



REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

2 0 2 1
2 0 2 2





MARCAS [GRI 102-2]





**unicomer**
Group

ÍNDICE **CONTENIDO**

01 Juntos Construimos
una Empresa Sostenible

08 Nuestra Historia

18 Premios y
Reconocimientos

03 Sobre el Reporte

14 Franquicia RadioShack

20 Área de Sostenibilidad

04 Gobierno Corporativo

15 Marcas Privadas

22 Comunidades
• Estrategias Sociales Externas
• Estrategias Sociales Internas

06 Asuntos Materiales

16 Nuestro Año en Cifras

32 Estrategia Ambiental
• Gestión Integral de Residuos
• Programa de Eficiencia Energética
• Promoción de Productos Inverter

07 Misión y Visión

17 Destacados del Año

38 Comunicaciones
• Cultura Ética
• Vacuna COVID-19
• Universidad Unicomer

ÍNDICE **CONTENIDO**

42 Nuestra Gente

- Colaboradores
- Proceso de Atracción de Talento
- Proceso de Inducción
- Promoción Laboral
- Nuevos Ingresos
- Planes de Carrera

50 Desarrollo Interno

- Universidad Unicomer
- Evaluación de Desempeño

54 Salud y Seguridad en el Trabajo

- Clínica Empresarial
- Cursos de Formación
- Programas de Bienestar Personal

57 Seguridad y Protección de la Información

- Ciberseguridad
- Controles de Seguridad

60 Ética e Integridad

- Cursos de Ética e Integridad
- Comités de Ética
- Política de No Represalias
- Declaración de Conflicto de Interés

63 Cultura Ética

- Valores
- Nuestro Way of Working
- Línea Ética

66 Servicio al Cliente

67 Nuestros Clientes

68 Seguridad de los Productos

72 Ciclo de Vida de los Productos

74 Indicadores de Operaciones

75 Indicadores ASG

- Indicadores Sociales
- Indicadores Medioambientales
- Indicadores de Gobernanza

JUNTOS [GRI 102-14] CONSTRUIMOS UNA EMPRESA SOSTENIBLE

Es con gran orgullo y entusiasmo que damos por concluido un año financiero lleno de logros, retos y cambios. Vivimos una etapa de transformación la cual conlleva a nuestra adaptación y conquista de los nuevos escenarios sociales, tecnológicos y ambientales en los que el mundo ahora transita.

Es muy importante para nosotros el continuar trabajando por nuestra visión y estrategia sostenible, de crear un impacto positivo y perdurable en los países en donde operamos.

Esta visión proviene desde adentro, de nuestra cultura de trabajo y de las prioridades de nuestro negocio que ponen a nuestros clientes y sus necesidades al centro de nuestra estrategia, y cada paso que damos como equipo, cada proyecto y constante aprendizaje, van enfocados a construir oportunidades de bienestar y valor.

Nuestro viaje de transformación nos ha enriquecido con nuevas posibilidades, lo cual nos llena de optimismo y emoción por el futuro de nuestra organización. Durante

este año dimos pasos hacia adelante que nos han llevado a adoptar prácticas de gestión del talento humano, admiradas y reconocidas a nivel internacional, apostamos por el entrenamiento y aprendizaje, por mejorar nuestras infraestructuras y además promover un ambiente laboral de colaboración, responsabilidad y empoderamiento.

Como equipo creemos en generar valor para nuestra sociedad, y sabemos que cada interacción lleva consigo la posibilidad de crear algo grande, de dejar una huella en la vida de una o varias personas. Nos enorgullece nuestro aporte generando empleos, brindando soluciones financieras y los mejores productos a nuestros clientes, así como desarrollando



programas de RSE que benefician a nuestras comunidades. Somos una empresa de personas; que va más allá de lo esperado por nuestros clientes, colaboradores y comunidades, este componente humano está adherido a nuestro ADN. Los escuchamos a todos, pues el éxito de nuestra empresa por 21 años, se debe al aporte de todos como equipo y a cada uno como individuo y su esfuerzo que no pasa desapercibido. El nombre de nuestra empresa tiene la palabra "grupo" en el, y es como un grupo, como un equipo bien alineado, en que seguiremos avanzando y transformándonos para siempre estar a la cabeza en los mercados en que competimos.

¡Gracias por ser parte!

ACCIONES QUE HACEN GRANDES DIFERENCIAS

[GRI 102-14]

Nuestros productos y servicios están diseñados para llevar bienestar a nuestras comunidades, clientes, colaboradores y stakeholders. Estamos conscientes de la responsabilidad que tenemos con nuestra sociedad y medio ambiente, es por eso que todos nuestros productos son debidamente examinados en nuestro laboratorio de pruebas y



desarrollo de producto, TotalTest, así garantizando su calidad y eficiencia.

Sabemos que cada vez más nuestros clientes buscan productos con mayor enfoque en tecnologías verdes, ya que valoran el respeto hacia el medio ambiente y la sociedad en la que viven, por lo que nos entusiasma, que cada vez más, nuestros productos Inverter se están convirtiendo en los más vendidos. Esto nos demuestra que nuestras comunidades están buscando soluciones amigables al medio ambiente. Es nuestra responsabilidad brindar soluciones

de formas accesibles, otorgándoles diversas formas de financiamiento para que puedan comprar dichos productos.

En Grupo Unicomer, consideramos la Sostenibilidad como un pilar fundamental de nuestra identidad, por lo que este año hemos desarrollado varios planes de acción, como programas de reciclaje en nuestras operaciones, campañas de educación sobre el uso eficiente de la energía, programas de reducción de CO2, promoción de productos con tecnología Inverter y programas sociales internos y externos, que tienen como objetivo buscar solu-

ciones de gestión en todos los niveles de nuestras operaciones y generar bienestar a nuestros clientes.

Estos planes de acción están basados en los indicadores de ASG (ESG) que buscan crear conciencia, mitigar impactos y dar lineamientos en temas de Medio Ambiente, Sociales y de Buena Gobernanza.

Por eso hemos querido llegar más allá, y trabajamos nuestro primer Reporte de Sostenibilidad con enfoque ASG. Además, este responde a un progreso continuo en nuestra gestión, implementando así planes de desarrollo sostenible.

SOBRE EL REPORTE

[GRI 102-32] [GRI 102-51] [GRI 102-52] [GRI 102-54]



Este reporte se elaboró de acuerdo con el estándar de opción Esencial del Global Reporting Initiative (GRI) el cual corresponde al período comprendido entre el **1 de abril del 2021 al 31 de marzo del 2022**. El Reporte aborda los resultados de las operaciones en nuestros 26 países, donde se muestra la gestión frente a los temas más relevantes de nuestra organización. El análisis fue liderado por la Gerencia de Asuntos Corporativos, quién a su vez

construyó el Reporte de Sostenibilidad de la mano de la Coordinación de RSE y Sostenibilidad. Este Reporte fue 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. El reporte de sostenibilidad se presenta anualmente.

[GRI 102-53]

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

María Teresa Alfaro

Gerente de Asuntos Corporativos

maria_alfaro@unicomer.com

GOBIERNO CORPORATIVO

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



Mario Simán
Presidente y CEO Grupo Unicomer
COB*: El Salvador



Rodolfo Simán
Vicepresidente Nuevos Negocios, Franquicias y Trade
COB: El Salvador



Fernando Marín
Vicepresidente Latinoamérica
COB: Chile



Guillermo Simán
Vicepresidente Bienes Raíces
COB: El Salvador



Peter Klingeman
Vicepresidente Finanzas
COB: Holanda



Ana Teresa Concepción
Vicepresidente Capital Humano
COB: República Dominicana



René Colorado
Vicepresidente Mercancías
COB: México



Alfredo Frech
Vicepresidente Servicios Financieros
COB: El Salvador



Errol LeBlanc
Vicepresidente Caribe
COB: Antigua



Helder Mao de Ferro
Vicepresidente Tecnología
COB: Mozambique



Felix Simán
VP Innovación y Deputy Caribe
COB: Estados Unidos

[GRI 102-14] [GRI 102-18] [GRI 102-23]
*COB= Country of Birth / País de Nacimiento

*Nuestra junta directiva,
con el fin de seguir
mejorando y respetando
la promesa de valor a
sus usuarios, clientes
y colaboradores realiza
una revisión constante
de la estrategia de la
compañía.*

JUNTA DIRECTIVA

Mario Simán

- Presidente desde 2000
- Presidente y CEO Grupo Unicomer

Santiago de Abiega

- Director desde 2010
- Director General Negocios Financieros Liverpool

Arturo Núñez

- Director Independiente desde 2016
- CEO Grupo Enfoca

Guillermo Simán

- Vicepresidente y Secretario desde 2000
- Vicepresidente Bienes Raíces Grupo Unicomer

Charles Johnson

- Director desde 2021
- Director Franquicias Liverpool

Alejandro Frech

- Director desde 2018
- CEO Industrias Merlet

Rodolfo Simán

- Director desde 2000
- Vicepresidente Nuevos Negocios, Franquicias y Trade Grupo Unicomer

Hugo Lara García

- Director Independiente desde 2013
- Managing Partner LATAM The Morphing Group

Juan David

- Director desde 2021
- Director Comercial HL

Graciano Guichard

- Director desde 2012
- Director General Liverpool

COMITÉ DE CAPITAL HUMANO

Guillermo Simán

- Vicepresidente y Secretario desde 2000
- Vicepresidente Bienes y Raíces Grupo Unicomer

Charles Johnson

- Director desde 2021
- Director Franquicias Liverpool

Hugo Lara García

- Director Independiente desde 2013
- Managing Partner LATAM The Morphing Group

COMITÉ DE AUDITORÍA

José Eduardo Simán

- Presidente del Comité de Auditoría desde 2012
- Presidente de Grupo Simán

Charles Johnson

- Director desde 2021
- Director Franquicias Liverpool

Hugo Lara García

- Director Independiente desde 2013
- Managing Partner LATAM The Morphing Group

Asuntos Materiales

[GRI-102-42] [GRI 102-44]

Identificar nuestros grupos de interés y los temas materiales más importantes para la compañía nos permite tener una visión más objetiva de la dirección que debemos tomar como empresa. Cada una de las acciones que tomamos en nuestro día a día nos acerca a crear valor para cada uno de los grupos de interés con quienes nos relacionamos. Los temas materiales son asuntos relevantes para la empresa en los que tenemos impacto y debemos enfocar nuestras acciones como empresa.

Grupos de Interés

[GRI 102-40]

Colaboradores, Clientes, Proveedores, Gobiernos, ONG's, Instituciones Financieras, Accionistas, Medios de Comunicación, Competencia, Comunidades, Junta Directiva, Universidades y Familias de Colaboradores.



