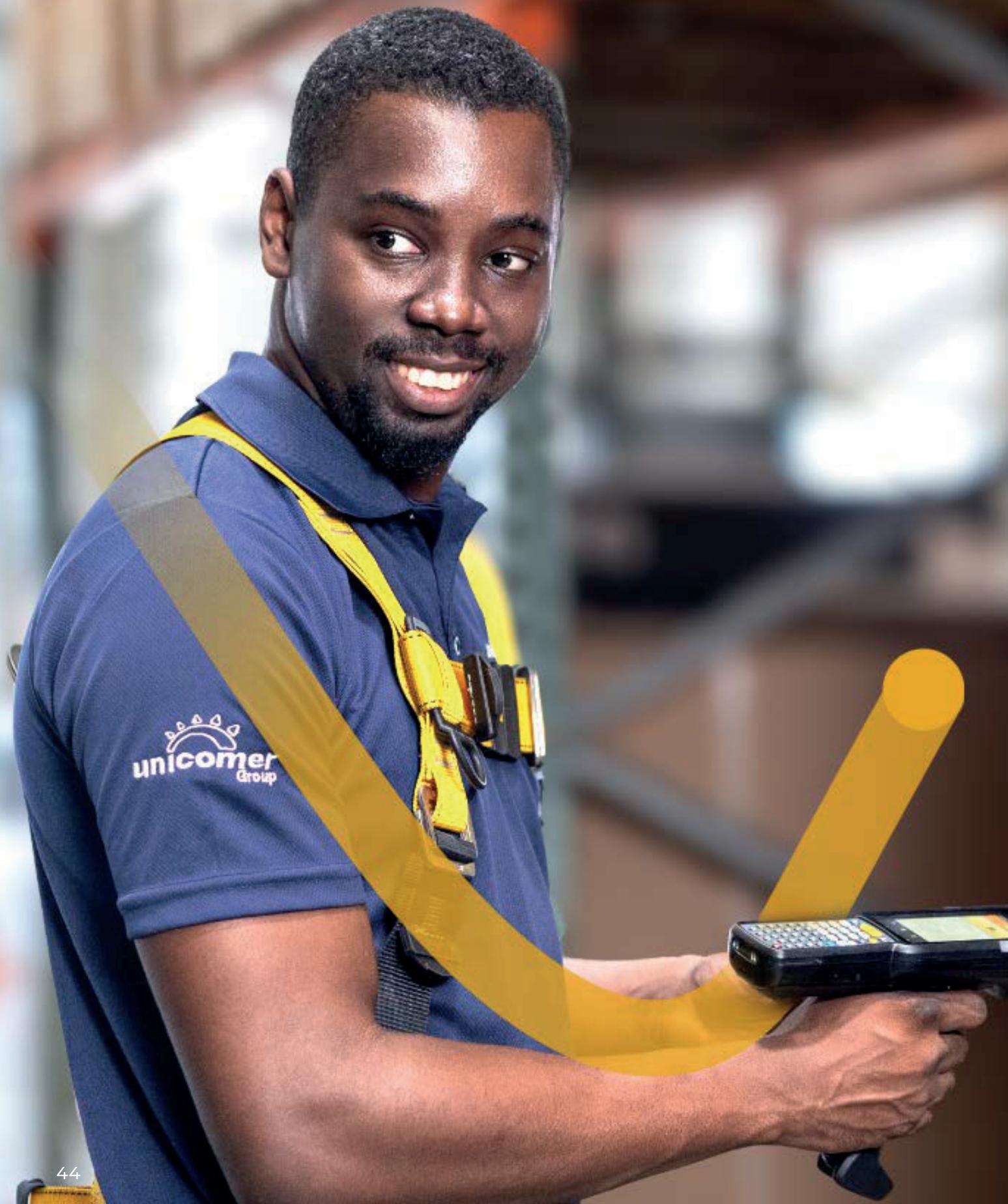
(GRI 2-1, 2-2, 201-1)



- 20** Países
- +3.40** Millones de Clientes
- +1.09** Millones de Clientes de Crédito
- +1,255** Puntos de Venta
- +397,145** Metros²
- +6.7** Millones de Unidades Vendidas
- +1.76** Millones de Cuentas de Crédito Activas

Categoría DE PRODUCTOS





En nuestro **25 ANIVERSARIO**

Apertura **DE TIENDAS**

Estamos en continuo crecimiento, enfocándonos en la fidelización y satisfacción de nuestros clientes. Al mismo tiempo, impulsamos el desarrollo económico en los países donde operamos mediante la generación de empleo y la apertura de nuevas oportunidades. Este año, se han abierto:



| CADENA | NÚMERO DE TIENDAS | CADENA | NÚMERO DE TIENDAS |
|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Almacenes Tropigas | 18 | La Curacao Cash | 3 |
| Tropimotors | 16 | La Curacao | 2 |
| RadioShack | 13 | Gollo | 1 |
| Artefacta | 10 | Courts Ready Cash | 1 |
| Ópticas | 6 | Bargain Center | 1 |
| Courts | 3 | | |

**A 25 AÑOS
DE NUESTRO INICIO,**
celebramos el futuro
con la próxima apertura
DE NUESTRAS MEGAOBRAS



NUEVOS Centros de Distribución



Costa Rica

- **Locación:** El Coyol
- **Tamaño:** 29,550 m²
- **Patio de andenes:** 38 andenes y 2 rampas



El Salvador

- **Locación:** Nejapa
- **Tamaño:** 27,250 m²
- **Patio de andenes:** 76 andenes



Guyana

- **Locación:** Houston
- **Tamaño:** 11,000m²
- **Patio de andenes:** 24 andenes

Aperturas de Megastores



Megastore Santa Ana

Costa Rica

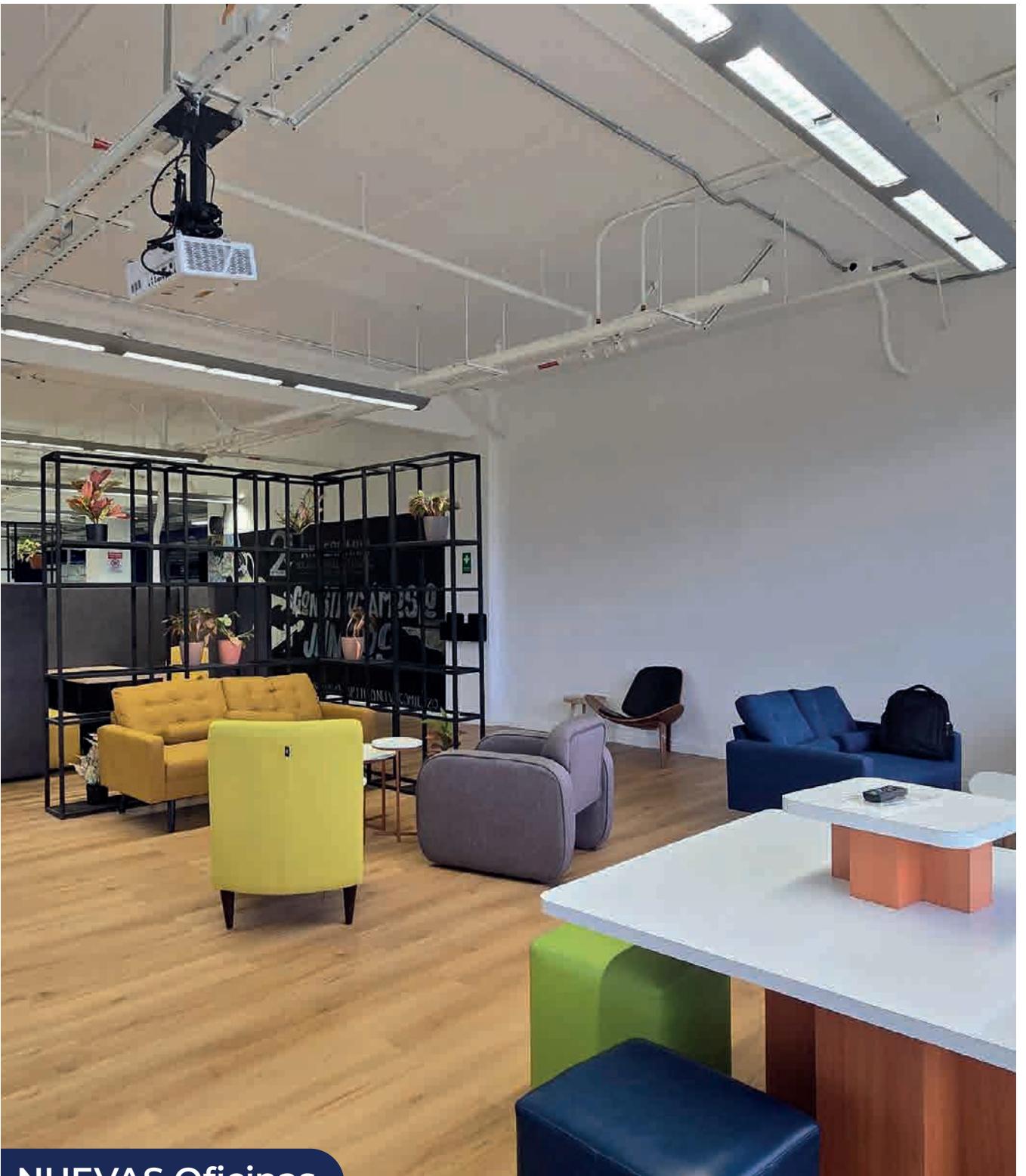
- **Locación:** Santa Ana
- Gollo, Gollo Ópticas, RadioShack, Home & Nature y Gollo Motors.
- **Tamaño:** 3,000 m²



Megastore Trinidad

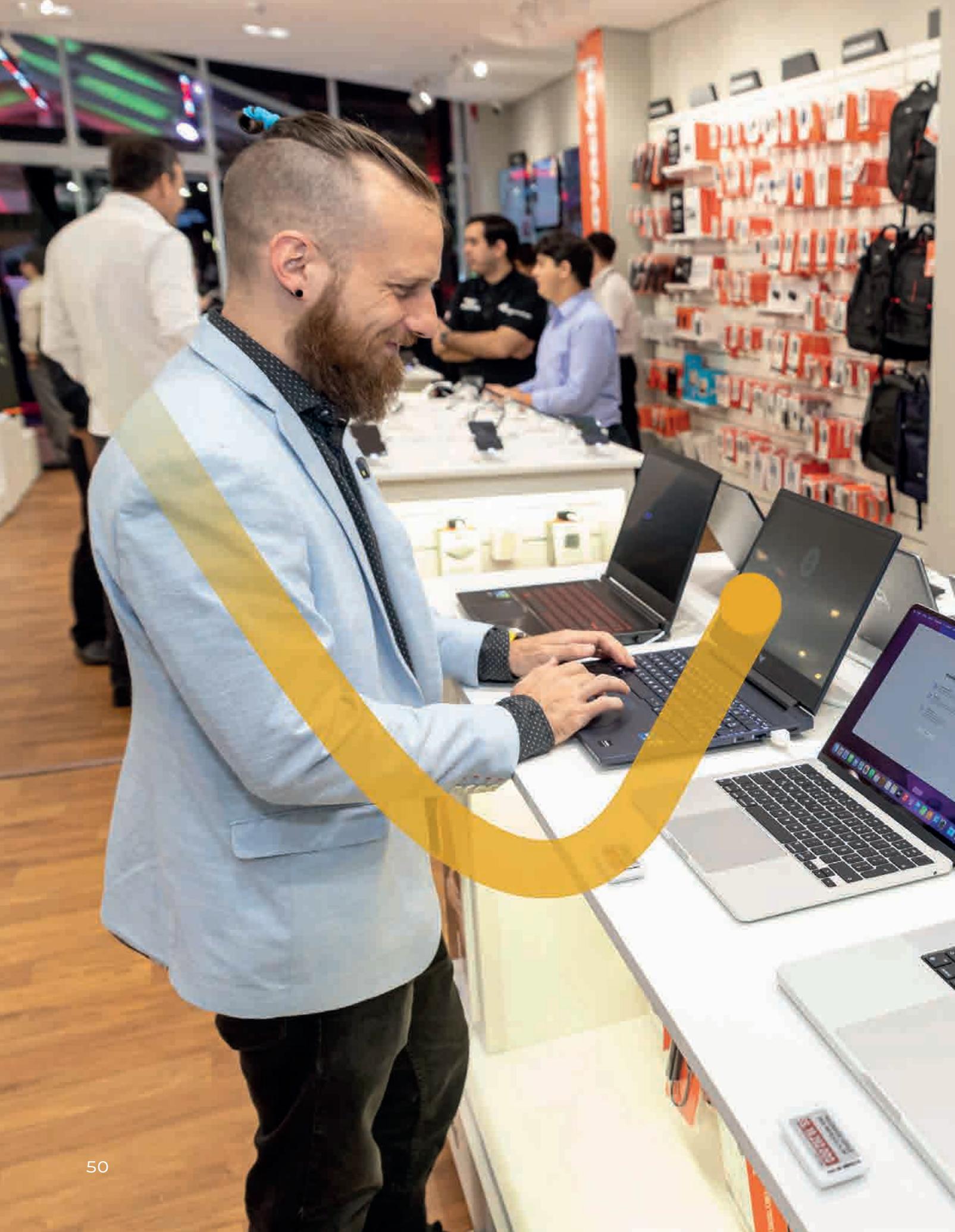
Trinidad

- **Locación:** Puerto España
- Courts, Courts Optical, Courts Reay Cash, RadioShack, Ashley, Servitech y Starbucks.
- **Tamaño:** 3,435 m² (retail) 4,235 m² (total)



NUEVAS Oficinas

Apertura de nuevas oficinas en Costa Rica, en el Centro Corporativo El Cafetal.