ODS



MISIÓN

[GRI 102-26]

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

VISIÓN

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

2000

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



2014

Se incorpora AMC Unicon en Aruba.



2005

Se inician operaciones en Houston y República Dominicana.

2006

Se incorpora la cadena COURTS en El Caribe.



2007

Inician las operaciones de Lucky Dollar en El Caribe.



2008

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

2010

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

2011

Se incorpora la cadena Artefacta en Ecuador.



2015

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



2016

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

2012

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



NUESTRA



2017

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



2018

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



2019

Refrescamiento de marca La Curacao.

2020

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



2021

Lanzamiento de billetera electrónica EMMA Ecuador y celebración de 100 años de Grupo Simán



2022

Apertura de Hub de Tecnología (UnitechHub) en Chile.



HISTORIA

NUESTRA PRESENCIA

GRI[102-3] GRI [102-4] GRI [102-6]

Las oficinas Corporativas/Regionales de Grupo Unicomer están basadas principalmente en Latinoamérica y funciones para el Caribe operando desde Miami, Jamaica, Trinidad y Tobago y El Salvador. En enero 2022, se inauguró el primer Hub Tecnológico en Santiago de Chile llamado UnitechHub donde trabajan alrededor

de 70 colaboradores en temas de digitalización, “data lakes”, y arquitectura de sistemas. Cabe mencionar que se cuenta con un grupo de especialistas en Innovación, Garage Works, que desarrollan productos digitales como por ejemplo el App llamado EMMA que permite aplicar para crédito en línea y comprar en una gama de empresas afiliadas.

Oficinas Regionales

Miami Estados Unidos
Kingston Jamaica
Puerto España Trinidad y Tobago
San Salvador El Salvador
Santiago Chile

**Centro de
Distribución**
Panamá



1,167
Puntos de Venta

26
Países

13,746
Colaboradores

495,736
Metros Cuadrados



Centro América

Belice
209 colaboradores
18 puntos de venta
8,653 metros cuadrados

Costa Rica
2,078 colaboradores
198 puntos de venta
119,205 metros cuadrados

El Salvador
1,663 colaboradores
123 puntos de venta
46,814 metros cuadrados

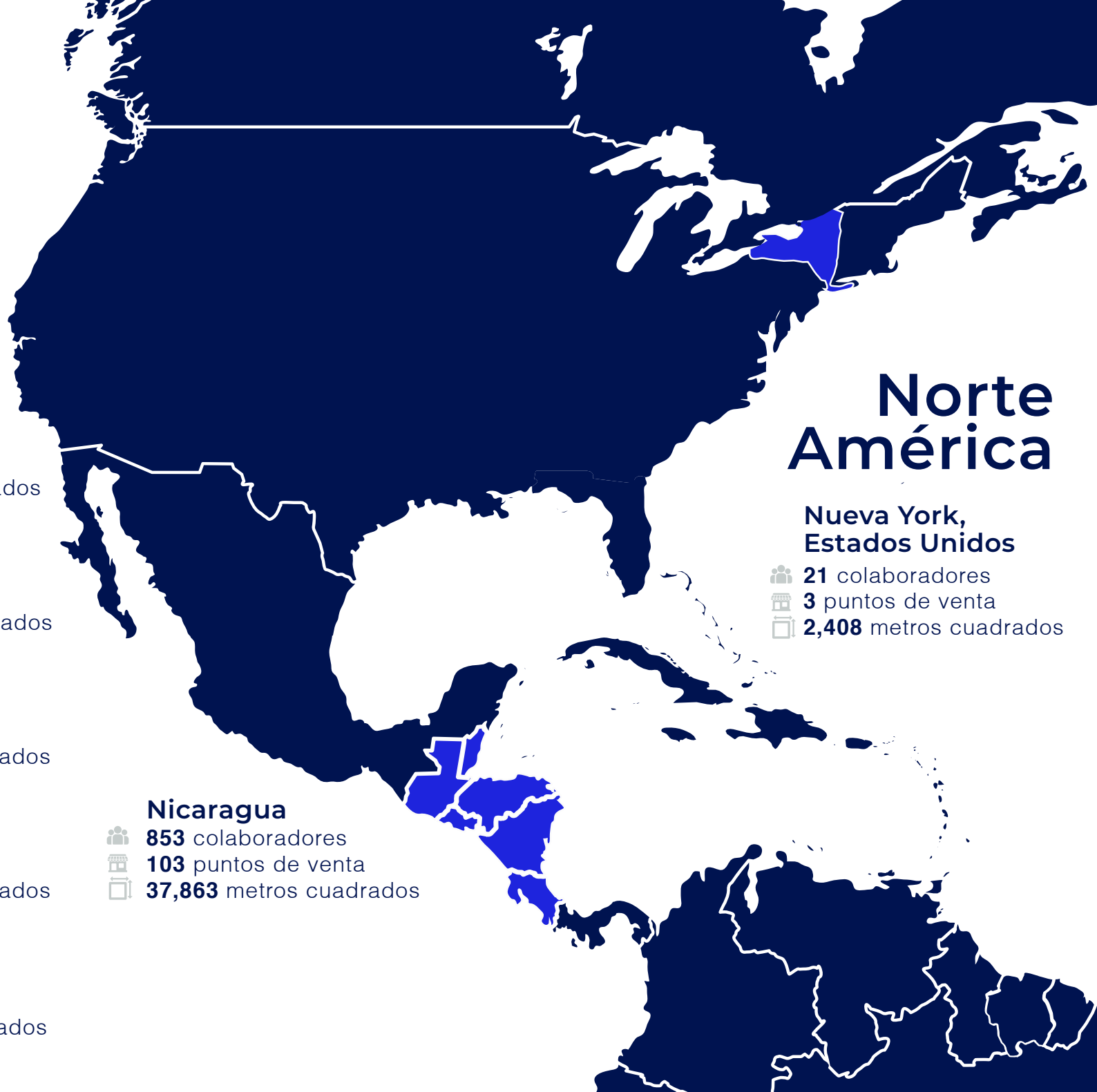
Guatemala
1,931 colaboradores
188 puntos de venta
65,908 metros cuadrados

Honduras
1,238 colaboradores
140 puntos de venta
55,202 metros cuadrados

Nicaragua
853 colaboradores
103 puntos de venta
37,863 metros cuadrados

Norte América

**Nueva York,
Estados Unidos**
21 colaboradores
3 puntos de venta
2,408 metros cuadrados



Caribe

Antigua y Barbuda

 **56** colaboradores
 **6** puntos de venta
 **2,859** metros cuadrados

Aruba

 **114** colaboradores
 **11** puntos de venta
 **4,903** metros cuadrados

Bonaire

 **5** colaboradores
 **1** punto de venta
 **320** metros cuadrados

Barbados

 **260** colaboradores
 **16** puntos de venta
 **9,396** metros cuadrados

Curacao y Sint Maarten

 **119** colaboradores
 **6** puntos de venta
 **3,997** metros cuadrados

Dominica

 **44** colaboradores
 **4** puntos de venta
 **1,434** metros cuadrados

Granada

 **57** colaboradores
 **6** puntos de venta
 **2,419** metros cuadrados

Jamaica

 **1,840** colaboradores
 **73** puntos de venta
 **43,405** metros cuadrados

San Cristóbal y Nieves

 **41** colaboradores
 **5** puntos de venta
 **2,103** metros cuadrados

Santa Lucía

 **277** colaboradores
 **10** puntos de venta
 **4,929** metros cuadrados

San Vicente y Las Granadinas

 **23** colaboradores
 **4** puntos de venta
 **1,925** metros cuadrados

Trinidad y Tobago

 **729** colaboradores
 **48** puntos de venta
 **30,880** metros cuadrados

Haití

 Presencia RadioShack

Sur América

Ecuador

 **1,578** colaboradores
 **170** puntos de venta
 **36,184** metros cuadrados

Guyana

 **297** colaboradores
 **24** puntos de venta
 **11,376** metros cuadrados

Paraguay

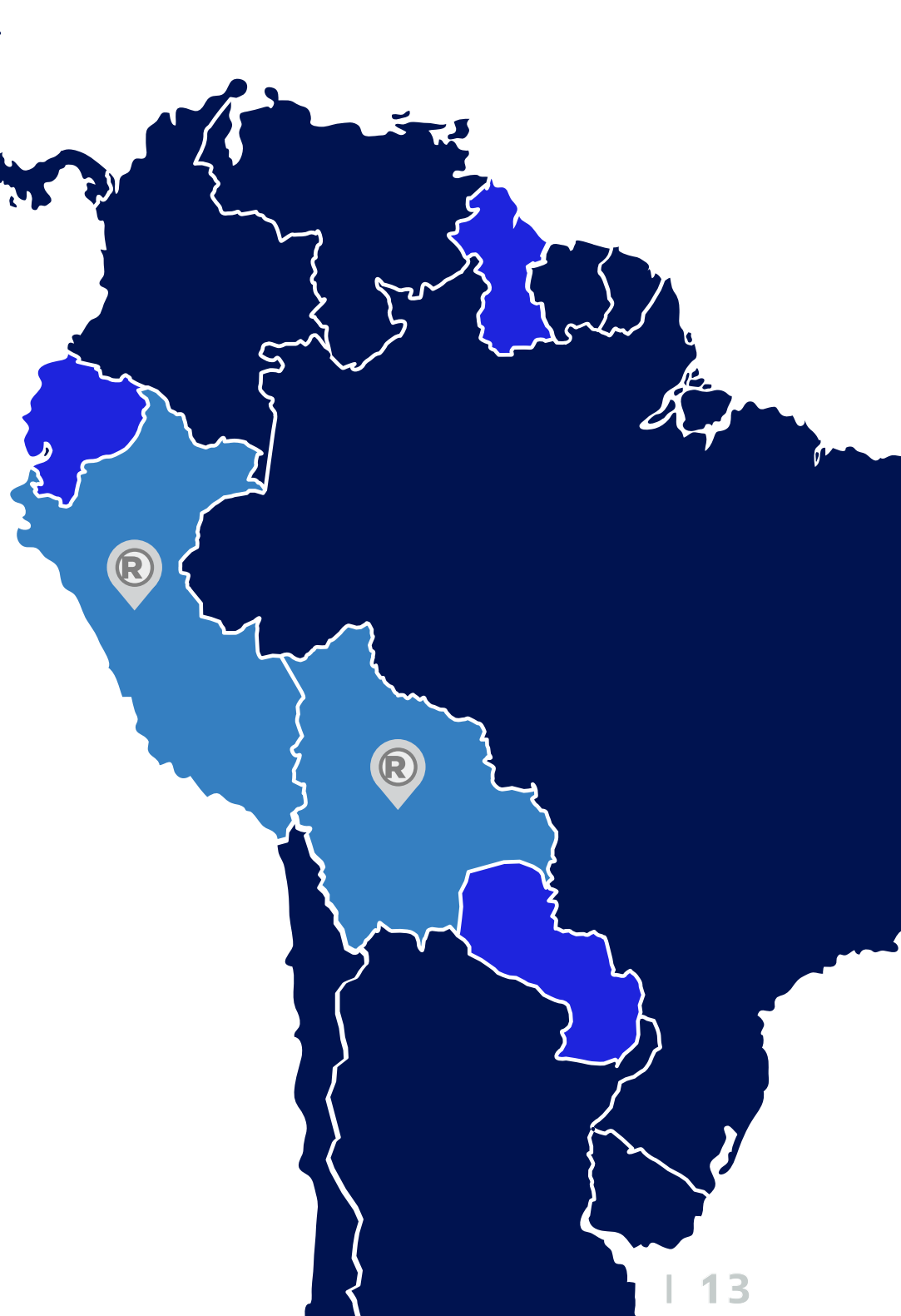
 **313** colaboradores
 **10** puntos de venta
 **3,554** metros cuadrados

Bolivia

Perú



Presencia RadioShack



FRANQUICIA RADIOSHACK

26 PAÍSES

341 PUNTOS
DE VENTA

CENTRO DE DISTRIBUCIÓN

PANAMÁ

+ 2.6 MILLONES
UNIDADES VENDIDAS

Centro América

93 Puntos
de venta

Costa Rica
El Salvador
Guatemala
Honduras
Nicaragua

Caribe

105 Puntos
de venta

Trinidad
Jamaica
Barbados
Guyana
Belice
Santa Lucía
Dominica
Granada
San Cristóbal

San Vicente
Aruba
Curacao
Sint Maarten
Bonaire
Antigua
Haití

Sur América

143 Puntos
de venta

Ecuador
Paraguay
Bolivia
Perú

MARCAS PRIVADAS

[GRI 102-2]

En Grupo Unicomer trabajamos para ofrecerles a nuestros clientes los mejores productos y soluciones financieras. Durante más de 20 años, hemos adquirido y fortalecido nuestro compromiso en llevarles las mejores marcas y líneas de productos de última generación. Esto nos llevó a desarrollar nuestras marcas privadas, las cuales son fabricadas bajo los más altos estándares de calidad, garantizando que el funcionamiento, rendimiento y tiempo de vida de los productos sea siempre el mejor. Trabajamos no solo por dar la mejor calidad sino los precios más accesibles, de acuerdo con las necesidades y expectativas del siglo XXI. Todos nuestros productos son evaluados en nuestro laboratorio de pruebas y productos Total Test, para asegurar su calidad y funcionamiento.

Entre las líneas de productos que se han desarrollado incluimos: electrodomésticos, muebles, equipos de ejercicio, camas, línea blanca, accesorios de audio y video y nuestras nuevas categorías: muebles listos para armar, utensilios de cocina, decoración y organización. Entre nuestras marcas privadas, se encuentran:



Mastertech

Expertos en tecnología para el hogar desde línea blanca hasta pequeños enseres. Calidad garantizada por nuestro Total Test.

Puedes encontrar más información de nuestra marca en:
<https://mastertechhome.com>

Quattro

MODERNIDAD Y PRACTICIDAD

Muebles listos para llevar a casa que harán de tu vida mucho más fácil y cómoda con sus diseños prácticos, modernos y frescos.

Look Book

Este año, con el objetivo de dar mayor visibilidad a las diferentes categorías, se lanzó una nueva plataforma de apoyo denominada LOOKBOOKS: una herramienta que permite exhibir nuestros productos/colecciones en línea de una forma más interactiva y aspiracional, ayudándole a nuestros clientes a visualizar el potencial de sus espacios y los beneficios de nuestros productos dentro de cada área del hogar. También nos permite recordarle al cliente cuál es la propuesta de valor de cada una de nuestras marcas y así puedan encontrar la inspiración que buscan para iniciar sus proyectos del hogar con todo lo que tenemos para ofrecer.

Le mostramos a nuestros clientes que hacer realidad los proyectos de su hogar ahora está a su alcance, gracias a nuestros precios y beneficios de crédito.

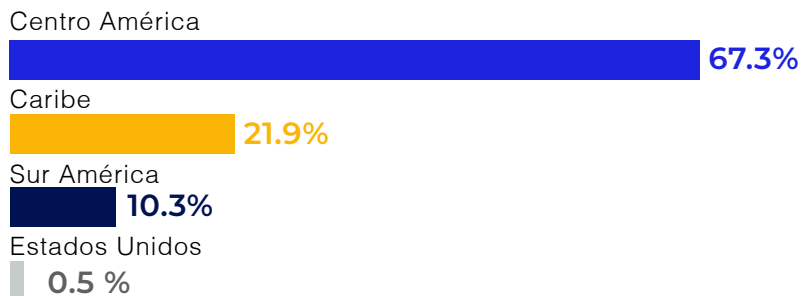
https://issuu.com/grupounicomer/docs/lookbook_private_brands

NUESTRO AÑO EN CIFRAS

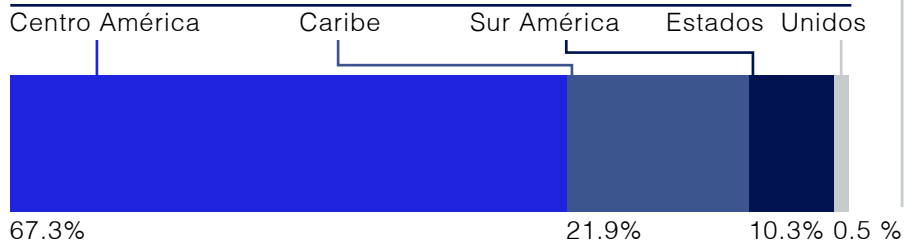
[GRI 102-7]



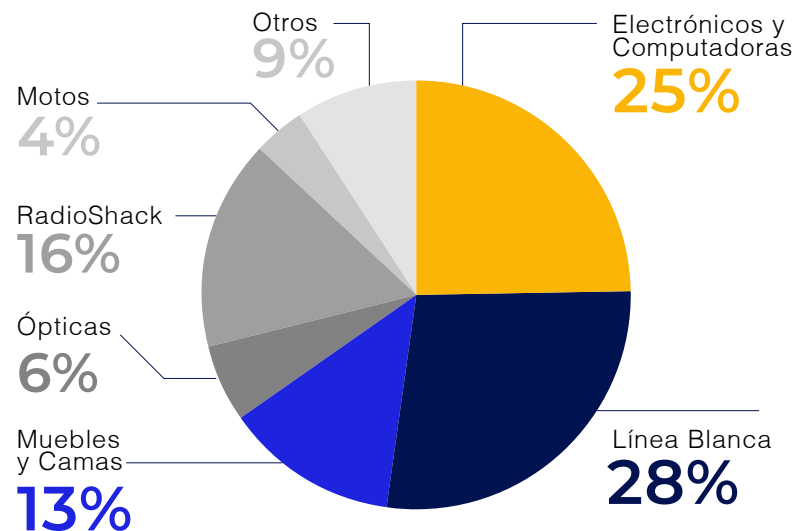
Metros Cuadrados



Nuestros Ingresos



Categorías de Producto



DESTACADOS DEL AÑO

Apertura de Tiendas

50 Nuevas
Tiendas
Abiertas

Nos enorgullece dar grandes pasos como organización por medio de diferentes acciones como lanzar nuevas categorías de productos innovadores y marcas privadas, expandir nuestras soluciones financieras llevando los microcréditos y nuestra billetera electrónica EMMA a nuevos mercados, además de fortalecer nuestras plataformas digitales. Todo esto suma a nuestro propósito de mejorar la calidad de vida de nuestros clientes.

De igual forma seguimos generando experiencias positivas en nuestros clientes y colaboradores, por medio de inversiones significativas de infraestructura, no solo remodelando progresivamente nuestras tiendas, sino que desarrollando importantes obras de logística como la ampliación de nuestro Centro de Distribución en Jamaica y apertura de nuestro Hub Tecnológico en Chile. Estamos determinados en acelerar la evolución tecnológica y de procesos en nuestra empresa, lo cual es crítico para mejorar la experiencia de nuestros colaboradores, clientes y mantener nuestro liderazgo.

RadioShack



La Curacao



Ópticas La Curacao



Almacenes Tropigas



Courts Ready Cash



Courts Optical



Courts



Gollo



Artefacta



Electrofácil



Tropimotors



Gollo Ópticas



La Curacao Cash



PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS



Fitch y S&P Global Ratings

En la última calificación financiera realizada por Fitch Ratings en diciembre 2021, mantenemos una calificación BB-, mejorando la perspectiva de Estable a Positiva. La perspectiva Positiva refleja las expectativas de que los resultados operativos y las métricas crediticias continuarán mejorando dentro de los próximos meses y la capacidad que tuvimos de responder rápidamente a los desafíos.

De igual forma en diciembre 2021, Standard & Poor's Rating Services ratifica nuestra calificación como BB- y pasamos de una perspectiva Negativa a Estable, corroborando que, a pesar de las condiciones económicas volátiles, el Grupo ha demostrado estabilidad bajo este retador ambiente.

Agradecemos a nuestros proveedores, clientes y otras partes interesadas por su aporte y confianza en la solidez del Grupo ante los efectos adversos de la pandemia.



Empresa Socialmente Responsable
Fundación Hondureña de Empresas
Socialmente Responsable (FUNDAHRSE)
Grupo Unicomer – Honduras



Top 1: Categoría de Electrodomésticos
Top of Mind Awards Revista Summa y Cid Gallup
La Curacao – El Salvador



Top 1: Categoría de Electrodomésticos
Top of Mind Awards Revista Summa y Cid Gallup
Gollo – Costa Rica



Mejor Página Retail de El Salvador 2021
eCommerce Awards
www.lacuracaonline.com – El Salvador



Empresa Líder en Cultura Solidaria
Revista Summa
Gollo – Costa Rica



Mejores Empresas con Servicio al Cliente
Revista Summa
Grupo Unicomer – El Salvador



Empresas con Mejores Prácticas en Talento Humano
en América Central y República Dominicana
Revista Summa
Grupo Unicomer – El Salvador



Empresas con Mejores Prácticas en Talento Humano
en América Central y República Dominicana
Revista Summa
Grupo Unicomer – Nicaragua



Premio FePI de Bronce Categoría "Creative Data"
Primer Festival Internacional de la
Publicidad Independiente en Rosario, Santa Fe, Argentina
EMMA – Costa Rica

ÁREA DE SOSTENIBILIDAD

[GRI 103-1] [GRI 102-29]

El área de Sostenibilidad tiene como propósito desarrollar e implementar estrategias orientadas al cumplimiento de los temas de materialidad y de relevancia para la organización, así como la promoción de los valores corporativos y el aporte al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, generando valor social, económico y ambiental.