Nuestros **CLIENTES**

+3.40

Millones
de Clientes



+33,885

Microempresarios
Beneficiados



+1.09

Millones de
Clientes de Crédito



+1.76

Millones de Cuentas
de Crédito Activas

+19.87

Millones de Interacciones
Promedios al Mes
(Facebook)



+8.20

Millones de Seguidores
en Redes Sociales



+1.07

Mil Millones de
Impresiones
(Google)



+71.8

Millones de Tráfico
de Usuarios
(Google)

Servicio AL CLIENTE



Nuestro servicio está centrado en el cliente, respaldado por una estrategia omnicanal. Para garantizar una experiencia de calidad en cada etapa —desde la visita hasta la venta y el servicio postventa—nuestros colaboradores reciben capacitación continua en comunicación, beneficios diferenciados, abordajes efectivos, resolución de conflictos y conocimientos técnicos específicos de cada línea de producto.

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 |
|----------------------------|--------|
| Artefacta | 91.98% |
| Baratodo | 89.05% |
| Ópticas Artefacta | 85.71% |
| Gollo Ópticas | 75.44% |
| Almacenes Tropigas | 72.26% |
| Tropimotors | 71.64% |
| Ópticas La Curacao | 71.48% |
| Gollo | 64.00% |
| Servitotal | 61.57% |
| RadioShack ULA | 58.39% |
| Courts Optical | 57.00% |
| La Curacao | 50.42% |
| Courts Ready Cash | 50.00% |
| AMC Unicon | 46.00% |
| OMNI | 45.00% |
| Tropigas (Belice) | 45.00% |
| Lucky Dollar | 45.00% |
| Ashley Furniture Homestore | 43.00% |
| Optica Unicon | 40.00% |
| RadioShack CAR | 35.00% |
| Courts | 33.00% |
| Servitech | -5.00% |
| www.shopcourts.com | -8.00% |





Nuestra **GENTE**

COLABORADORES

(GRI 2-7, 405-1)



Nuestra gente
es nuestra
MAYOR FORTALEZA.

Somos una empresa multicultural que impulsa el respeto por el talento y fomenta el crecimiento tanto individual como colectivo.

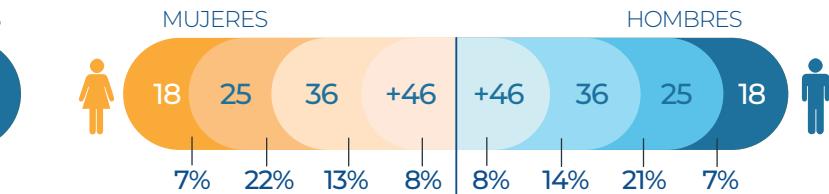
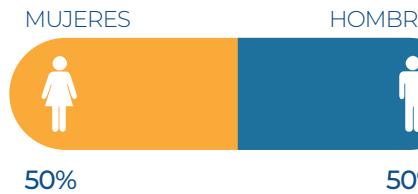
Nos une un mismo propósito, y nuestra cultura empresarial basada en ética y valores, garantiza un ambiente laboral acogedor donde cada colaborador es valorado y respetado.

2024 - 2025

13,131 COLABORADORES

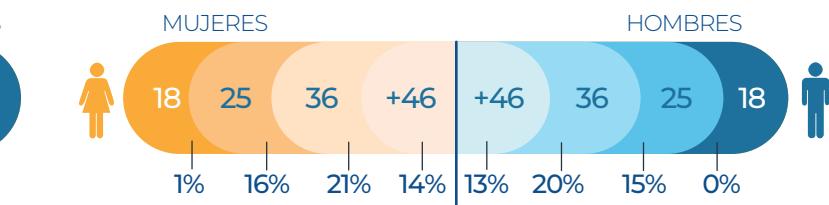
COLABORADORES

CANTIDAD



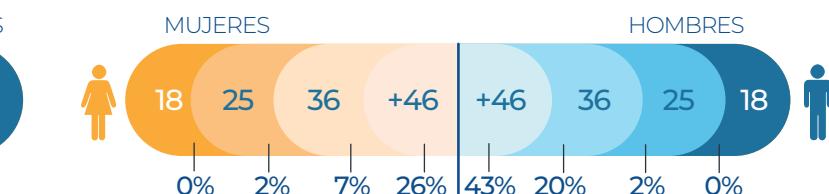
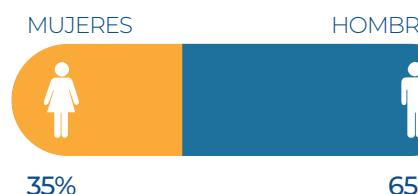
JEFES Y GERENTES

CANTIDAD



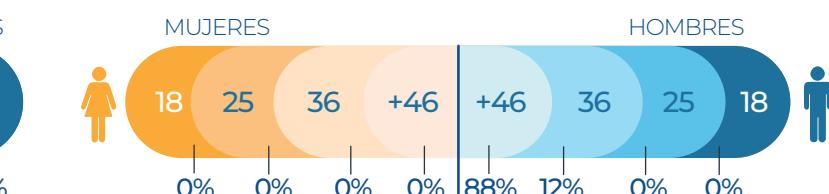
GERENTES EJECUTIVOS

CANTIDAD



COMITÉ EJECUTIVO

CANTIDAD



Atracción de TALENTO

(GRI 401-1)

Convertirnos en una empresa atractiva nos impulsa a innovar constantemente en nuestra forma de trabajar. Esto refuerza nuestra misión y visión como Grupo, permitiendo que nuevas generaciones y perspectivas contribuyan al crecimiento de la empresa.

Recibimos más de **+86,000 aplicaciones de empleo de personas entre 25 y 35 años**, lo que demuestra que somos una opción atractiva para el talento joven. Su incorporación no sólo enriquece nuestro equipo, sino que también impulsa la innovación y la evolución en nuestra manera de hacer las cosas.



Management **TRAINEE PROGRAM**

El programa Management Trainee ha sido un éxito en el desarrollo de jóvenes talentos en la región de Latinoamérica de Grupo Unicomer.

Durante 18 meses, 6 participantes, uno por país (Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y Ecuador) han realizado rotaciones estratégicas en las áreas clave del negocio como Comercial, Negocios Financieros, Mercancías & Mercadeo, adquiriendo una visión integral de nuestra operación y empresa.

Este enfoque les ha permitido fortalecer sus habilidades de liderazgo, adaptabilidad e innovación, contribuyendo al crecimiento sostenible de nuestro Grupo y a la formación de la próxima generación de líderes. Con esta iniciativa, reafirmamos nuestro compromiso con el desarrollo del talento y la construcción de un futuro más sólido para la organización y la región.

Nuevos **INGRESOS**

La incorporación de nuevo talento es una oportunidad para fortalecer la multiculturalidad en nuestros equipos de trabajo. Como parte de nuestra estrategia, buscamos atraer a los mejores candidatos para que formen parte de la **Familia Unicomer**, impulsando así el intercambio de conocimientos y enriqueciendo nuestras operaciones.

Cantidad de nuevos ingresos:

3,462 COLABORADORES

MUJERES



44%

HOMBRES



56%



Procesos DE INDUCCIÓN

Dar la bienvenida a nuestro nuevo talento y hacerlos sentir parte de la familia desde el primer día es la base de nuestros procesos de inducción. Nos enfocamos en que su integración sea óptima, permitiéndoles desempeñar sus funciones de manera eficiente, con una visión global del Grupo y una comprensión integral de nuestra cadena de valor.

Iniciamos el proceso desde que el nuevo colaborador acepta la oferta con la solicitud de documentación para ingreso y de "onboarding." Una vez dentro, implementamos el Programa de Inducción General que incluye todos los procesos de Capital Humano y el "core business", para conocer de primera mano el negocio y las diferentes áreas. Adicional, en la Universidad Unicomer se realiza la asignación de "Bundle" de inducción con diferentes cursos obligatorios como Cultura Unicomer, Inducción Institucional, Ética, Desempeño, entre otros.

Adicional, tenemos a disposición, nuestra página de **Talento GU**:

<https://talentogrupounicomer.com/inicio>

donde se profundizan a detalle temas de entrenamiento.

Cantidad de colaboradores que completaron el proceso de inducción

3,688 COLABORADORES

MUJERES



47%

HOMBRES



53%

Promoción LABORAL

Impulsamos el **crecimiento continuo** de nuestro talento, priorizando a nuestros colaboradores en la apertura de nuevas plazas para que puedan seguir desarrollando su carrera profesional dentro de la empresa.

Para procesos de promoción interna se ha realizado primero la aplicación interna a la vacante en cuestión, se verifican requisitos de aplicación, viabilidad desde compensaciones, última nota de desempeño y tiempo en la posición actual, y se corre el proceso de selección en iguales condiciones que con candidatos externos, si el candidato interno es seleccionado se le realiza una oferta de promoción/traslado y se planifica el movimiento.



Oportunidades UNICOMER

Como parte de nuestro compromiso con el desarrollo del talento y la movilidad interna, hemos implementado con éxito nuestro portal de carrera, **Oportunidades Unicomer**. Esta plataforma centraliza en un solo lugar todas las vacantes disponibles en los países donde operamos, permitiendo que tanto candidatos internos como externos accedan a nuevas oportunidades de crecimiento profesional dentro de Grupo Unicomer. Gracias a esta iniciativa, hemos fortalecido la transparencia en nuestros procesos de selección, facilitando el acceso equitativo a las posiciones y promoviendo el desarrollo de carrera dentro de la organización.