Este objetivo se materializa a través de nuestro Modelo de Sostenibilidad, el cual cuenta con tres pilares estratégicos, social, ambiental y de buena gobernanza, que abarcan los proyectos a continuación.



SOCIAL



Externa



Interna

AMBIENTAL



Gestión
de Residuos



Eficiencia
Energética

GOBERNANZA



Nuestra
Gente



Seguridad
y Ciclo de Vida
del Producto

COMUNIDADES

ESTRATEGIAS SOCIALES



+\$1.1

Millones Invertidos



+100

Voluntarios Unicomer



+600

Horas de Voluntariado



+150

ONG's

+400 MiPYMES Beneficiadas

COMUNIDADES

ESTRATEGIAS SOCIALES EXTERNAS

[GRI 413-1]

Giving Tuesday



Nos unimos por 6to. año consecutivo al movimiento global Giving Tuesday, día en el que se incentiva multiplicar las buenas acciones para llevar bienestar y alegría a nuestras comunidades. Con este programa colaboramos con diferentes grupos de interés y causas con acciones solidarias, agradeciendo el éxito de nuestro "Black Friday" y "Cyber Monday". Este año beneficiamos a estudiantes, profesores y a nuestras comunidades entregando productos que puedan mejorar su bienestar y calidad de vida, como electrodomésticos, camas, celulares, laptops, colchonetas, entre otros.

Este año también realizamos actividades hacia lo interno, para poder celebrar este día con nuestros colaboradores y agradecerles por su compromiso, esfuerzo y apoyo durante todo el año.



8

Instituciones



810

Beneficiarios



41

Voluntarios



253

Horas de
Voluntariado

COMUNIDADES

ESTRATEGIAS SOCIALES EXTERNAS



[GRI 413-1]

Apoyar al desarrollo de nuestras comunidades es pieza fundamental para el crecimiento de la misma, por eso hemos trabajado en diferentes proyectos en todos nuestros países para lograr un crecimiento sostenido en nuestras comunidades, algunas de nuestras acciones en la región fueron:

Apoyo al Desarrollo de Infraestructuras

[GRI 203-1]

Este año se apoyó la ampliación de 800 m2 del Colegio Madre Emilia Simán con una entrega de \$500,000.00 para la construcción de un área de parvularia, un laboratorio para tercer ciclo, y un salón de usos múltiples para padres de familia y profesores. Gracias a esta construcción, lograremos completar una inversión de \$2.5 millones de dólares, y el Colegio podrá atender a 100 alumnos más, completando así los grados de kínder a segundo año de bachillerato.



Apoyo a Unidades de Salud y Hospitales

Hemos entregado diferentes equipos médicos y aparatos electrónicos a unidades de salud y hospitales, así generamos mejores espacios de calidad para pacientes y médicos.

Corazones más Grandes

Se ha realizado la entrega de colchonetas, víveres, eléctricos y electrónicos para asistir a diversos grupos como: escuelas, asilos, bomberos, hospitales, Cruz Roja, municipalidades, fundaciones sin fines de lucro, parroquias y familias necesitadas. Estas acciones se han realizado en Guatemala, El Salvador, Nicaragua, Honduras, Costa Rica, y los países del Caribe.



COMUNIDADES

ESTRATEGIAS SOCIALES EXTERNAS

[GRI 413-1]

Expandiendo Horizontes



Con nuestro programa Expandiendo Horizontes, brindamos herramientas que les permitan a micro y pequeños empresarios, desarrollar habilidades de gestión empresarial y así impulsar sus negocios.

Este año nos innovamos y lo realizamos en Costa Rica de manera digital logrando un crecimiento significativo en la participación de beneficiarios, proveedores e incluso familiares de colaboradores, ya que la plataforma permitió el aprendizaje de temas como, análisis de mercado y mercadeo, finanzas personales, emprendimiento e innovación y planificación estratégica. Cada participante tenía acceso a cada módulo y contaba con facilitadores que le ayudaba a solventar sus dudas.



Becas en Formación Técnica



COMUNIDADES

ESTRATEGIAS SOCIALES EXTERNAS

[GRI 413-1]

Educación Vial

La educación vial para nuestros clientes y colaboradores es de suma importancia para nosotros, ya que queremos generar un impacto positivo en la reducción de accidentes automovilísticos, implementando acciones que permitan reducir la brecha de la falta de conocimiento de leyes y el cuidado de los vehículos y motocicletas. Por lo tanto, aprender las señales de tránsito y las normas de seguridad, respetarlas y contar

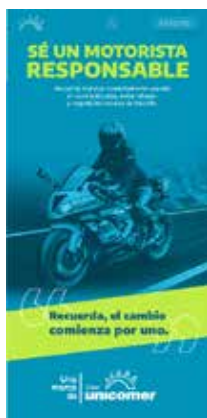
con licencias vigentes para conducir, son acciones imprescindibles para evitar accidentes, la educación vial es la mejor manera para difundir este conocimiento.

Desarrollamos campañas educativas con nuestras cadenas comerciales principales en Latinoamérica como La Curacao, Almacenes Tropigas, Gollo y Artefacta, enfocadas en consejos de seguridad y buenas prácticas de manejo.

 **+1000** Beneficiarios

Estas se refuerzan con Newsletters mensuales informativos enviados a más de 21,000 clientes nuevos y existentes que compran motos.

De igual forma se realizaron actividades en tiendas, rifas de productos de protección personal, pago de exámenes para la obtención de licencias de manejo y capacitaciones a colaboradores. Todas estas acciones suman a nuestra iniciativa de reducir accidentes automovilísticos.



COMUNIDADES

ESTRATEGIAS SOCIALES EXTERNAS

[GRI 413-1]

Becas Externas

Creemos que la educación de todos los niños, niñas y jóvenes es una de las herramientas más importantes para impactar positivamente el desarrollo de nuestras comunidades. Por lo que trabajamos de la mano con instituciones especializadas en el desarrollo académico de estudiantes, y con programas que beneficiaban a hijos de nuestros clientes, otorgando becas escolares, universitarias y paquetes escolares.

Dare to Dream

El Programa “Dare to Dream”, ha sido ejecutado durante los últimos 10 años en Jamaica, Guyana y Belice y continúa fortaleciéndose cada año. Este programa busca apoyar a nuestros clientes más leales y cuyos hijos han sobresalido en su educación. Vemos esta iniciativa como una forma de invertir el proceso educativo de nuestra niñez y juventud en el Caribe.

Todos nuestros beneficiarios reciben una educación de calidad, Secundaria y Universitaria, multiplicando sus oportunidades de crecimiento personal y profesional a futuro.



62

Beneficiarios

COMUNIDADES

ESTRATEGIAS SOCIALES EXTERNAS

[GRI 413-1]



Brighter View

Durante el mes de enero aproximadamente 200 estudiantes se beneficiaron con la iniciativa de Courts Optical "Brighter View" en Jamaica y Belice. Esta iniciativa está dedicada a mejorar el cuidado de los ojos y la salud ocular ofreciendo exámenes de vista, aros y otros productos oftalmológicos a estudiantes en situaciones o entornos vulnerables.



Programa de Solidaridad

El Programa Solidaridad tiene como objetivo apoyar a nuestras comunidades en situaciones de emergencia nacional que afecten su calidad de vida e integridad física.

El compromiso con nuestras comunidades nos mueve a prestar asistencia a nuestros colaboradores, personas y/o grupos vulnerables que han sufrido daños materiales otorgándoles lo necesario para salir adelante en los momentos de crisis.



COMUNIDADES

ESTRATEGIAS SOCIALES INTERNAS



[GRI 413-1]

Voluntariado Programa de Mentoría

Implementamos nuestro Programa de Mentoría en El Salvador como un voluntariado interno de colaboradores para colaboradores. El objetivo es acortar la brecha de aprendizaje, fortaleciendo las habilidades blandas de nuestros colaboradores.

El programa contó con la participación de 5 Mentores y 5 Mentees y tuvo una duración de 3 meses en donde los participantes desarrollaron un vínculo de apoyo, fortaleciendo capacidades en temas como: negociación, comunicación, resolución de conflictos, toma de decisiones, planificación, manejo del tiempo, entre otros.



 **1,235** Beneficiarios

Programa Educando

Apoyar a nuestros colaboradores y sus familiares, específicamente con el desarrollo de sus hijos, es primordial para nosotros. Una buena educación es fundamental para el fortalecimiento de nuestras sociedades y es por eso que, con nuestro Programa Educando, otorgamos becas escolares y universitarias, paquetes escolares y premios a los hijos de nuestro colaboradores que tienen mejor rendimiento, incentivando así que puedan terminar adecuadamente sus estudios y aportando a la economía de los mismos.

COMUNIDADES

ESTRATEGIAS SOCIALES INTERNAS

[GRI 413-1]



Fondo de Colaboradores

El bienestar de nuestros colaboradores y sus familias directas es primordial para nosotros. Todos los años designamos un fondo de emergencia para poder asistir en casos de desastres naturales, emergencias de salud y vivienda, entre otros. Estas contribuciones pueden ser económicas o en especies, dependiendo la necesidad.



Beneficiarios **176**



COMUNIDADES

Estrategias Sociales Internas

[GRI 413-1]

Fondo de Colaboradores COVID-19



Este fondo tiene como objetivo apoyar económicamente a nuestros colaboradores y sus familias directas para que puedan hacerle frente al tratamiento de casos sospechosos o positivos de COVID-19, con exámenes de laboratorio, medicamentos, asistencia médica presencial y remota, entre otros.



2,442

Beneficiarios





ESTRATEGIA AMBIENTAL

Gestión Integral de Residuos

[GRI 306-2] [GRI 306-3]



En nuestras operaciones implementamos mecanismos de control para la correcta disposición de residuos sólidos, como el plástico, aluminio, cartón, papel, eléctricos y electrónicos. Estos mecanismos nos permiten recolectar, reciclar y/o darles un segundo uso a estos productos.

Trabajamos con empresas de reciclaje certificadas que distribuyen los materiales para que su disposición final no contamine nuestro medio ambiente. Realizamos jornadas de reciclaje, denominadas como “Reciclones” con nuestras marcas comerciales para que nuestros clientes puedan participar de igual forma y desechar de la manera adecuada sus eléctricos y electrónicos que ya no estén en uso. Este programa se desarrolla en Guatemala, El Salvador y Costa Rica.



+423 TONELADAS DE RESIDUOS RECOLECTADAS



16.80
Toneladas
Papel



2.86
Toneladas
Plástico



10.21
Toneladas
Aluminio



80.49
Toneladas
Cartón



255.98
Toneladas
Eléctricos
y Electrónicos



52.40
Toneladas
Estereofón



5.3
Toneladas
Chatarra y
Llantas



ESTRATEGIA AMBIENTAL

Programa de Eficiencia Energética [GRI 302-4] [GRI 305-5]

Nuestro compromiso con el medio ambiente se ratifica año con año, por eso migramos a nuevas tecnologías que nos permitan generar energía fotovoltaica en Costa Rica, Jamaica, Santa Lucía, Barbados y Aruba. De esta manera contribuimos a la reducción de generación de emisiones de CO2 en nuestras operaciones. Adicionalmente a la inversión en paneles solares, se trabaja en la migración a iluminación LED en todos nuestros centros de trabajo, uso de aires acondicionados con tecnología Inverter, entre otros.

Este año se instalaron 450 paneles solares en las oficinas centrales de Grupo Unicomer Costa Rica, adicionales a los 162 que ya se tenían en Gollo Zapote.

En Costa Rica se cuenta con un programa de reducción de CO2 mediante la recuperación de gases refrigerantes de los equipos de refrigeración gestionados por Gollo Recicla. Se cuenta con un proveedor certificado para el almacenamiento de estos gases refrigerantes y evitar su emisión en la atmósfera.





ESTRATEGIA AMBIENTAL

Comité de Eficiencia Energética de El Salvador

Como parte de la estrategia ambiental y con el objetivo de aportar y recibir conocimiento sobre temas relacionados a la eficiencia energética, formamos parte del Comité de Eficiencia Energética de El Salvador. Esto nos permite ir adoptando mejores prácticas y robusteciendo nuestro programa de Eficiencia Energética.

Capacidad en
1.97 MWh

Reducción de CO2
por Km de carros
removidos de carreteras

10,236,906

Reducción total de gases
de efecto invernadero en
toneladas de CO2

10,238,288

Ahorro de Energía (USD)
\$ 1,345,933

Reducción de CO2
por recuperación de
gases refrigerantes

65.3

Reducción de Gases
de Efecto Invernadero
en Toneladas de CO2

168.69

666.69

62.25

287.19

135.27

1,320.00

Ahorro de Energía
(USD)

\$13,465.00

\$423,362.41

\$767,100.93

\$84,297.52

\$57,707.86

\$1,345,933.72

Capacidad en MWh

0.351

0.940

0.087

0.405

0.190

1.97 MWh

Número de Sitios
con Paneles Solares

2..

14

3...

3...

2..

24

Costa Rica

Jamaica

Santa Lucía

Barbados

Aruba

TOTAL





ESTRATEGIA AMBIENTAL

Promoción de Productos Inverter

[GRI 417-1]

Como parte de nuestra estrategia ambiental, enfocamos nuestros esfuerzos comerciales en la promoción e incremento del portafolio de productos con tecnología Inverter en categorías como: aires acondicionados, lavadoras, refrigerados, microondas, entre otros; minimizando así la generación de emisiones de CO2 no solo en nuestras operaciones, sino también en nuestras comunidades. Todas las acciones antes mencionadas en nuestra estrategia ambiental,

son parte de un plan general para mitigar el impacto del cambio climático, ya que desarrollando estos y otros programas a futuro, reduciremos el riesgo de inundaciones por acumulación de basura, reduciremos la generación de gases de efecto invernadero en nuestras operaciones, ampliaremos el consumo de energía fotovoltaica y reduciremos el consumo de energía por combustibles fósiles, aportando así formas para reducir el impacto del cambio climático.

La categoría de productos más vendida bajo tecnología Inverter es línea blanca.

Línea Blanca

99%



COMUNICACIONES

Contenido Público Interno

Para que nuestros colaboradores de ambas regiones se sientan integrados y parte de una misma compañía, se trabajan estrategias de comunicación con contenido que nos ayuden a fomentar nuestra Cultura Unicomer.

Educación Financiera

El Programa de Educación Financiera tiene como objetivo fomentar un mejor control de las finanzas personales de nuestros colaboradores, para que aprendan a tener un mayor control y seguimiento de las mismas, reduciendo el estrés y aportando a mejorar la calidad de vida. Como empresa que ofrece soluciones financieras, este tema es sumamente relevante para nosotros para promover un buen uso de las finanzas de nuestros colaboradores.



Cultura Ética

Reforzamos nuestra cultura ética en ambas regiones, haciendo énfasis en nuestros valores, generando confianza en el uso de la línea ética y continuar brindando claridad de cuáles son los comportamientos esperados.



Vacuna COVID-19

La salud de nuestros colaboradores y sus familias es nuestra prioridad. Es por eso que reconocemos la importancia de la vacunación, apoyando así la erradicación del COVID-19, coordinando jornadas de vacunación con entidades de salud, brindando charlas informativas con médicos especializados y ofreciendo horarios flexibles para que puedan vacunarse.



COMUNICACIONES

Universidad Unicomer

Esta estrategia de comunicación promueve el abanico de opciones que la Universidad Unicomer dispone, alinea la comunicación a relacionarse con las competencias organizacionales y desglosa estratégicamente los temas de contenido.

Competencias

Pasión por los resultados y responsabilidad



Innovación y manejo del cambio



Enfoque en el cliente



Conocimiento del negocio y mentalidad global



Autogestión y desarrollo de personal



Colaboración y comunicación



Tipos de Contenido

1

Convocatoria a reuniones

2

Refuerzo de capacitaciones

3

Consejos de contenido

4

Rutas de aprendizaje

5

Vínculos de contenido

6

Expectativa corta

7

Nuevos cursos

8

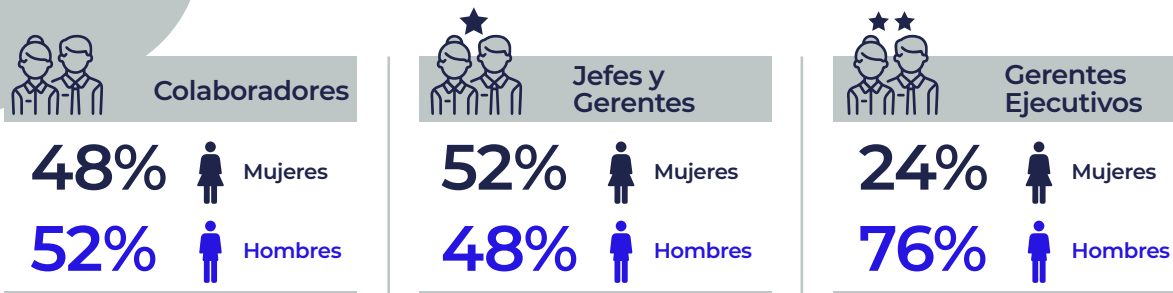
Convocatoria a capacitaciones sincrónicas

9

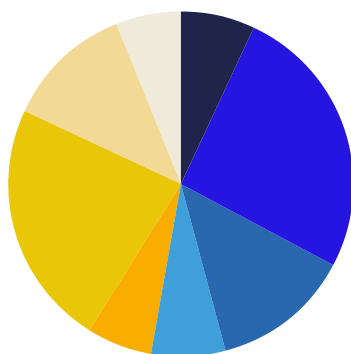
Convocatoria a webinars



Total de colaboradores 13,746



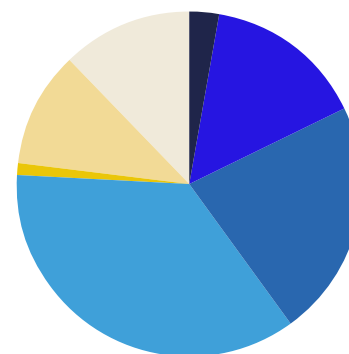
Mujeres  18-24 años  25-35 años  36-45 años  46+ años
 Hombres  18-24 años  25-35 años  36-45 años  46+ años



 6%  13%
 22%  7%
 6%  14%
 24%  8%



 0%  21%
 17%  14%
 0%  20%
 15%  13%



 0%  11%
 1%  12%
 3%  22%
 15%  36%

NUESTRA GENTE



Colaboradores

GRI[102-7] GRI[102-8]
[GRI 405-1]

Somos una empresa de gente, por lo que buscamos que nuestros colaboradores vivan el entusiasmo de ser parte de una gran familia, con una cultura ética sólida y un paquete de beneficios atractivo.

Creemos que el talento es más que solo capacidades, y consideramos que la buena actitud, partiendo de nosotros, debe ser lo que nos agrupa y fortalece.



NUESTRA GENTE

Cantidad de colaboradores que completaron el proceso de inducción

3,032

Proceso de Inducción

La llegada de talento nuevo es muy importante para nosotros. Es por eso que este año lanzamos nuestra plataforma virtual de inducción en 7 países con el objetivo principal de que esta misma sirva como guía a la orientación adecuada en sus primeros pasos dentro de la organización. Está guía proporciona el paso a paso del proceso de incorporación y se compone de documentos, tareas, ejercicios, accesos a los sitios clave de la organización y lo más importante, ¡Generar la mejor experiencia! Está dividida en 3 pasos y sus principales ejes son:



1
Conocer sobre la historia, la cultura y evolución de Grupo Unicomer y cómo impacta en lo que somos hoy en día.



2
Comprensión de cómo opera Grupo Unicomer.



3
Expectativas y los factores de éxito

www.inducciongrupounicomer.com





NUESTRA GENTE

Proceso de Atracción de Talento

Para seguir atrayendo al mejor talento, contamos con un equipo el cual lleva a cabo los procesos de reclutamiento. Este proceso apalanca el alcance de un desempeño sostenible, a través de la selección e incorporación de la mezcla adecuada de talento de alto desempeño y compromiso, permitiendo alcanzar los objetivos estratégicos de nuestra gestión.



Proceso de Inducción



NUESTRA GENTE

Planes de Carrera

Realizamos el lanzamiento de nuestro Virtual Career Center en los países de Latinoamérica, el avance exponencial de Grupo Unicomer nos exige brindar herramientas que permitan al colaborador comprender su entorno de crecimiento, por eso mismo nuestro Virtual Career proporciona la orientación adecuada a los colaboradores para ser protagonistas de su propia carrera y ayudarles a encontrar el desarrollo en Grupo Unicomer, potenciando las habilidades y competencias de mayor relevancia.