Cantidad de colaboradores PROMOVIDOS:

739 COLABORADORES

MUJERES



56%

HOMBRES



44%

Programa de Aprendizaje, DESARROLLO Y ENTRENAMIENTO

(GRI 404-2)

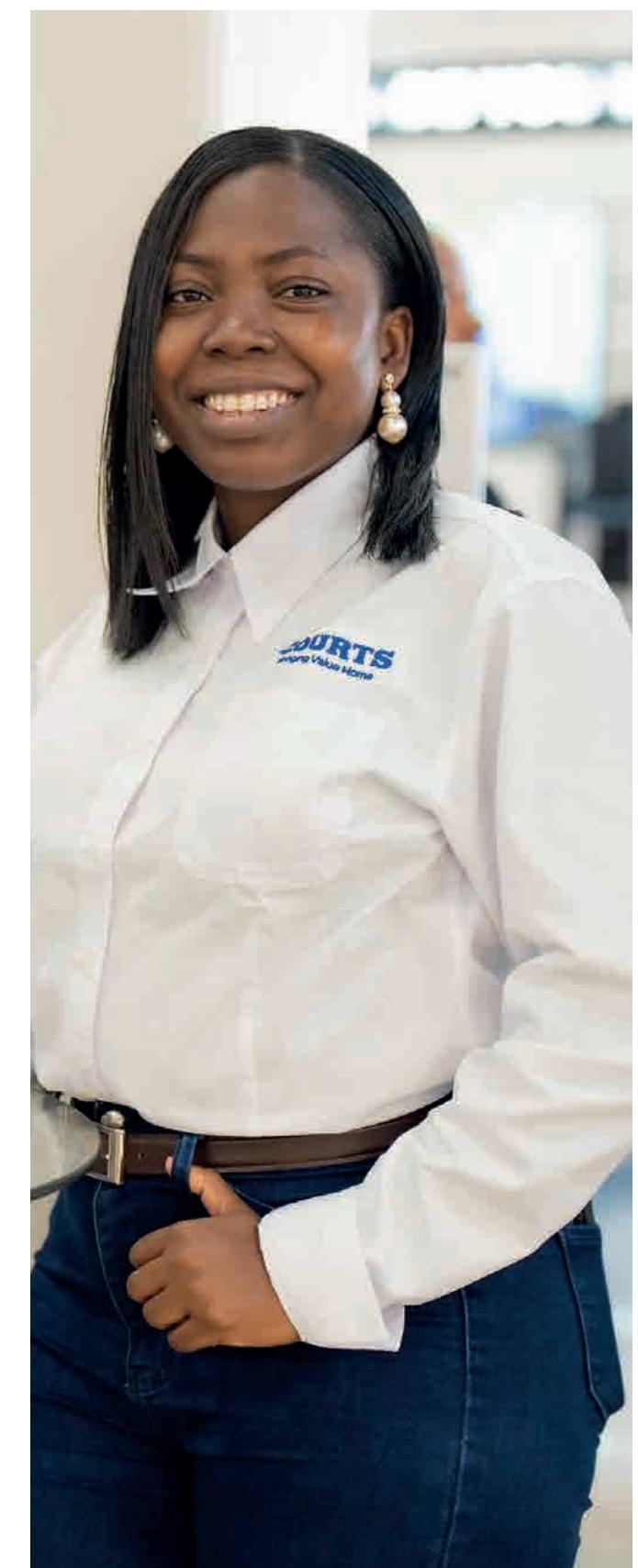
Nuestra estrategia de desarrollo se enfoca en fortalecer las capacidades clave de la organización, priorizando la formación de los equipos de ventas y la creación de diversas líneas de entrenamiento para todas las áreas de la organización. Además, impulsamos el desarrollo de habilidades tecnológicas esenciales para la compañía.

También ponemos énfasis en el crecimiento del liderazgo, asegurando que nuestros

colaboradores adquieran las competencias necesarias para enfrentar los retos del negocio. A través de ecosistemas de aprendizaje dinámicos, ofrecemos acceso a una variedad de recursos y medios de formación, conectando a nuestro talento con oportunidades de crecimiento continuo.

Estamos en constante mejora de oferta académica para nuestros colaboradores, reforzando conocimiento que permitan impulsar su rol y el alcance de sus objetivos. Durante este año, hemos logrado:

- Lanzamiento el Sitio de Talento Caribe, donde los colaboradores podrán encontrar nuevas aventuras de aprendizaje:
<https://unicomertalent.com/>
- Lanzamiento de la Academia de Finanzas y Contabilidad conformada por: Normativas Internacionales IFRS, Políticas y Procesos, Sistemas y Tecnología, y más de 100 cursos formativos.
- Incorporamos las nuevas herramientas de autoría con IA para mejorar los procesos de creación de cursos o actividades.
- Lanzamiento de nuevos programas de liderazgo para este período, donde logramos impactar a más de 300 colaboradores.
- Certificaciones de ópticas que busca fortalecer el conocimiento técnico visual y el conocimiento de producto.
- Lanzamiento de la Academia de "Consumer Finance", con contenidos de cobros, se programa a futuro contenidos de crédito, finanzas entre otros.
- Se han aperturado nuevos programas de idiomas a través de la plataforma de aprendizaje Leonardo, tanto para la región de Caribe como para la región de ULA (Inglés y Español).



FORMACIÓN PRESENCIAL



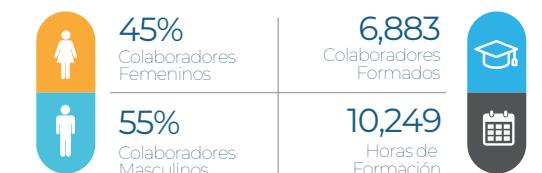
CURSOS DE CYBERSEGURIDAD



FORMACIÓN VIRTUAL



CURSOS DE CÓDIGO DE ÉTICA



COURSCERA



TOTAL FORMACIÓN





Seguridad **Ocupacional**

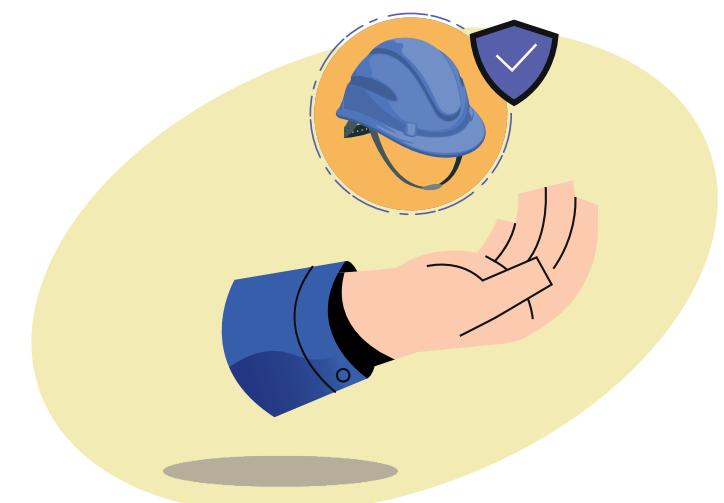
(GRI 403-1, 403-2, 403-7, 403-9)

Creamos **espacios seguros, saludables y accesibles** para todos nuestros grupos de interés.

Nos aseguramos de que nuestros colaboradores, en todas sus posiciones, cumplan con los protocolos de seguridad necesarios para realizar sus actividades diarias. Esto incluye capacitaciones, provisión de equipos de protección y lineamientos claros para salvaguardar su integridad física, así como la de nuestros clientes y proveedores.

Trabajamos continuamente en sensibilizar a nuestro equipo sobre la importancia de la atención al detalle, el comportamiento responsable y el uso adecuado de los equipos. Garantizamos que cada proceso cuente con un **procedimiento de trabajo seguro**, el cual es comprendido y seguido por todos nuestros colaboradores.

Todos nuestros centros de trabajo, incluyendo **oficinas, tiendas y centros de distribución**, están debidamente señalizados con rutas de evacuación y equipados con elementos de protección, como **extintores, escaleras de emergencia y botiquines médicos**, 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 son una prioridad para nosotros. Por ello, hemos diseñado diversos programas que buscan apoyar y promover un estilo de vida saludable, asegurando que tanto ellos como sus seres queridos tengan acceso a recursos y beneficios que contribuyan a su equilibrio físico, emocional y social.



Programa de ALIMENTACIÓN SALUDABLE

Contribuimos a que nuestros colaboradores y sus familias cuenten con las herramientas para desarrollar un estilo de vida saludable y de bienestar, es por eso que desarrollamos talleres, charlas y consultas enfocadas en nutrición, en cómo enfocar un estilo de alimentación sana por medio de nuestra clínica empresarial.



Charlas Educativas en Temas DE CUIDADOS DE LA SALUD

Realizamos charlas y talleres de salud preventiva enfocándonos en la prevención y manejo de enfermedades como Dengue, Diabetes Mellitus, hipertensión Arterial, VIH SIDA, Hepatitis B, cáncer de próstata, entre otros. Además, promovemos la salud mental como una de las bases del bienestar integral tocando temas como la ansiedad, la depresión y el manejo del estrés.



Clínica EMPRESARIAL

En nuestras operaciones en Latinoamérica, contamos con **clínicas empresariales** que ofrecen servicios médicos a nuestros colaboradores. A través de estas clínicas, pueden agendar y realizar sus consultas con profesionales de la salud, recibiendo atención personalizada y un seguimiento continuo para asegurar su bienestar.



Jornadas DE VACUNACIÓN

Ponemos a disposición de nuestros colaboradores y sus familias vacunaciones contra Neumococo, Influenza, Hepatitis B, entre otros, asegurando la prevención de las enfermedades y evitando complicaciones a futuro.

Cantidad de consultas médicas

15,191

56%
Mujeres beneficiadas

44%
Hombres beneficiados

131

Charlas Educativas

7,405

Beneficiarios

Actividades Preventivas Realizadas

92

Actividades

6,911

Beneficiarios



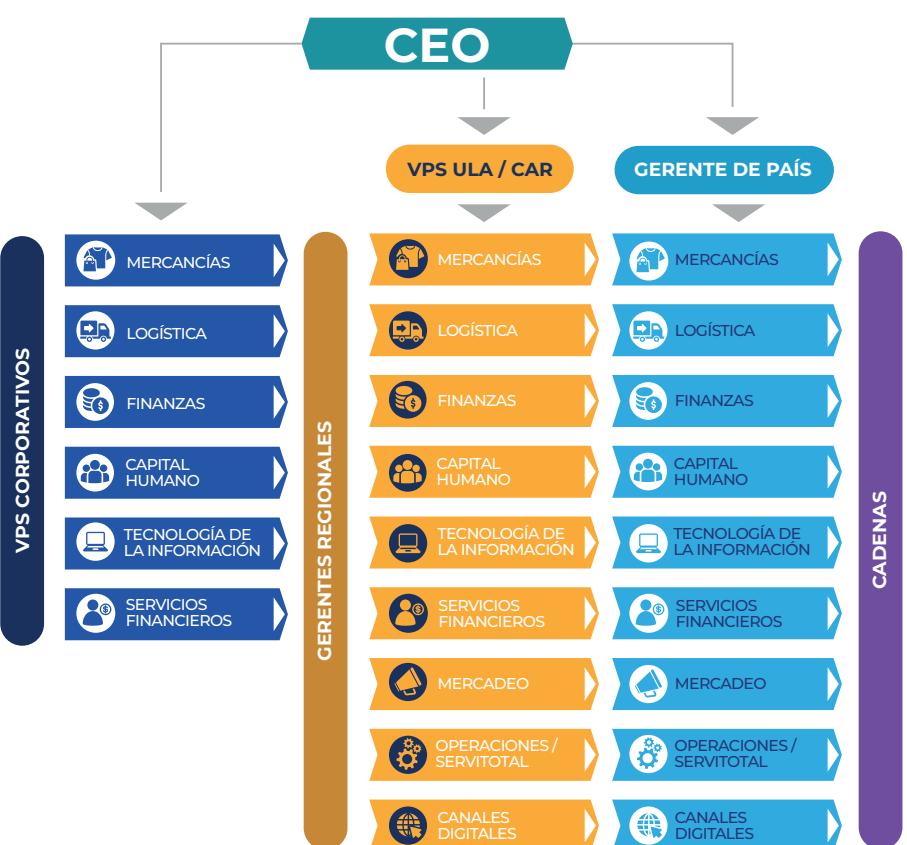
Gobernanza

Gobierno CORPORATIVO

(GRI 2-9, 2-11)



Nuestro Gobierno Corporativo se basa en una estructura matricial robusta que garantiza la alineación de los intereses de la compañía con los de sus grupos de interés. Los lineamientos y políticas son definidos desde nuestras oficinas corporativas y luego se trasladan a una estructura regional, quien se encarga de asegurar que la implementación en los países mantenga nuestra filosofía y que los objetivos se transmitan a todos los niveles de la organización.



Beneficios

- Consolida “expertise”
- Mejor comunicación y colaboración
- Desarrollo de talento y movilidad
- Flexibilidad y adaptabilidad
- Alineación regional y global
- Asignación eficiente de recursos

Comité EJECUTIVO



| **Mario Simán**



| **Guillermo Simán**



| **Rodolfo Simán**



| **Peter Klingeman**



| **Fernando Marín**



| **Manuel Pereira**



| **René Colorado**



| **Alfredo Frech**



| **Errol LeBlanc**



| **Félix Simán**

*COB = Country of Birth / País de Nacimiento

Vicepresidente
Caribe
COB*: Antigua

Vicepresidente y
Managing Director
de Caribe
COB*: Estados Unidos

Junta DIRECTIVA

Nuestra Junta Directiva se reúne trimestralmente con sus comités para fortalecer el gobierno corporativo, garantizando la continuidad del negocio y consolidando la cultura de la compañía. Todo ello con el compromiso de mejorar continuamente y cumplir la promesa de valor a nuestros grupos de interés, internos y externos.