Esta herramienta también amplía sobre los principales conceptos que todo colaborador debe comprender previo a tomar la ruta de crecimiento:

1 Mapas de carrera

2 Habilidades que son críticas para el futuro de la organización

3 Plan de desarrollo individual



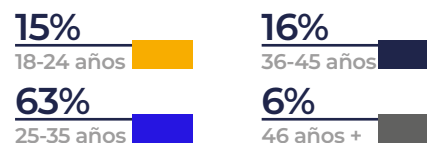
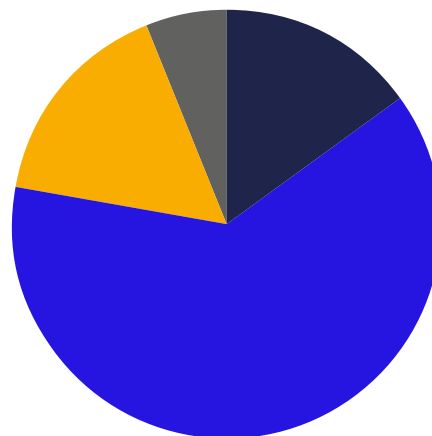
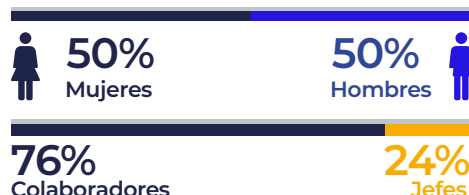
NUESTRA GENTE

Promoción Laboral

El crecimiento profesional y personal de nuestros colaboradores es uno de los objetivos de nuestra "Política de Adquisición de Talento". Esta herramienta ofrece la posibilidad de participar en los procesos de selección y así buscar oportunidades de crecimiento interno en la empresa.



Colaboradores Promovidos **859**



Nuevos Ingresos

La atracción de nuevo talento es una oportunidad para el crecimiento y diversidad de nuestros grupos de trabajo. Esto nos permite crecer en cantidad, pero también en calidad de talento. Este año han ingresado a nuestra familia colaboradores que brindan apoyo desde diferentes países, aportando nuevas experiencias y conocimientos, que abonan a una visión común.

La adquisición de nuevo talento nos ha permitido crear caminos innovadores y nuevas formas de trabajo en equipo, logrando así el crecimiento sostenido en nuestras operaciones.

3,245

Cantidad de Colaboradores de Nuevo Ingreso

CALIDAD DE VIDA LABORAL



Que nuestros colaboradores tengan un balance vida-trabajo es muy importante para nosotros. Es por eso que se han trabajado diferentes iniciativas para crear un buen balance entre sus actividades laborales y sus responsabilidades personales. Algunas de estas iniciativas son:

Política de Teletrabajo

Esta política es una herramienta que brinda flexibilidad a los colaboradores para cumplir con los objetivos de la organización y las necesidades de los clientes. Promover la retención y el desarrollo de los colaboradores mediante un equilibrio entre la vida laboral y personal aumenta en ellos la satisfacción laboral, productividad y sentimiento de pertenencia a la organización. Mediante la creación de un ambiente de confianza, todos los objetivos pueden ser alcanzados.



Estrategia de Beneficios

Se cuenta con una estrategia de beneficios basada en 4 pilares:



Consíéntete: Son todas aquellas oportunidades que tienen nuestros colaboradores para cuidar de su salud y bienestar.



Conéctate: Son las oportunidades que tienes de interactuar con la empresa y compañeros, aquellos que motivan y fomentan la cultura Unicomer.



Comparte: Son los beneficios que pueden compartir con la familia y amigos.



Desarrollate: Si tú creces, la compañía crece. Queremos proporcionar un ambiente donde desarrolles todo tu potencial.



DESARROLLO INTERNO



El desarrollo de todos nuestros colaboradores es parte del día a día de nuestras operaciones, por lo que contamos con una política de Gestión y Desarrollo de Talento, la que tiene como objetivo definir y medir el cumplimiento de los objetivos individuales, su desarrollo y desempeño.

Cada colaborador puede tener un “Plan de Gestión de Talento”, este tiene como objetivo identificar las brechas y elaborar un plan de acción de desarrollo interno. Una vez identificadas las brechas de aprendizaje, se le invita al colaborador a tomar los cursos especializados de la Universidad Unicomer.

La Universidad Unicomer actúa como socio estratégico del negocio generando desempeño y rentabilidad a través del desarrollo de experiencias de aprendizaje para los colaboradores.



*Los cursos presenciales tienen una duración promedio de 8 horas. Los cursos virtuales tienen una duración promedio de 1 hora.

FORMACIÓN PRESENCIAL

Cantidad de Colaboradores **36,143**

Cursos **1,835**

Horas **354,923**

FORMACIÓN VIRTUAL

Cantidad de Colaboradores **10,141**

Cursos **1,407**

Horas **129,324**



En alianza con El Puerto de Liverpool y la Universidad Unicomer se lanzó el primer programa de liderazgo integral 100% virtual asincrónico, esta ruta de aprendizaje brinda una amplia visión de ser un líder en 360 grados, este programa culminó con más de 72 actividades formativas durante 12 meses cargados de grandes conocimientos, parte de los aprendizajes obtenidos son:

Cantidad de Colaboradores	Cantidad de cursos	Total de Horas
500	72	15,397

- ▶ Identificar los aspectos que ayudan a obtener una mejor autoestima y conocimiento de si mismo para enfocarse en el desarrollo de un plan de vida y carrera.
- ▶ Fortalecer personalmente las capacidades de generar confianza y manejar sus emociones para el logro de los objetivos.
- ▶ Adaptación al cambio, habilidad que todo líder debe desarrollar.
- ▶ Los participantes serán capaces de conocer e identificar los aspectos que ayudarán a tener una mejor gestión de sus colaboradores para el cumplimiento de los objetivos de su área.

LIDERSHIFT

Este programa fue diseñado para desarrollar las competencias claves que todo líder Unicomer debe manejar, con el objetivo de liderar a los equipos de una forma extraordinaria, brindando los conceptos y principios claves de Grupo Unicomer así como la facilitación en metodologías y perspectiv-

as de liderazgo en alto impacto. El programa fue impartido por expertos internos y externos de alto nivel, que bajo sus conocimientos y experiencias compartieron en diferentes actividades durante 12 meses con todos los participantes.

Cantidad de Colaboradores	Cantidad de cursos	Total de Horas
383	54	9,709





Con el objetivo de fortalecer el conocimiento del producto y mantener una cultura de alto servicio en nuestras ópticas se desarrolló este programa de formación, dando como principal contenido temas relacionados a moda y el eje clínico de nuestro negocio y siempre con el objetivo de brindar la mejor experiencia de compra a nuestros clientes. Los temas fueron desarrollados por expertos internos y expertos de talla mundial, parte del programa de formación fue:

Cantidad de Colaboradores	Cantidad de Cursos	Total de Horas
345	23	2,416

▶ Educación Clínica

▶ Moda/Tendencias

▶ Actualizaciones del Negocio

▶ Desarrollo de Nuevas Herramientas

Formación para Fortalecer Competencias de Liderazgo

A través de diversos programas de formación o actividades buscamos constantemente promover e incentivar el liderazgo a través de nuestro modelo de liderazgo de Grupo Unicomer, alineando a los equipos y potenciando las

competencias claves del negocio, brindando múltiples herramientas o programas de formación que profundizan o elevan la consciencia de nuestro modelo y promueve la gestión de las múltiples responsabilidades a través del liderazgo.

Cantidad de Colaboradores Presencial	Cantidad de Colaboradores Virtual	Total de Colaboradores
1,313	1,327	2,640



DESARROLLO INTERNO



Evaluación de Desempeño

La Gestión al Desempeño es el proceso que establece cómo medimos el rendimiento del 100% de nuestros colaboradores contra objetivos "QUÉ", 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 directamente relacionada a los comportamientos de liderazgo esperados y valores. Gestión del Desempeño, además de asegurar el valor a los accionistas y de moldear la cultura de alto rendimiento, es un proceso base para la gestión del talento para

[GRI 404-3]

el tratamiento diferenciado de personas, como se manifiesta en nuestras decisiones acerca de desarrollo, reconocimiento y compensación. Todos los colaboradores en todos los niveles reciben su evaluación de desempeño dos veces al año, mediante reuniones 1:1 con su jefe y en conversaciones con su equipo directo. Este es el proceso mediante el cual el desempeño de los equipos y de las personas, contra los objetivos acordados, es monitoreado y manejando para impulsar una responsabilidad clara de los resultados de la empresa.

Las conversaciones 1:1 son el elemento impulsor de la cultura del sistema de gestión de desempeño. Es la naturaleza del diálogo y las acciones correspondientes, las que impulsan el desempeño y el compromiso, y que moldea la cultura esperada.

Las reuniones de equipo son las equivalentes de las 1:1, pero para el equipo, con el mismo objetivo de mantener un diálogo continuo sobre el desempeño comparado con los objetivos del equipo y para asegurar la entrega de resultados.

SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

Clínica Empresarial

[GRI 401-2] [GRI 403-6]

La salud e integridad física de nuestros colaboradores es importante para el bienestar de ellos mismos y de sus familiares. En nuestras operaciones de Latinoamérica, la mayoría de países cuentan con su propia clínica empresarial, en donde pueden agendar y realizar sus citas médicas con profesionales, brindándoles atención personalizada y seguimiento a sus consultas.



Cursos de Formación

[GRI 401-2]

Cada año se trabaja en un plan de cursos de formación para nuestros colaboradores sobre los temas de salud y seguridad en el trabajo, con el objetivo de brindar herramientas técnicas y prácticas para prevenir cualquier tipo de accidente, así como también darles cursos de bienestar personal. Algunos de los cursos que se imparten son: Manejo de Extintores, Primeros Auxilios, Manejo del Estrés y Salud Mental, Inteligencia Emocional, Finanzas Personales, entre otros. También se realizan simulacros de evacuación en nuestras instalaciones, para estar preparados ante cualquier emergencia que se pueda presentar.



Programas de Bienestar Personal

Los cursos impartidos sobre los Programas de Bienestar Personal tienen como objetivo apoyar a nuestros colaboradores en tres dimensiones, desarrollo profesional, personal y familiar. Es importante tener un balance entre estas 3 dimensiones para ser un ser humano integral y con pleno desarrollo emocional e intelectual.