JUNTA DIRECTIVA

Mario Simán
Presidente
desde 2000

Presidente,
Grupo Unicomer

Guillermo Simán
Vicepresidente y Secretario
desde 2000

Vicepresidente Logística
y Bienes Raíces,
Grupo Unicomer

Rodolfo Simán
Vicepresidente y 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

Vicepresidente,
Intradeco división Merlet

Juan David
Director
desde 2021

Director Comercial, HL

Annette Rodríguez
Director Independiente
desde 2024

Managing Partner, Roseus Partners

COMITÉ DE CAPITAL HUMANO

Hugo Lara García
Presidente
desde 2015

Managing Partner LATAM,
The Morphing Group

Guillermo Simán
Vicepresidente y secretario
desde 2000

Vicepresidente Logística
y Bienes Raíces,
Grupo Unicomer

Charles Johnson
Director
desde 2021

Director Franquicias, Liverpool

Annette Rodríguez
Presidente
desde 2024

Managing Partner, Roseus Partners

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

Gestión y Evaluación DE DESEMPEÑO

(GRI 404-3)

Gestión del Desempeño es un proceso anual que establece cómo dirigimos 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.

Su propósito:



Traducción de Estrategia

Trasladar la estrategia de la compañía a objetivos de equipos e individuales asegurando el logro de los resultados de negocio.

Herramienta de Gestión de Personas

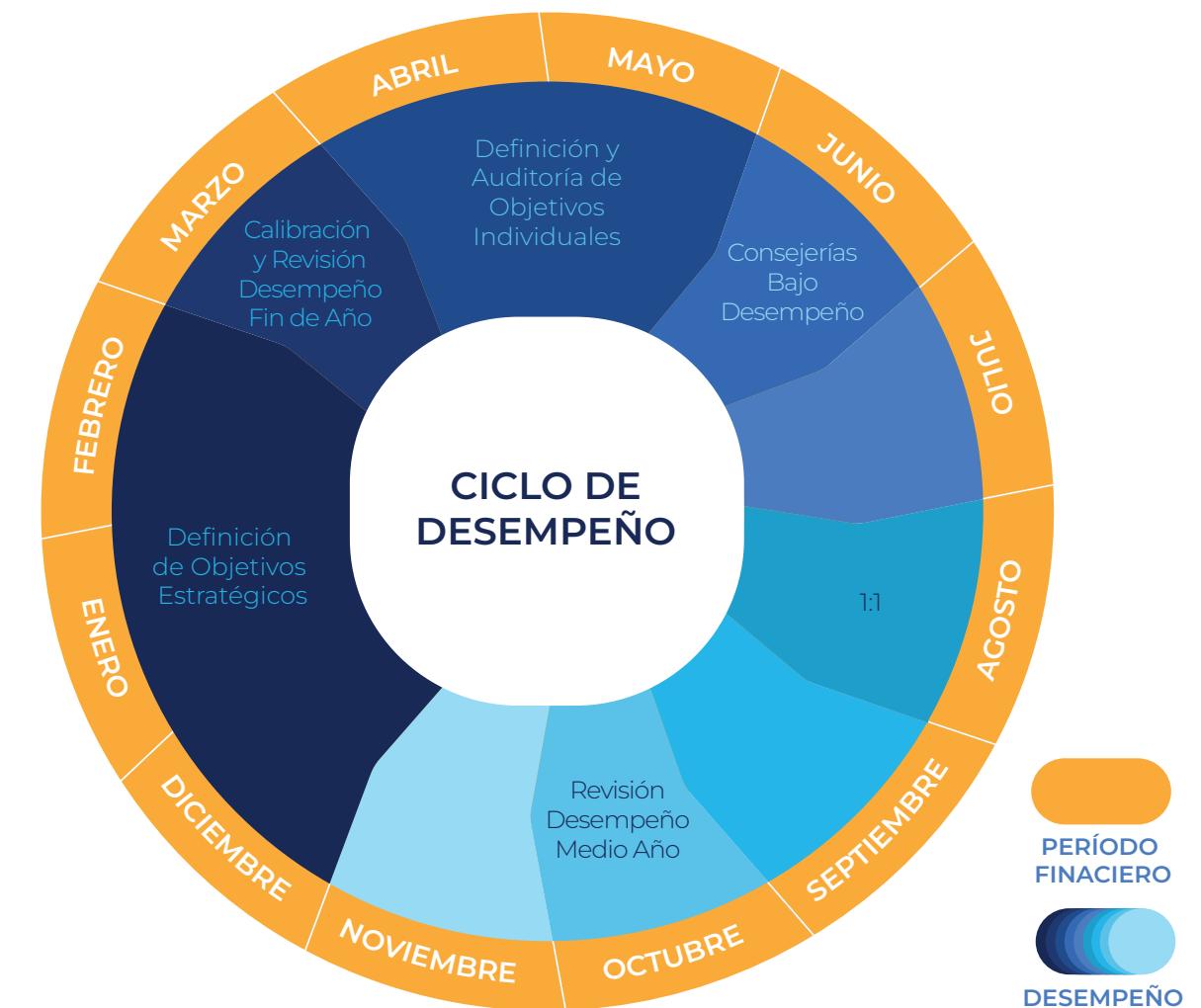
Establece cómo dirigimos el rendimiento de los equipos y provee herramientas de gestión y desarrollo.

Impulsor de Cultura

Conformar una cultura de alto desempeño, motivación y compromiso.

Ciclo de Gestión DEL DESEMPEÑO

Para apoyar el desarrollo de nuestros colaboradores, contamos con un proceso definido de retroalimentación continua y oportuna a lo largo del año, que les permite comprender los objetivos del negocio y cómo contribuir a su cumplimiento desde su rol, mediante metas personales de desempeño.



ÉTICA



Nuestros **VALORES**



Somos congruentes con nuestras acciones y actuamos siempre bajo el marco de la ética, cuidando nuestra reputación.



Respetamos y protegemos los intereses generales de la compañía, defendiendo nuestros valores en todo momento.



Lideramos mediante el ejemplo a nuestros equipos de trabajo, fomentando la autogestión, comunicación clara y compromiso con los resultados.



Somos conscientes del impacto de nuestras acciones y resultados. Fomentamos el crecimiento y desarrollo de nuestras comunidades.



Practicamos una comunicación constante y oportuna, colaboramos y logramos nuestras metas en equipo.



Estamos comprometidos a entregar una experiencia excepcional a nuestros clientes.

Ética e INTEGRIDAD

(GRI 102-16, 2-15)

Fomentamos una cultura ética respaldada por una estructura de gobernanza sólida, la estandarización de procesos y la resolución efectiva de casos. A través de entrenamientos y comunicaciones estratégicas, aseguramos que nuestros valores se reflejen en cada acción. Como parte de nuestra Cultura Ética y de

Integridad, basada en nuestros Valores, impulsamos que nuestros grupos de interés conozcan nuestras políticas éticas, y fortalecemos la formación continua de nuestros colaboradores para asegurar una conducta alineada con nuestros principios en el día a día.



Programa Integral **DE ÉTICA**

(GRI 205-2)

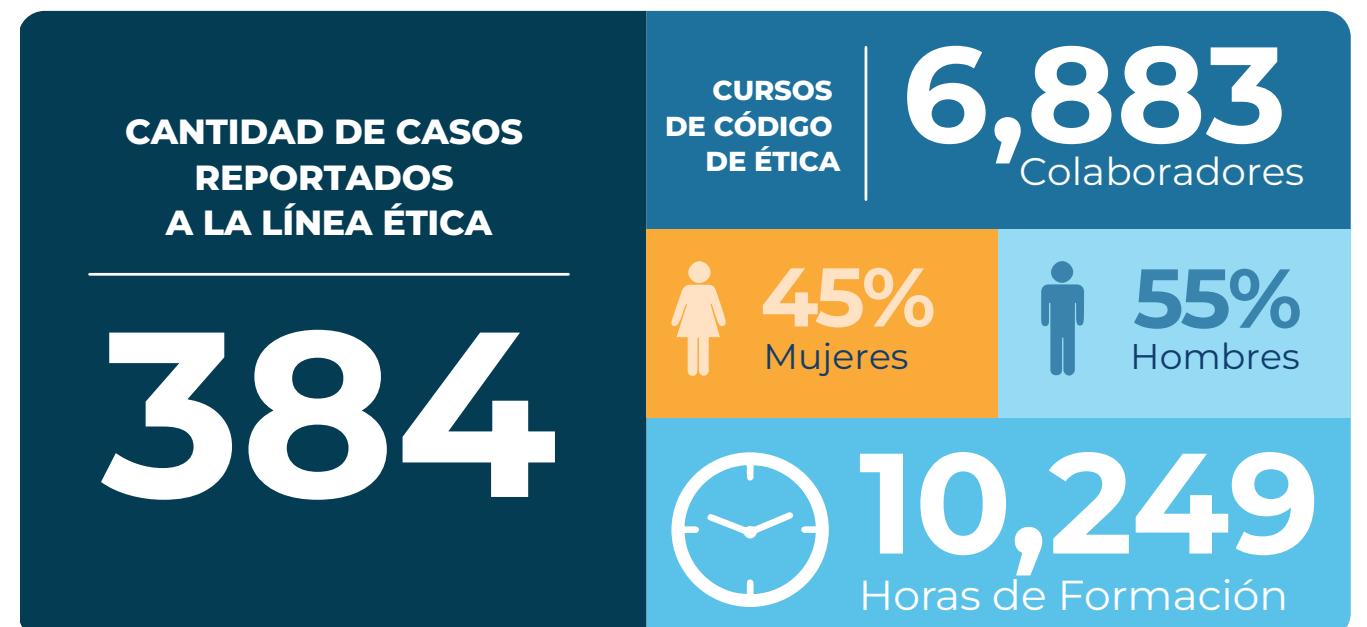
Para que todos nuestros colaboradores tengan las herramientas y el conocimiento de los lineamientos de ética y transparencia, contamos con un **PROGRAMA INTEGRAL DE CULTURA ÉTICA**, el cual tiene como objetivos:

- 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.

- Respaldar 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
- Línea ética
- Política de ética
- Declaración de Conflicto de Interés
- Cursos de la Universidad Unicomer sobre ética



Programa Integral **CULTURA ÉTICA**

(GRI 102-17)



CÓDIGO DE ÉTICA

¿Cuál es el objetivo de nuestro Código de Ética?

- Proporcionar a los colaboradores una visión general de la ética y su aplicación diaria.
- Establecer con mayor claridad los estándares y comportamientos esperados de nuestros colaboradores, proveedores y accionistas.
- Asegurar el cumplimiento de las regulaciones vigentes en cada país adonde operamos.
- Asegurar que el comportamiento individual se ajuste a la visión, principios y valores de la Familia Unicomer.
- Proveer a cada colaborador la tranquilidad de poder realizar su trabajo en un ambiente positivo.
- Trabajar para defender la buena reputación de la compañía.

CANALES DE COMUNICACIÓN

Nuestros canales para reportar cualquier desviación a la ética y nuestros valores

- Completando el formulario en la Página Web: <https://www.etica-unicomer.com>
- Vía WhatsApp: [+51 989 043 514](tel:+51989043514)
- Vía Email: reportes@etica-unicomer.com

CONFLICTO DE INTERESES

¿Qué es un conflicto de interés?

Un conflicto de interés real o aparente existe cuando hay intereses personales, familiares o de terceros relacionados, que dificultan nuestras decisiones o actuación eficiente y objetiva.

¿Por qué es importante?

- Demuestra nuestra integridad y transparencia como colaboradores.
- Es un documento obligatorio y auditável en nuestra organización.
- Es información útil para gestionar los casos de ética presentes y futuros.





CIBERSEGURIDAD

La ciberseguridad y el control del riesgo son fundamentales 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 de **“Zero-Trust” (confianza cero)** y **“Defense in Depth” (controles por capas)**, esto nos permite controlar los riesgos a los que nuestra industria está expuesta, así como también asegurar la continuidad de las operaciones del negocio y garantizar 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, el cuál es respaldado con una fuerte inversión.