Cantidad de Colaboradores Presencial	Cantidad de Colaboradores Virtual	Total de Colaboradores
4,138	162	4,300





SEGURIDAD Y PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

[GRI 418-1]

La seguridad y protección de la información es la pieza clave para un buen balance entre la confianza con nuestros clientes y la continuidad del negocio. Tomando como base tres pilares importantes: la Integridad, Confidencialidad y Disponibilidad para garantizar el mejor tratamiento de la información y crear los mejores mecanismos de control.

La protección de la información de nuestros colaboradores, clientes y proveedores es muy importante; por lo que contamos con un especialista en ciberseguridad para que los controles de protección de datos no sean vulnerados.

CIBERSEGURIDAD



La protección de la información de nuestros colaboradores, clientes y proveedores es de suma importancia para nuestra empresa, tomamos con extremo cuidado cada uno de los aspectos tecnológicos y humanos, pues cada vez se tienen más intentos de vulneraciones a la información privada.

Nuestra visión holística de la seguridad comprende temas preventivos y medidas de acción que se deben tomar en caso se tuviera un ataque, además, ponemos a prueba todas las áreas de forma regular para validar la efectividad de nuestros controles y procesos.

Una de nuestras principales estrategias es la capacitación de todos nuestros colaboradores, para que estén conocedores de todos los posibles ataques cibernéticos que pueden sufrir.

Cantidad de Colaboradores	7,626
Cantidad de Cursos	2
Total de Horas	8,218

Controles de Seguridad

Nuestra seguridad integral está enmarcada en una gestión basada en controles de seguridad, que posibilita el mejoramiento de nuestra operación y al mismo tiempo fortalece la confianza de nuestros clientes y colaboradores. El control de acceso a sistemas informáticos, en seguridad informática, consiste en la autenticación, autorización de acceso y auditoría.

Por esta razón se han trabajado en mecanismos de protección de la información y de capacitación a colaboradores para que no caigan en posibles fraudes. Algunas de las acciones realizadas fueron:

1

Campañas de comunicación interna, en las cuales se presentaban diversos tips para fortalecer la cultura de seguridad de la información, donde abordamos temas de: trabajo remoto, escritorio limpio, uso adecuado de contraseñas, alertas de phishing a nivel mundial, entre otros.

Password

2

Webinars sobre Phishing, cómo protegernos y cómo actuar en caso que hayamos sido víctimas.



3

Cursos obligatorios de la Universidad Unicomer sobre la política vigente de Seguridad de la Información y Phishing.



4

Inducción a colaboradores de nuevo ingreso en temas de ciberseguridad, buena gestión de activos, canales de soporte, entre otros.



5

Se efectuaron “ataques controlados” de intentos de vulneración de la información personal, con una efectividad de los controles de seguridad de un 90%-99%, con esto concluimos que estos funcionan correctamente.



ÉTICA E INTEGRIDAD

[GRI 102-16]

Nuestros negocios de retail y prestación de servicios financieros se encuentra en 26 países de Latinoamérica, El Caribe y Estados Unidos. En todas nuestras operaciones fortalecemos nuestra cultura ética.

Gracias a la labor de nuestros colaboradores y líderes, quienes siempre han trabajado alineados a nuestros valores, es que hemos logrado llegar hasta donde estamos. En Grupo Unicomer vivimos a diario el compromiso de ser una empresa responsable y transparente, lo cual nos ha permitido crecer de forma sostenible. Desde hace unos años, venimos apostándole y trabajando en la difusión de nuestro Código de Ética, el cual buscamos que se mantenga vivo a diario en todas las líneas de nuestro negocio. Usando el Código de Ética como guía, establecemos mayor claridad acerca de los estándares y comportamientos esperados de nuestros colaboradores, proveedores y accionistas.



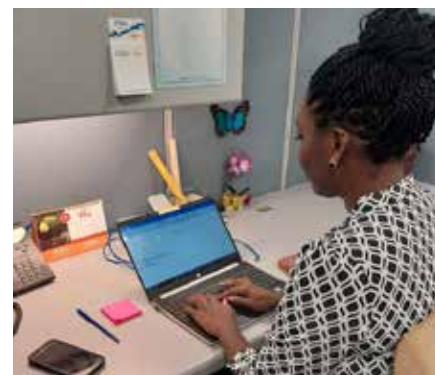
Cursos de Ética e Integridad

	2021 - 2022		
	Número de Colaboradores	Cantidad de Cursos	Total de Horas
CÓDIGO DE ÉTICA	8,117	1	8,117
BLUEBOOK	5,763	1	5,763

Nuestro Marco Regulatorio

Siendo una empresa responsable, nos aseguramos de cumplir las regulaciones vigentes de cada país donde operamos.

2021 - 2022			
	Número de Colaboradores	Cantidad de Cursos	Total de Horas
PRESENCIAL	4,820	13	5,655
VIRTUAL	1,847	5	1,932



Ambiente Libre de Acoso

Creemos firmemente en buscar y generar espacios libres de acoso de cualquier forma. El acoso de cualquier tipo como sexual, psicológico, físico, cibernético o acoso de terceros, constituye un riesgo psicosocial que puede afectar la salud

y/o desempeño y es totalmente inaceptable. Por lo que hemos impartido varios cursos para educar a nuestros colaboradores sobre cuales son los tipos de acoso que existen y los canales que pueden utilizar para reportarlos.

2021 - 2022			
	Número de Colaboradores	Cantidad de Cursos	Total de Horas
PRESENCIAL	1,286	3	1,380



ÉTICA E INTEGRIDAD

Comités de Ética

[GRI 102-17]



Este mecanismo de control y balances vela por la consistencia de nuestra cultura ética, asegurando la objetividad y transparencia en el proceso de investigación.

Política de No Represalias

Todos nuestros canales para reportar alguna violación al Código de Ética se basan en una política de no represalias, esto significa que se basa en el criterio de que todas las denuncias realizadas han sido reportadas honestamente y no tendrán ningún tipo de represalia. Estamos comprometidos con la protección de los derechos de aquellos, que de buena fe, informan asuntos relacionados con el Código de Ética. Así mismo, se les notifica a quienes hayan reportado una denuncia, que deben notificar sobre cualquier recriminación o amenaza recibida como consecuencia del reporte de conducta no ética presentado.

Declaración de Conflicto de Interés

Como parte de nuestra cultura ética, se han implementado mecanismos para evitar y gestionar los posibles conflictos de interés. Nuestro Código de Ética detalla que todos los colaboradores deben llenar el “Formulario de Declaración de Conflicto de Interés” donde se espera que reporten los conflictos de interés reales y/o potenciales a través de la declaración anual la cual se archiva en el expediente de cada uno. En caso de que existiere un conflicto, el colaborador debe presentar un plan de acción de mitigación del conflicto, el cual debe ser aprobado y firmado por su jefe inmediato, y avalados por el jefe de segundo nivel. Los conflictos de interés declarados por los colaboradores son consolidados por Capital Humano de cada país para su resolución y presentados al Comité de Ética Local. Cada trimestre, los Comités de Ética Locales presentarán el resumen de los conflictos con su adecuada resolución, al Comité de Ética Regional y Comité de Ética Corporativo.

CULTURA ÉTICA

Valores [GRI 102-16]

A través de nuestros valores y principios, compartimos una visión general ética y su aplicación diaria, asegurándonos que el comportamiento individual esté alineado con los mismos.

Contamos con seis valores fundamentales que conducen los comportamientos esperados.

Trabajo en Equipo



Estamos comprometidos a colaborar mutuamente y sentir responsabilidad colectiva por cumplir con nuestra misión, visión y valores.

Responsabilidad



Somos responsables por el impacto de nuestras actividades en los colaboradores, clientes, comunidades y medio ambiente.

Servicio al Cliente



Lideramos mediante el ejemplo y valoramos a los líderes por su capacidad de preocuparse por los demás, sostener una clara comunicación y compromiso a persistir.

Lealtad



Nos anticipamos y respondemos a las necesidades de nuestros clientes ofreciéndoles los mejores productos.

Integridad



Actuamos de manera comprometida y transparente para evitar la corrupción y promover la confianza entre nuestros clientes, colaboradores, inversionistas, proveedores y comunidades.

Liderazgo



Actuamos con honestidad y decimos siempre la verdad.



CULTURA ÉTICA

Nuestro Way of Working

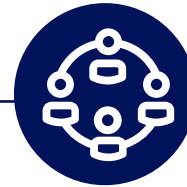
[GRI 102-16]

Nuestro Way of Working refleja la forma en que queremos que nuestro negocio sea liderado y la manera en que nos comportamos para asegurar nuestro éxito en el futuro.



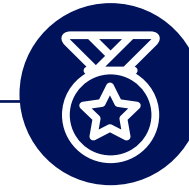
Colaboración

Alineación total entre áreas además de generar espacios para elevar la voz de los clientes, tiendas y países.



Accountability

Es un compromiso personal para tomar acción y lograr resultados. Significa ejercer de manera consciente nuestro rol y responsabilidad individual.



Mejora Continua

Buscar nuevas formas de lograr mejores resultados.

CULTURA ÉTICA

Línea Ética [GRI 102-17]

En Grupo Unicomer seguimos convencidos que el éxito de nuestra empresa es el resultado de la contribución de todas las personas que se esfuerzan para sacar el máximo provecho a cada momento. Nuestro gran equipo de trabajo nos permite ofrecerle a nuestros clientes y comunidades las oportunidades para alcanzar su mayor bienestar. A través del fortalecimiento de nuestra cultura ética a

todo nivel, logramos asegurar nuestro crecimiento sostenible. Es por eso que ponemos a disposición nuestros canales de línea ética a colaboradores, proveedores y clientes, para que puedan reportar cualquier desviación.

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

Canales

WhatsApp:
+51 989043514

Correo Electrónico:
reportes@etica-unicomer.com

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



SERVICIO AL CLIENTE

El enfoque de un buen servicio al cliente es lo primordial, cada colaborador en tiendas recibe charlas sobre como comunicarse y abordar de la mejor manera a cada cliente, ofreciéndoles beneficios diferenciadores, solventando dudas de los productos, atendiendo a los clientes en diferentes canales, y proporcionándoles un servicio de calidad durante la venta y postventa.

NPS LATINOAMÉRICA

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.



NUESTROS CLIENTES



+2.2 Millones
Clientes



10,208,101
Interacciones
Promedio al Mes



+1.2 Millones
Clientes Activos
en Créditos



6,271,391
Seguidores



+1.9 Millones
Cuentas Activas



+4.2 MM
Impresiones



+7 Millones
Unidades Vendidas



+27.3 Millones
Tráfico de Usuarios

SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS

[GRI 413-1]

Todos nuestros productos están certificados por el Laboratorio Total Test donde innovamos nuestro proceso de control de calidad, manteniendo el liderazgo en la satisfacción del cliente al comprar nuestros productos. Es un área de 300m2 y con un grupo de ingenieros certificados y calificados para el desarrollo de pruebas técnicas. Verificamos el cumplimiento de normas, tales como:



RoHS



536 Productos
Probados

430 Productos
Aprobados

628 Productos
Inspeccionados
por SGS

Estos procesos de verificación y certificación siguen los siguientes pasos:



Inspección de la Muestra

en fábrica bajo estándares R&D por parte de GFC.