Durante el último año, se han realizado esfuerzos para incrementar el nivel de madurez de la gestión, siendo evaluados por una firma de las “Big-4”, adicional, nos hemos apoyado en el uso de mejores prácticas y estándares Internacionales para la creación de controles administrativos (políticas) y controles técnicos (tecnologías e iniciativas).

Esto nos permite manejar un lenguaje de control común de la industria donde operamos, ser comparados con el “benchmark” del sector, así como también, incrementar la tranquilidad a nuestros inversores, accionistas y clientes.



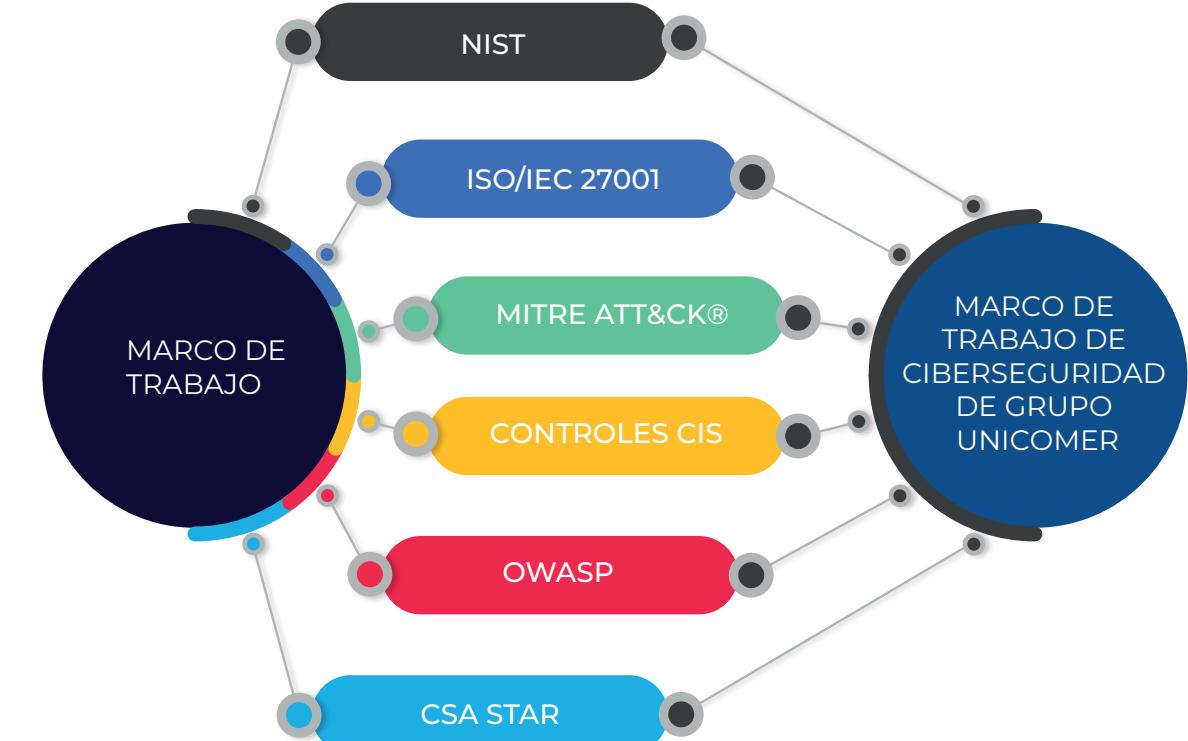
Controles de CIBERSEGURIDAD



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 CIBERSEGURIDAD

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 CIBERSEGURIDAD

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 la privacidad de los datos personales es fundamental para nuestra operación. Estamos comprometidos con garantizar el derecho a la protección de la información personal. Además, el surgimiento de nuevas regulaciones en materia de privacidad en los países donde operamos exige el cumplimiento riguroso de requisitos internos y externos, asegurando así la protección de los datos personales de nuestros clientes, colaboradores y proveedores.

20 Países
17 países regulados

Política de protección de DATOS PERSONALES

| | |
|--|---|
| 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 colaboradores 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 |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> Objetivos <ul style="list-style-type: none"> Construir una cultura de ciberseguridad Definir un modelo continuo de entrenamiento y concientización Reducir las brechas de conocimiento Audiencia <ul style="list-style-type: none"> Alta Gerencia Personal de IT Usuarios Finales Niveles <ul style="list-style-type: none"> Concientización Entrenamiento Especialización | <ul style="list-style-type: none"> • Phishing • Ciberseguridad • Seguridad Móvil • Malware, Incidentes • Uso de Internet • Desarrollo Seguro • Inteligencia Artificial |

PLAN DE ENTRENAMIENTO Y CONCIENTIZACIÓN

20 Países

80 Boletines enviados

15 Talleres de capacitaciones e inducciones

Centro de Operaciones de SEGURIDAD Y RESPUESTA A INCIDENTES

Grupo Unicomer cuenta con un equipo que trabaja 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.



Social



Estrategias SOCIALES EXTERNAS

(GRI 413-1)

Período: 1-abril-2024 al 31-marzo 2025



Estamos comprometidos en fortalecer nuestras comunidades, promoviendo su bienestar y desarrollo integral. A través de nuestro programa "Corazones Más Grandes", hemos brindado apoyo mediante la entrega de colchonetas, víveres, equipos eléctricos y electrónicos, entre otros. Además, hemos colaborado con escuelas, asilos, cuerpos de bomberos, hospitales, la Cruz Roja, municipalidades, fundaciones sin fines de lucro, parroquias y familias en situación de necesidad. **Este programa se lleva a cabo de los 20 países, en ambas regiones.**

| | |
|---------|----------------------------|
| +15,600 | Beneficiarios |
| 40 | Instituciones Beneficiadas |



Jornadas de DONACIÓN DE SANGRE

Nuestros programas sociales están diseñados para promover el bienestar de todos nuestros grupos de interés, incluyendo a nuestros colaboradores. Por ello, hemos creado el "Club de Donadores de Sangre", con el propósito de brindar apoyo en situaciones de emergencia a nuestros colaboradores, sus familiares directos y las comunidades que lo requieran.

Conscientes de que donar sangre salva vidas, agradecemos a nuestros voluntarios por su compromiso y solidaridad, que nos han permitido ofrecer ayuda a quienes más lo necesitan.

170

Donantes

510

Vidas impactadas



Giving tuesday



En nuestro noveno año participando en "Giving Tuesday", hemos enfocado nuestras acciones en apoyar el Objetivo de Desarrollo Sostenible 4: "Educación de Calidad". Nuestro propósito es contribuir a la formación y desarrollo de nuestras comunidades, mejorando su entorno de aprendizaje y brindando mayores oportunidades de crecimiento.

A través de este programa, colaboramos con diversos grupos de interés, reafirmando nuestro compromiso social y celebrando el éxito de "Black Friday" y "Cyber Monday" en **Guatemala, El Salvador y Honduras**.



| | |
|------|----------------------------|
| +650 | Beneficiarios |
| +90 | Horas de voluntariado |
| +20 | Voluntarios |
| 4 | Instituciones Beneficiadas |

Nuestro programa tiene como objetivo brindar herramientas que permitan a emprendedores, micro y pequeños empresarios desarrollar habilidades de gestión empresarial para fortalecer e impulsar sus negocios.

A través de "Expanding Horizons", ofrecemos capacitaciones, talleres y mentorías individuales en temas como modelos de negocio, cadena



| | |
|---------------------------|----------------|
| Beneficiarios | +170 |
| Beneficiarios Femeninos: | 85% |
| Beneficiarios Masculinos: | 15% |
| Duración del programa | 4 meses |
| Instituciones aliadas | 6 |

Becas EXTERNAS



Creemos que la educación de niños, niñas y jóvenes es clave para el desarrollo de nuestras comunidades. Por ello, apoyamos a los mejores promedios académicos entre los hijos de nuestros clientes y miembros de la comunidad, otorgando becas estudiantiles, universitarias y paquetes escolares.

Estas becas no solo alivian la carga económica de muchas familias, sino que también permiten a los estudiantes enfocarse en su aprendizaje y desarrollo, brindándoles mayores oportunidades de crecimiento profesional en el futuro.

Este programa ha sido implementado en **Jamaica**, reafirmando nuestro compromiso con la educación y el progreso de las nuevas generaciones.

de valor y gestión financiera, entre otros, fomentando el desarrollo de habilidades gerenciales.

Creemos en la importancia de generar oportunidades que contribuyan al bienestar integral de nuestros clientes y comunidades. El programa se realizó en **Belice, Guatemala y Honduras**.



+40 Beneficiarios



Educación VIAL



Implementamos diversas iniciativas de educación, prevención y apoyo para clientes y colaboradores en materia de seguridad vial. Para nosotros, la formación vial es fundamental, por lo que trabajamos activamente en la reducción de accidentes automovilísticos a través de talleres educativos, entrega de equipos de protección, campañas digitales de sensibilización y el envío de consejos de seguridad y buenas prácticas de manejo en 13 países: **Belice, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Ecuador, Antigua, Dominica, Granada, Santa Lucía, San Cristóbal y San Vicente**. Como parte de este esfuerzo, **enviamos Newsletters mensuales a más de 6,100 clientes en Latinoamérica**.

Además, **contamos con una red de más de 310 centros de servicios autorizados**, que brindan mantenimiento y revisiones constantes a las motocicletas que comercializamos. Gracias a esta infraestructura, **hemos generado más de 950 empleos indirectos en Latinoamérica y El Caribe**, reafirmando nuestro compromiso con la seguridad y el desarrollo de nuestras comunidades.



Este programa tiene como objetivo mejorar la salud visual de los estudiantes, brindándoles acceso a exámenes de vista, entrega de aros y productos oftalmológicos. A través de esta iniciativa, promovemos el cuidado ocular y contribuimos al bienestar de nuestras comunidades. El programa se llevó a cabo en **Belice, Guatemala y Guyana**, reafirmando nuestro compromiso con la salud y el desarrollo de las nuevas generaciones.



Programa de SOLIDARIDAD



Nuestro compromiso con las comunidades nos impulsa a brindar apoyo a nuestros grupos de interés a través del "Programa de Solidaridad". Esta iniciativa tiene como propósito asistir en situaciones de emergencia nacional que puedan afectar la salud, calidad de vida o integridad física de las personas.

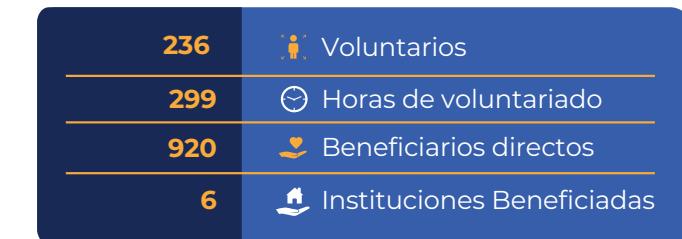
Nos enfocamos en proporcionar ayuda, ya sea en especie o en efectivo, para que nuestros colaboradores, clientes y grupos vulnerables puedan superar momentos de crisis y necesidad, reafirmando así nuestro compromiso con su bienestar y estabilidad.



Voluntarios UNICOMER

Nuestro programa de voluntariado transforma el compromiso social y ambiental en resultados tangibles. Gracias a la dedicación de nuestros voluntarios, hemos contribuido al fortalecimiento de la educación, la protección del medio ambiente y el apoyo a comunidades vulnerables.

Cada acción realizada por nuestros voluntarios refleja nuestro compromiso con la sostenibilidad y el desarrollo humano. Agradecemos profundamente su participación y renovamos nuestro compromiso de seguir generando un impacto positivo en las comunidades donde operamos.



Estrategias SOCIALES INTERNAS

Período: 1-abril-2024 al 31-marzo 2025



El desarrollo educativo de los hijos de nuestros colaboradores es una prioridad para nosotros, ya que creemos que una educación de calidad es clave para su crecimiento personal y profesional, así como para el fortalecimiento de nuestras sociedades.

A través de nuestro "Programa Educando", otorgamos becas escolares y universitarias, paquetes escolares y premios a los estudiantes con mejor rendimiento académico en 16 países: **Belice, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Ecuador, Guyana, Jamaica, Barbados, Antigua, Dominica, Granada, Santa Lucía, San Cristóbal y San Vicente.** Con esta iniciativa, incentivamos a los jóvenes a completar sus estudios de manera exitosa, brindándoles mayores oportunidades para su futuro.