Evaluación y Aprobación

de productos seleccionados.



Filtro de Evaluación

clasificación y selección de fábricas especializadas de acuerdo a estándares de calidad y buenas prácticas de manufacturas.



Auditoría Técnica

e inspección de las diferentes fábricas.



Inspección de Productos

finales acorde a hojas técnicas para libera despachos (AQL).

Se cuenta con una amplia variedad de máquinas para probar las diferentes líneas de productos que comercializamos y así garantizarles a nuestros clientes productos de calidad y eficiencia.



Cámara de Simulación de Clima (1)

Muestras pequeñas son sometidas a condiciones climáticas con temperatura y humedad controladas para generar estrés por ambos factores.



Plataforma de Simulación de Transporte

A través de vibraciones mecánicas a frecuencias variables, se prueba si los productos sufren defectos en el transporte por fallas de fábrica antes que estos lleguen a la región.



Cámara de Simulación de Lluvia

(IP3, IP4, IP6, IP7)
Muestras resistentes al agua son sometidas a esta prueba según la norma de resistencia al agua del producto.



Cámara de Resistencia a la Salinidad

A través de vapor salino, se comprueba la resistencia de productos a la exposición con la sal del mar y sudor.



Cámara de Prueba UV

Usando exposición de luz UV, se prueba la resistencia de materiales blancos a cambiar a tono amarillos o pálidos.



Cámara de Envejecimiento

Haciendo uso de calor y viento, se someten productos a envejecimiento de sus materiales.



Equipo de Prueba Útil de Baterías

A través de ciclos de carga y descarga programada se prueba la vida útil de las baterías.



Cámara de Impacto de Baterías

Simula impacto provocado por equipaje de carga, esto para seguridad en transporte aéreo.



Cámara de Abuso Térmico de Baterías

Se aplica una temperatura elevada cerca de 70°C y luego cae cerca de -40°C para simular el cambio de temperatura de un avión de carga en países de tránsito.



Probador de Cortocircuito en Baterías

Haciendo uso de calor y viento, se someten productos a envejecimiento de sus materiales. Aplica un cortocircuito para verificar la capacidad de protección de la batería ante un evento de cortocircuito inesperado.



Prueba de Vibración de Baterías

(IP4, IP6, IP7)

Usando vibraciones a alta frecuencia, se prueba la resistencia de las baterías a deformarse sin causar efectos adversos a la seguridad de los dispositivos.



Cámara de Simulación de Clima (2)

Productos grandes son sometidos en esta cámara para confirmar buen funcionamiento en los diferentes climas de la región.



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



SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS



Manejo del Ciclo de Vida de los Productos [GRI 301-2]

Para asegurar la calidad de los productos y servicios que les ofrecemos a nuestros clientes, no solo ejecutamos diferentes pruebas en nuestro laboratorio TotalTest, sino también damos servicio de atención post-venta con Servi-

Total para completar el proceso de ciclo de vida del producto de manera eficiente. Los productos que son aprobados dentro de TotalTest, son aquellos que corresponden a nuestras marcas privadas, que pasan por nuestro laboratorio de prueba y antes de ser

despachadas a nuestras bodegas, son inspeccionadas por SGS. Todas aquellas piezas que ya no pueden ser reparadas, de igual forma se desechan de manera responsable por medio de compañías recicladoras certificadas.



SERVICIO POST VENTA



Manejo del Ciclo de Vida de los Productos [GRI 301-2]

Se detalla el porcentaje por categoría de producto de aquellas unidades que se cambian por producto nuevo, se reparan por averías y la venta de garantías extendidas.

PORCENTAJE DE PRODUCTOS QUE SE CAMBIO POR PRODUCTO NUEVO			
Electrónicos y Computadoras	Línea Blanca	Muebles y Colchonería	Otros
45%	33%	12%	10%

PORCENTAJE DE PRODUCTOS QUE ENTRARON A REPARACIÓN Y FUERON REPARADOS			
Electrónicos y Computadoras	Línea Blanca	Muebles y Colchonería	Otros
34%	40%	23%	3%

PORCENTAJE DE PRODUCTOS CON GARANTÍA EXTENDIDA/CSR			
Electrónicos y Computadoras	Línea Blanca	Muebles y Colchonería	Otros
4%	51%	31%	14%



INDICADORES

2019-2021

OPERACIONES

Colaboradores

Año	Cantidad
2019 - 2020	14,892
2020 - 2021	13,070
2021 - 2022	13,746

Nuestros Ingresos

	Centroamérica	Caribe	Suramérica	Estados Unidos
2019 - 2020	51.5%	35.8%	12.5%	0.2%
2020 - 2021	56.2%	33.2%	10.4%	0.2%
2021 - 2022	67.3%	21.9%	10.3%	0.5%

Puntos de Venta

Año	Cantidad
2019 - 2020	1,191
2020 - 2021	1,144
2021 - 2022	1,167

Metros Cuadrados

	Latinoamérica	Caribe	Estados Unidos
2019 - 2020	75.6%	23.7%	0.7%
2020 - 2021	77.5%	22.0%	0.5%
2021 - 2022	73.6%	25.9%	0.5%

Unidades Vendidas en Millones

10.30	6.70	7.01
2019 - 2020	2020 - 2021	2021 - 2022

RadioShack

Año	Unidades Vendidas (Millones)	Total de Puntos de Venta Propios	Total Puntos de Venta Franquicias	Total Tiendas RadioShack
2019 - 2020	2.46	150	181	331
2020 - 2021	1.80	135	145	280
2021 - 2022	2.60	197	144	341

INDICADORES ASG 2019-2021

SOCIALES

Estrategias Sociales Internas

Educación Becas Internas

Año	Cantidad
2019 - 2020	1,390
2020 - 2021	1,314
2021 - 2022	1,235

Colaboradores Fondo De Colaboradores Número de Beneficiarios

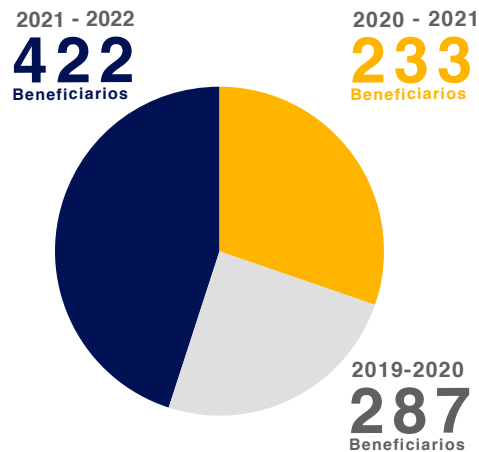
2019 - 2020	2020 - 2021	2021 - 2022
87	177	176

Fondo De Colaboradores COVID-19

2020 - 2021	2021 - 2022
1,541 Beneficiarios	2,442 Beneficiarios

Estrategias Sociales Externas

Expandiendo Horizontes



Apoyo a ONG's Número de Beneficiarios

2019 - 2020	2020 - 2021	2021 - 2022
100	60	159

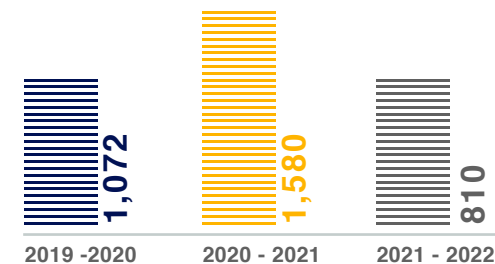
Horas de Voluntariado

2019 - 2020	2020 - 2021	2021 - 2022
10,300	165	641

Becas Externas Número de Beneficiarios

2019 - 2020	2020 - 2021	2021 - 2022
255	90	62

Giving Tuesday Número de Beneficiarios



INDICADORES ASG 2019-2021

AMBIENTALES

GESTIÓN DE RESIDUOS

Materiales Reciclados

Año	Cantidad en Toneladas
2019-2020	61.268 
2020-2021	309.203 
2021-2022	167.29 

Toneladas de Reciclaje de Eléctricos y Electrónicos

2021-2022

255.98

EFICIENCIA ENERGÉTICA

Año	MWh Generados de Energía Fotovoltaica por Páneles Solares
2020-2021	 1.79
2021-2022	 1.97

Año	Dólares en Ahorro por Generación de Energía Fotovoltaica
2020-2021	 +\$926,000
2021-2022	 + \$1,340,000

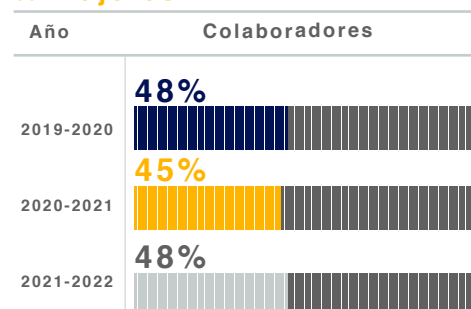
Reducción de Gases de Efecto Invernadero 10,236,906 Toneladas de CO2

INDICADORES ASG 2019-2021

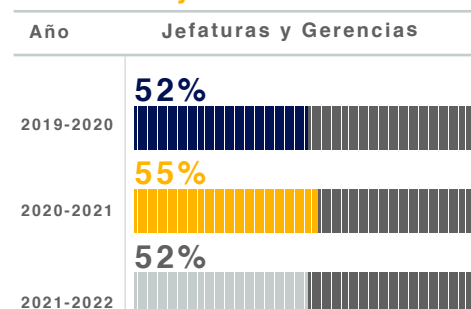
BUENA GOBERNANZA

Participación Femenina

% Mujeres



% Mujeres en Jefaturas y Gerencias



Desarrollo Interno

Horas de Entrenamientos

2019-2020	551,334
2020-2021	446,140
2021-2022	484,247



Horas de Entrenamiento en Temas de Lavado de Dinero

2021 -2022 **7,587**

Horas de Entrenamiento Código de Ética

2021 -2022 **8,117**

Nuestros Clientes

Cuentas de Créditos Activas

Año	Cantidad en Millones
2019-2020	+2.3
2020-2021	+2.0
2021-2022	+2.2

Cientes de Crédito

Año	Cantidad en Millones
2019-2020	+1.46
2020-2021	+1.30
2021-2022	+1.20