+760 Beneficiarios



I Fondo de COLABORADORES

A través de nuestro "Fondo de Colaboradores", brindamos apoyo a nuestros colaboradores y sus familias directas en momentos de dificultad, ofreciendo asistencia en casos de desastres naturales, emergencias de salud, vivienda y otras situaciones adversas.

Las contribuciones pueden ser económicas o en especie, según las necesidades de cada caso. Nos llena de satisfacción saber que, en tiempos difíciles, nuestros colaboradores cuentan con un respaldo para salir adelante.

175 Beneficiarios

I Bodas COLECTIVAS

Creemos que el bienestar de nuestros colaboradores va más allá del entorno laboral. Por eso, celebramos el sacramento del matrimonio de colaboradores del Grupo. Reconocemos que el sacramento del matrimonio no solo representa un

compromiso de amor, sino también un valor fundamental que fortalece a las familias y, con ello, a nuestra comunidad.



7 Parejas beneficiadas

Como empresa responsable,
LA SENSIBILIZACIÓN A NUESTROS COLABORADORES ES PRIMORDIAL.

1. Educación FINANCIERA:

Llevamos a cabo campañas de comunicación interna centradas en la educación financiera para nuestros colaboradores, con el objetivo de ofrecerles herramientas que les permitan tomar decisiones informadas e inteligentes sobre su dinero. De esta manera, buscamos mejorar su calidad de vida y brindarles mayor tranquilidad en su economía personal.

2. Educación VIAL:

Estamos convencidos de que la sensibilización a través de talleres de educación vial proporcionará a nuestros colaboradores la información esencial para generar conciencia sobre la importancia de aplicar medidas preventivas al conducir. Mediante nuestras campañas de comunicación interna, ofrecemos consejos preventivos para evitar accidentes, y a nuestros colaboradores motorizados les entregamos los equipos de protección personal necesarios para garantizar su seguridad mientras conducen.

3. Comunicación PREVENTIVA:

Trabajamos de manera continua para generar comunicación preventiva en casos de desastres naturales, como tormentas tropicales, huracanes, terremotos, erupciones volcánicas, entre otros. Brindar apoyo a nuestros colaboradores en momentos de emergencia o cuando puedan verse afectados por situaciones externas es fundamental, ya que proporcionarles guías en tiempos de incertidumbre les ayuda a tomar decisiones más informadas y a enfrentar mejor las adversidades.





Ambiental

Estrategia AMBIENTAL

Período: 1-abril-2024 al 31-marzo 2025

Nuestra estrategia ambiental tiene como propósito mitigar los impactos de nuestro modelo de negocio, reduciendo nuestra huella ecológica y adoptando alternativas sostenibles en nuestros procesos internos. Buscamos optimizar la logística y el abastecimiento en nuestra cadena de valor, al tiempo que ofrecemos a nuestros clientes productos que les permitan disminuir su impacto ambiental desde sus hogares.

Para lograrlo, nos enfocamos en dos pilares fundamentales: **la mejora de nuestros procesos internos y la implementación de soluciones sostenibles para nuestros clientes.**



Procesos INTERNAOS

Período: 1-abril-2024 al 31-marzo 2025



Eficiencia ENERGÉTICA

(GRI 302-4, 305-5)

Nos sumamos a la lucha contra el cambio climático optimizando nuestros procesos internos con enfoque en reducción del consumo de energía, con acciones que impactan todo el negocio:

- Generación de eficiencia energética por medio de paneles solares.
- Uso de luminarias LED en nuestras diferentes áreas de operación.
- Promoción de productos Inverter y otras tecnologías de ahorro energético.



Capacidad en MWh

2.82



Ahorro de Energía (USD)

\$159,660.70



Reducción Total de Gases de Efecto Invernadero en Toneladas de CO2

727.60
Toneladas

| País | Número de Sitios con Páneles Solares | Capacidad en MWh | Ahorro de Energía (USD) |
|--------------|--------------------------------------|------------------|-------------------------|
| Costa Rica | 2 | 0.39 | \$ 13,090.00 |
| Honduras | 1 | 0.28 | \$46,257.97 |
| Jamaica | 13 | 1.55 | \$ 695.25 |
| Santa Lucía | 2 | 0.07 | \$ 25,998.37 |
| Barbados | 3 | 0.37 | \$ 70,330.37 |
| Aruba | 1 | 0.17 | \$ 3,288.74 |
| Total | 22 | 2.82 | \$ 159,660.70 |



I Alianzas por **ENERGÍA LIMPIA**

En **Trinidad y Tobago**, seguimos ampliando nuestro portafolio de soluciones sostenibles para los hogares y negocios de nuestros clientes. A través de nuestra alianza con "Unipet Independent Petroleum Marketing Co Ltd" (Unipet), facilitamos el acceso a paneles solares, cargadores para vehículos eléctricos y calentadores solares de agua, con opciones de financiamiento que permiten a más personas adoptar productos más ecológicos.

Con esta iniciativa, reafirmamos nuestro compromiso con la innovación y el desarrollo sostenible, brindando alternativas energéticas que no solo reducen costos, sino que también minimizan el impacto ambiental. En todas nuestras tiendas Courts en el país, ofrecemos un proceso simple y accesible para que nuestros clientes evalúen sus necesidades, reciban asesoría especializada y accedan a financiamiento para instalar estas soluciones en sus hogares o negocios.

NOTICIA:

https://newsday.co.tt/2025/02/06/unicomer-unipet-partner-on-clean-energy-projects-for-homes/?fbclid=IwY2xjawISIYhleHRuA2FlbQlxMQABHTz3Q3lpv0zwOqm1Wwrv3-C3dDppKgL3gabjF9sKibT8w0BNUo85uecX5g_aem_W7mVT9b1W9DNQCA8ss16Mg&sfnsn=scwspwa



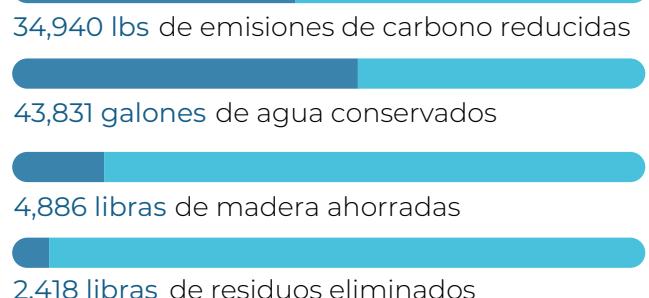
DOCUSIGN



Con el objetivo de optimizar nuestros procesos internos de documentación y reducir el uso de papel en los documentos legales, hemos implementado la herramienta "DocuSign". Esta plataforma permite el envío y la firma electrónica de documentos de manera cómoda, segura y accesible desde cualquier computadora o dispositivo móvil.

Gracias a la implementación de esta herramienta durante este año, hemos logrado una significativa reducción en la emisión de carbono, conservación de litros de agua, preservación de madera y eliminación de residuos, con los siguientes resultados:

2024 - 2025



ESTO QUIVALE A

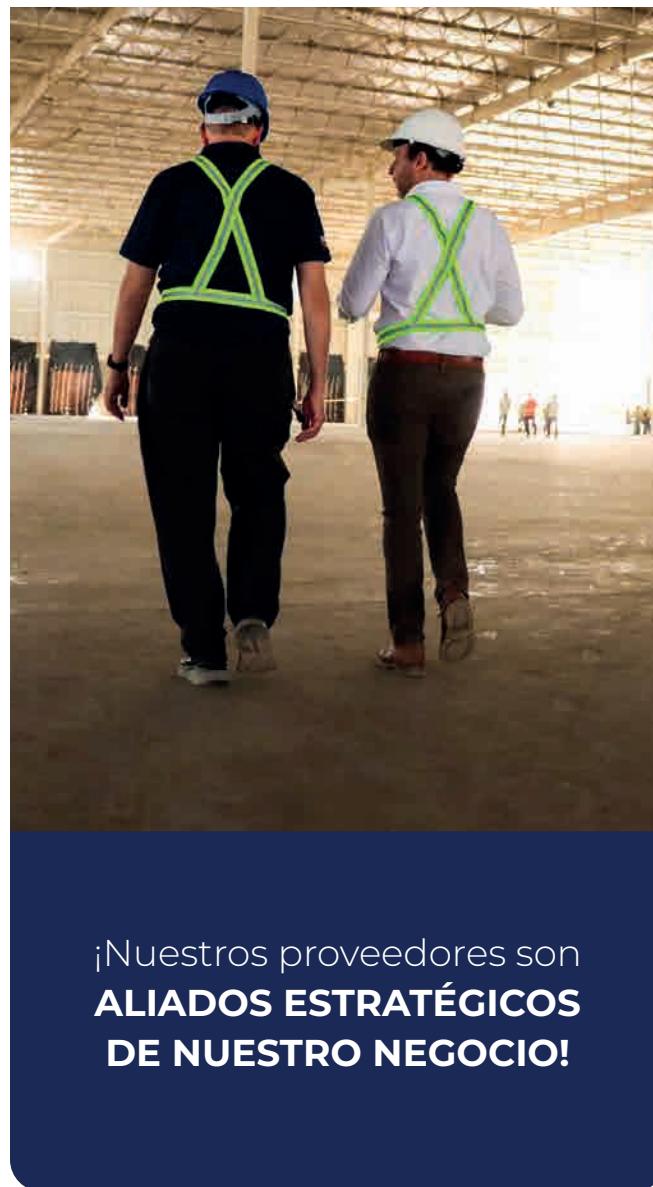


ABASTECIMIENTO

Mantener relaciones respetuosas y aplicar la debida diligencia con nuestros proveedores nos permite cumplir con los requisitos legales establecidos en cada país donde operamos. A través de nuestra política 'Conozca a su Proveedor', les comunicamos de forma transparente cómo deben alinearse con nuestros objetivos estratégicos, que incluyen:

- **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 brindan la certeza de que la información proporcionada por nuestros proveedores es revisada, verificada y validada antes de avanzar con cualquier tipo de compra. Adicionalmente, contamos con políticas de compras sostenibles que promueven la selección de proveedores certificados y comprometidos con el uso de materias primas responsables 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.

Fortaleciendo nuestro compromiso con la excelencia y el medio ambiente, nuestro nuevo centro de distribución en El Salvador estará ubicado en el parque logístico Nneo Nejapa, un complejo diseñado bajo prácticas sostenibles y con certificación EDGE, que promueve construcciones responsables con el entorno y la comunidad.

En línea con nuestra estrategia de crecimiento y eficiencia operativa, iniciamos la construcción de dos nuevos Centros de Distribución, uno en Costa Rica de 30,000 m² y el otro en Honduras de 13,500 m² de infraestructura logística.

Esta expansión incrementará nuestra capacidad de suministro y mejorará la velocidad de entrega hacia nuestras tiendas y clientes. Con estos nuevos centros logísticos, reforzamos nuestro compromiso con un servicio de alta excelencia, productividad y rentabilidad, garantizando al

mismo tiempo condiciones de seguridad y bienestar para nuestros colaboradores.

Continuamos la 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 ØImagen 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.) ØSostenibilidad 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 desarrollamos varias estrategias coordinadas para los 6 países de la región de Latinoamérica en los cuales tenemos presencia.

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

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.

El equipo de "Supply Chain" promueve 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, lograda a través de nuestro programa regional de reciclaje, ha reducido significativamente la cantidad de desechos enviados a los vertederos y, con ello, la generación de gases de efecto invernadero, ayudando a mitigar el impacto negativo del cambio climático.

Soluciones para NUESTROS CLIENTES

(GRI 417-1)

Promoción de **PRODUCTOS INVERTER Y AHORRADORES DE ENERGÍA**

Aumentar nuestro portafolio de productos Inverter es uno de los objetivos de nuestra estrategia de Desarrollo Sostenible. Buscamos ofrecer a nuestros clientes productos que aumenten el ahorro en energía y agua, reduciendo su impacto ambiental y contribuyendo a la reducción de su gasto económico.

Incluir productos con tecnología eco amigable en nuestro portafolio de productos no es solamente una respuesta a la creciente demanda de los clientes por soluciones más eficientes y sostenibles, sino que también fortalece nuestro posicionamiento en el mercado. Además, al promover equipos con menor impacto ambiental, reforzamos nuestro compromiso con la sostenibilidad y cumplimos con regulaciones energéticas cada vez más estrictas, diferenciándonos de la competencia y generando una ventaja competitiva clave.



Aros y Gafas **FABRICADOS DE MATERIALES SOSTENIBLES**



MITA, "Sustainable Eyewear", es una marca pionera en el uso de materiales sostenibles para la fabricación de gafas de sol y ópticas. Sus diseños, inspirados en la elegancia italiana, combinan calidad y la responsabilidad ambiental. La colección incluye una amplia variedad de estilos para hombres y mujeres, tanto en lentes ópticos como de sol.

Además, cada producto de MITA, desde las monturas hasta el empaque, está elaborado con materiales 100% sostenibles, como botellas de agua recicladas (RPET), aluminio reciclado conocido como "metal verde" y lentes con tecnología de bloqueo de luz azul, diseñada para brindar mayor protección ocular.



PRO-PARQUES

En Gollo, abrimos las puertas de todos nuestros puntos de venta en Costa Rica para recibir tapitas plásticas, invitando a nuestros clientes a sumarse a esta noble causa. Desde el año 2021 colaboramos con PRO-PARQUES, una iniciativa que transforma la recolección de tapitas en accesibilidad: con ellas construimos pasarelas que permiten a personas con discapacidad disfrutar de playas, parques nacionales y áreas de conservación en todo el país.

Durante este año financiero, trabajamos en el proyecto del Parque Nacional La Amistad, ubicado entre Costa Rica y Panamá, logrando recolectar un total de **206 kilos de tapitas plásticas**. Este esfuerzo se verá reflejado en una nueva pasarela, cuya inauguración está prevista para el año 2025.

¡Gracias por ser parte
DEL CAMBIO JUNTO A NOSOTROS!

12
PRODUCCIÓN
RESPONSABLES
∞

Diseño y Desarrollo **SOSTENIBLE DE PRODUCTOS**

Como parte de nuestra estrategia de sostenibilidad, buscamos que cada proceso dentro de nuestra cadena de valor contribuya al bienestar de las personas, la protección del planeta y el desarrollo económico, garantizando un equilibrio entre estos tres pilares fundamentales.

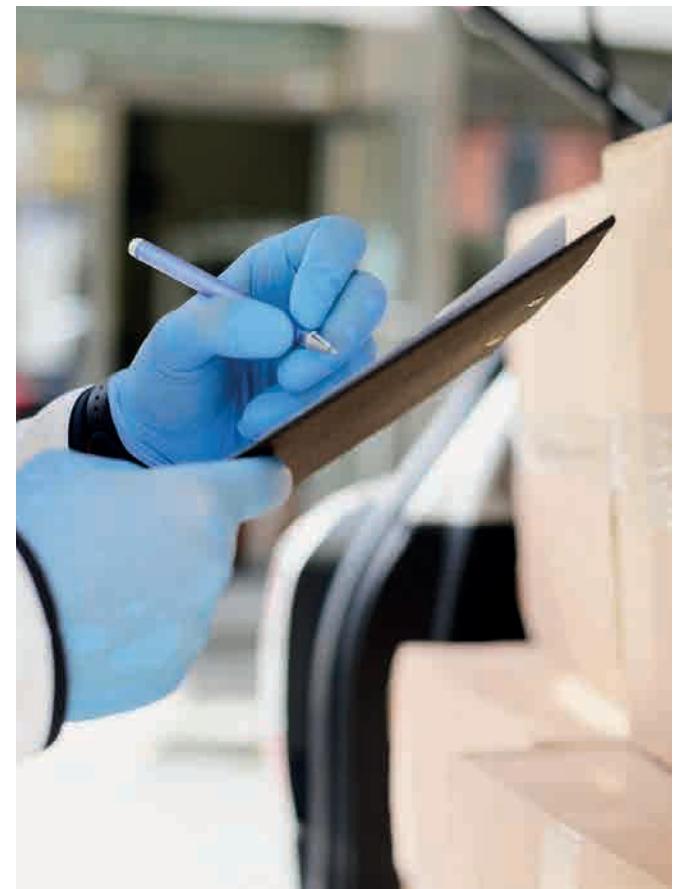


Uso de los **PRODUCTOS**

Período: 1-abril-2024 al 31-marzo 2025

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

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





Pruebas Total Test

482 SKUS probados

472 SKUS aprobados

560 SKUS inspeccionados por SGS

En ServiTtotal buscamos darle continuidad al ciclo y experiencia del cliente en todas sus dimensiones, dando respuesta técnica y especializada ante cualquier situación que se presenta luego de la compra. Contamos con procesos de verificación y seguimiento para cada caso, brindando soluciones a través de reparación, mantenimiento o sustitución del producto, según corresponda. Esto nos permite cumplir tanto con la garantía incluida en nuestros productos como con las garantías adicionales que el cliente pueda haber adquirido.

Nuestra estrategia de Sostenibilidad tiene como uno de sus objetivos convertir a ServiTtotal en una empresa "zero waste". En este sentido, contamos con procesos de reciclaje y reutilización, dando una segunda vida útil a los repuestos que no pueden ser utilizados en productos, y las piezas que nos pueden repararse. Este proceso se realiza con gestores de residuos certificados que cumplen con estándares sanitarios y de gestión responsable.

Mediante estas dimensiones, aseguramos la calidad de los productos y servicios que ofrecemos a nuestros clientes, desde pruebas iniciales en el taller **Total Test**, hasta el mantenimiento y reparación post venta en **ServiTtotal**.

Nuestro taller **Total Test** cuenta con equipo especializado para asegurarnos que los productos que se comercializan cumplan con todos los estándares de mayor calidad y certificaciones, tanto para la seguridad de los usuarios, como para la vida misma del producto.

En este año entro en vigencia el RTCA, "Reglamento Técnico de la Comunidad Autónoma" en Centroamérica. Esta norma técnica regional dicta que hoy todos los refrigeradores y congeladores, sin excepción, deben de cumplir con requisitos de eficiencia energética, seguridad, etiquetado y cumplimiento de estándares internacionales. Es una medida para mejorar la calidad, la eficiencia energética y la seguridad de los productos en la región y proteger tanto al medio ambiente como a los consumidores. Para más información puedes ingresar a:

<https://sde.gob.hn/wp-content/uploads/2022/07/RTCA- Refrigeradores-y-Congeladores-Version-CPI.pdf>

Si quieras conocer más sobre las pruebas que se realizan en nuestro laboratorio **Total Test**, puedes dirigirte a la siguiente página web:

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

Post - Venta

1.18% De los productos vendidos se cambiaron por productos nuevos

21% De productos se vendieron con garantía extendida

Reciclaje

+560 Toneladas de eléctricos y electrónicos recicladas



Gestión Integral DE RESIDUOS

(GRI 306-2)

Período: 1-abril-2024 al 31-marzo 2025



+1,100 toneladas
de residuos recolectadas

12.14

Toneladas
de papel

163.21

Toneladas
de cartón

565.27

Toneladas de
eléctricos
y electrónicos

46.62

Toneladas
de estereofón

10.87

Toneladas
de plástico

4.57

Toneladas
de fleje

0.06

Toneladas
de aluminio

70.23

Toneladas
de madera

238.21

Toneladas
de chatarra



Trazabilidad de
INDICADORES
ASG 2022-2025

25
ANIVERSARIO
SOLIDEZ, ORGULLO Y LEGADO
2000-2025

Operaciones

| COLABORADORES | |
|---------------|--------|
| | Año |
| 2022-2023 | 13,560 |
| 2023-2024 | 13,875 |
| 2024-2025 | 13,131 |

| NUESTROS INGRESOS | | | | |
|-------------------|-----------|----------------|--------|-------------|
| | Año | Centro América | Caribe | Sur América |
| 2022-2023 | 2022-2023 | 56.55% | 32.76% | 10.50% |
| 2023-2024 | 2023-2024 | 57.00% | 32.27% | 10.56% |
| 2024-2025 | 2024-2025 | 59.41% | 30.34% | 10.07% |

| PUNTO DE VENTA | |
|----------------|-------|
| | Año |
| 2022-2023 | 1,216 |
| 2023-2024 | 1,273 |
| 2024-2025 | 1,259 |

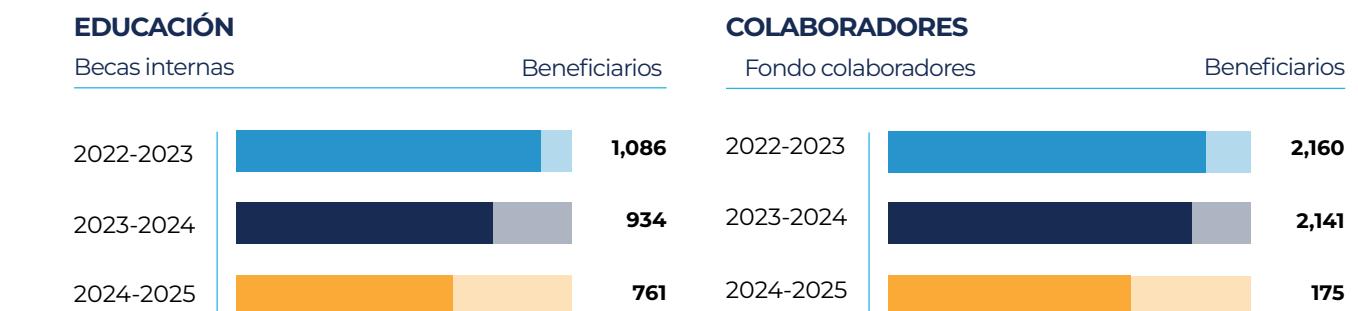
| METROS CUADRADOS | | | |
|------------------|-----------|---------------|--------|
| | Año | Latinoamérica | Caribe |
| 2022-2023 | 2022-2023 | 79.1% | 20.4% |
| 2023-2024 | 2023-2024 | 79.9% | 19.6% |
| 2024-2025 | 2024-2025 | 79.86% | 19.65% |

| UNIDADES VENDIDAS EN MILLONES | |
|-------------------------------|-------|
| | Año |
| 2022-2023 | +6.86 |
| 2023-2024 | +6.67 |
| 2024-2025 | +6.7 |

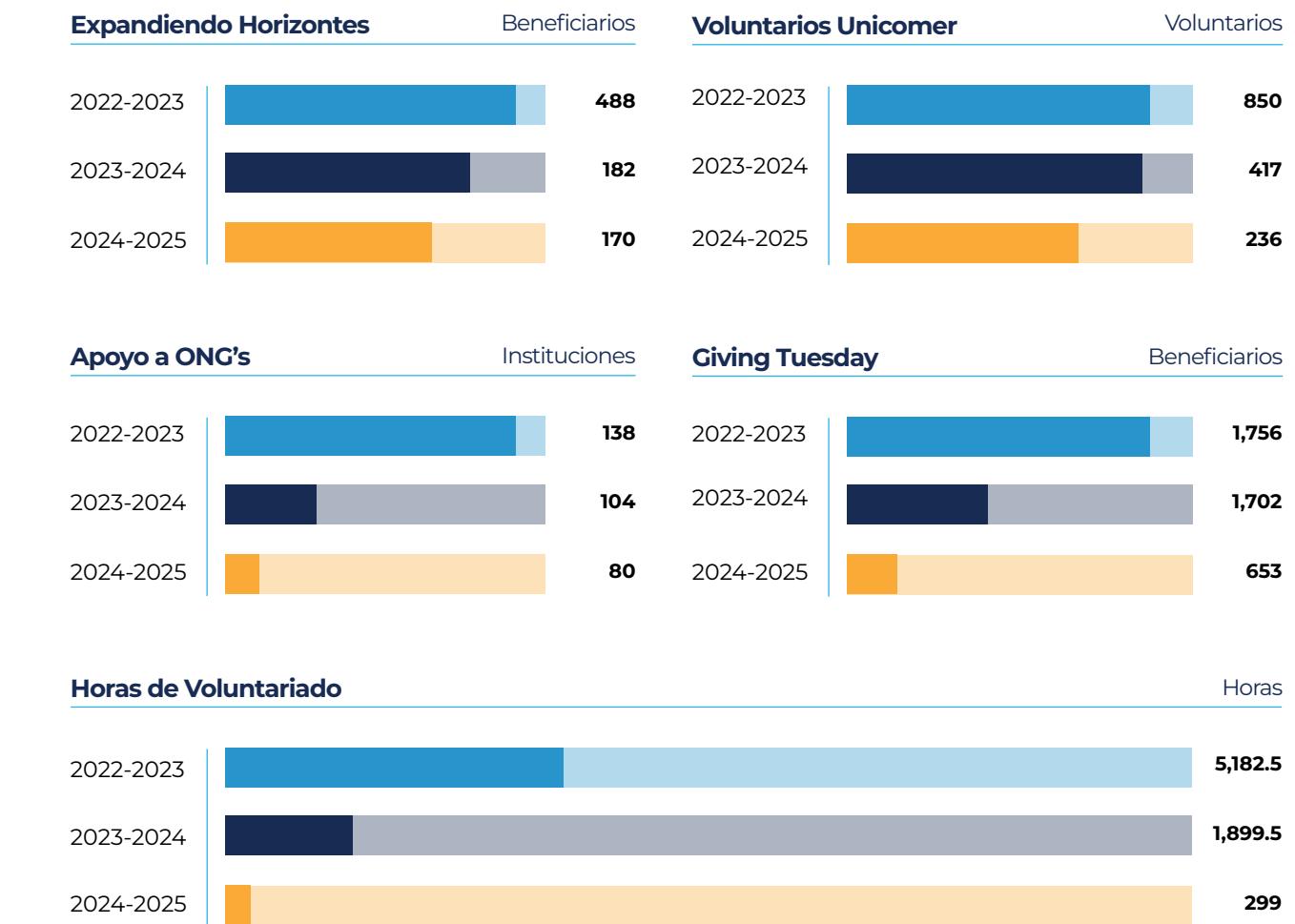
| RADIOSHACK | | | | |
|------------|-----------|-------------------|-------------------------------|-----------------------------------|
| | Año | Unidades Vendidas | Total Puntos de Venta Propios | Total Puntos de Venta Franquicias |
| 2022-2023 | 2022-2023 | 2.1 | 204 | 161 |
| 2023-2024 | 2023-2024 | 1.95 | 216 | 3 |
| 2024-2025 | 2024-2025 | 1.98 | 213 | 123 |

Indicadores SOCIALES

Estrategias Sociales INTERNAS



Estrategias Sociales EXTERNAS



Indicadores AMBIENTALES

Gestión de RESIDUOS

Toneladas de Materiales Reciclados

| | | |
|-----------|--|--------|
| 2022-2023 |  | 177.52 |
| 2023-2024 |  | 402.89 |
| 2024-2025 |  | 545.91 |

Toneladas de Reciclaje de Eléctricos y Electrónicos

| | | |
|-----------|---|--------|
| 2022-2023 |  | 226.83 |
| 2023-2024 |  | 411.93 |
| 2024-2025 |  | 565.27 |

Eficiencia ENERGÉTICA

| MWh Generados de Energía Fotovoltaica por Paneles Solares | | MWh |
|---|--|------|
| 2022-2023 |  | 2.10 |
| 2023-2024 |  | 2.01 |
| 2024-2025 |  | 2.82 |

| Dólares de Ahorro por Generación de Energía Fotovoltaica | | Dólares |
|--|--|----------------|
| 2022-2023 |  | +\$ 773,000 |
| 2023-2024 |  | +\$ 580,146.47 |
| 2024-2025 |  | +\$159,660 |

Indicadores DE BUENA GOBERNANZA

COLABORADORES

| PARTICIPACIÓN FEMENINA | | JEFATURAS Y GERENCIAS | | HORAS DE ENTRENAMIENTO | |
|------------------------|-----|-----------------------|-----|------------------------|-----------|
| 2022-2023 | 49% | 2022-2023 | 51% | 2022-2023 | 154,220.5 |
| 2023-2024 | 50% | 2023-2024 | 50% | 2023-2024 | 334,921 |
| 2024-2025 | 50% | 2024-2025 | 52% | 2024-2025 | 323,077 |

Cultura ÉTICA

| AÑO | CASOS ATENDIDOS EN LA LÍNEA ÉTICA |
|-----------|-----------------------------------|
| 2022-2023 | 94 |
| 2023-2024 | 282 |
| 2024-2025 | 384 |

Nuestros CLIENTES

| NÚMERO DE CLIENTES | | CUENTAS DE CRÉDITO ACTIVAS | | CLIENTES DE CRÉDITO | |
|--------------------|----------|----------------------------|----------|---------------------|----------|
| AÑO | MILLONES | AÑO | MILLONES | AÑO | MILLONES |
| 2022-2023 | +2.27 | 2022-2023 | +1.90 | 2022-2023 | +1.22 |
| 2023-2024 | +2.34 | 2023-2024 | +2.00 | 2023-2024 | +1.37 |
| 2024-2025 | +3.40 | 2024-2025 | +1.76 | 2024-2025 | +1.09 |



Índice de
CONTENIDOS
GRI

25
ANIVERSARIO
SOLIDEZ, ORGULLO Y LEGADO
2000-2025

Declaración de uso

Grupo Unicomer ha presentado la información citada en este índice de contenidos GRI para el periodo comprendido entre 1 de abril del 2024 al 31 de marzo del 2025, utilizando como referencia los Estándares GRI.

GRI 1 usado

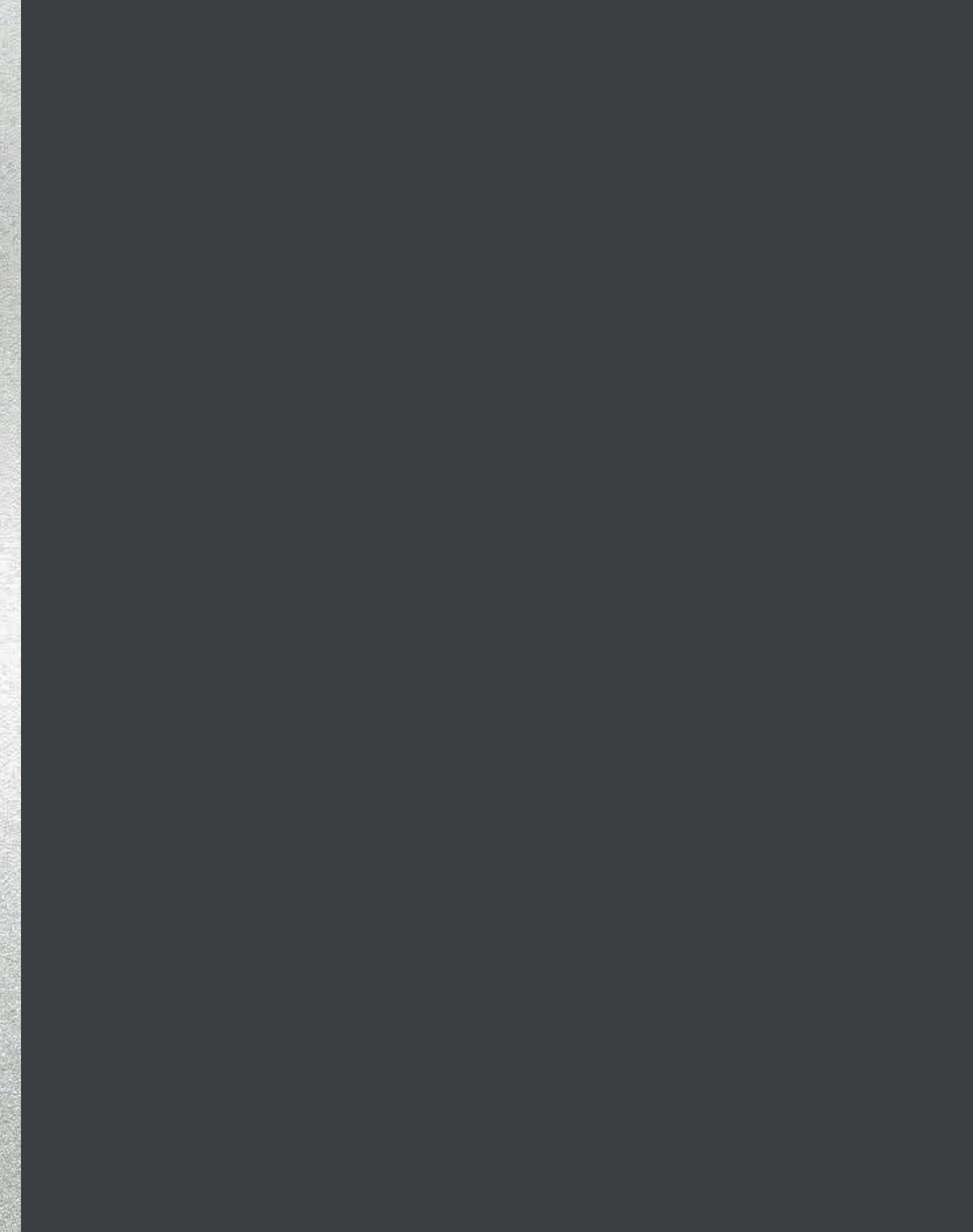
GRI 1: Fundamentos 2021

| ESTÁNDAR GRI | CONTENIDO | UBICACIÓN (Pag.) |
|---------------------------------------|--|------------------|
| | 2-11: Presidente del máximo órgano de gobiernos | 70 |
| | 2-14: Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad | 10 |
| | 2-15: Conflictos de interés | 78 |
| | 2-22: Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenibles | 06 |
| | 2-29: Enfoque para la participación de los grupos de interés | 17 |
| GRI 2: Contenidos Generales 2021 | 3-1: Proceso de determinación de los temas materiales | 15 |
| | 3-2: Lista de temas materiales | 15 |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 201-1: Valor económico directo generado y distribuido | 42 |
| GRI 201: Desempeño económico 2016 | 205-2: Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción | 79 |
| GRI 205: Anticorrupción 2016 | 302-4: Reducción del consumo energético | 101 |
| GRI 302: Energía 2016 | 305-5: Reducción de las emisiones de GEI | 101 |
| GRI 305: Emisiones 2016 | 306-2: Residuos por tipo y método de eliminación | 111 |
| GRI 306: Efluentes y residuos 2016 | 401-1: Contrataciones de nuevos empleos y rotación de personal | 58 |
| GRI 401: Empleo 2016 | | |

| ESTÁNDAR GRI | CONTENIDO | UBICACIÓN (Pag.) |
|---------------------------------------|---|------------------|
| GRI 102: Contenidos Generales 2016 | 102-2: Actividades, marcas, productos y servicios | 29 |
| | 102-16: Valores, principios, Estándares y normas de conducta | 78 |
| | 102-17: Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas | 80 |
| | 102-29: Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales | 13 |
| GRI 2: Contenidos Generales 2021 | 2-1: Detalles organizacionales | 22, 36, 42 |
| | 2-2: Entidades incluidas en la prestación de informes de sostenibilidad | 22, 36, 42 |
| | 2-3: Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto | 10 |
| | 2-6: Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales | 36, 38, 40 |
| | 2-7: Colaboradores | 22, 56 |
| | 2-9: Estructura de gobernanza y composición | 70 |

| ESTÁNDAR GRI | CONTENIDO | UBICACIÓN (Pag.) |
|--|--|---|
| GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2016 | <p>403-1: Sistema de gestión de salud y la seguridad en el trabajo</p> <p>403-2: Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes</p> <p>403-3: Servicios de salud en el trabajo</p> <p>403-5: Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo</p> <p>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</p> <p>403-9: Lesiones por accidente laboral</p> | <p>65</p> <p>65</p> <p>66</p> <p>66</p> <p>65</p> <p>65</p> |
| GRI 404: Formación y educación 2016 | <p>404-2: Programas para desarrollar las competencias de los colaboradores y programas de ayuda a la transición</p> <p>404-3: Porcentaje de colaboradores que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera</p> | <p>62</p> <p>74</p> |
| GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016 | 405-1: Diversidad de órganos de gobierno y colaboradores | 56 |
| GRI 413: Comunidades locales 2016 | 413-1: Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo | 90 |
| GRI 417: Marketing y etiquetado 2016 | 417-1: Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios | 106 |







Reporte de
SOSTENIBILIDAD

2024-2025