



GRUPO MGI

Grupo consolidado Master Gift Inversiones, S.L.

Informe de sostenibilidad

2023/2024

OBJETO Y ALCANCE

El presente Estado de Información No Financiera se ha elaborado siguiendo los requisitos establecidos en la Ley 11/2018 de 28 de diciembre de 2018 de información no financiera y diversidad aprobada el 13 de diciembre de 2018 por el Congreso de los Diputados por la que se modifican el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedad de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad (procedente del Real Decreto Ley 18/2017, de 24 de noviembre).

En este contexto, se han tenido en cuenta las directrices sobre la presentación de informes no financieros de la Comisión Europea (2017/C 215/01) derivadas de la Directiva 2014/95/UE. Asimismo, se ha tenido en cuenta lo establecido en la Guía para la elaboración de memoria de sostenibilidad de Global Reporting Initiative (Estándares GRI).

El objetivo del Estado de Información No Financiera del grupo MASTER GIFT INVERSIONES, S.L. es informar de manera transparente y clara sobre cuestiones ambientales, sociales y relativas al personal y en relación a los derechos humanos relevantes para la compañía en la ejecución de nuestras actividades propias del negocio durante el ejercicio 2023-2024 (entre el 1 de abril de 2023 y el 31 de marzo de 2024). Además, y atendiendo al requisito de aportar datos evolutivos y comparables, se integran los datos correspondientes a los ejercicios 2023-2022 y 2022-2021 en los casos en los que estos facilitan la comprensión de la información reportada.

El alcance de este informe se enmarca en la operativa de nuestro grupo MASTER GIFT INVERSIONES, S.L. y sociedades dependientes, en adelante grupo MGI, que está englobada en el marco de un conjunto de sociedades que determinan el siguiente perímetro de consolidación:

- MASTER GIFT IMPORT, S.L.U
- JESMAR TOYS, S.L.
- INVERSIONES ROSADO, S.L.
- M.G.I. TIENDAS MÁLAGA, S.L.
- M.G.I. TIENDAS CANARIAS, S.L.

SOBRE NOSOTROS

Grupo Master Gift Inversiones S.L. es un grupo empresarial referente en la comercialización y distribución de productos de consumo a través de nuestras diversas unidades de negocio, entre las que se incluyen la venta al por mayor y al por menor de juegos, juguetes y artículos del hogar. A mayores, nos dedicamos a la exportación e importación de una amplia gama de juguetes, regalos y productos deportivos entre otros, además de fabricar nuestros propios productos (juegos y juguetes), y trabajar en la promoción inmobiliaria.

Nuestra historia comienza con nuestra fundación en 2017, con el propósito de ofrecer servicios de apoyo en la gestión y dirección general a las empresas que forman parte del grupo. Dentro de este conjunto, destacamos por nuestra actividad y crecimiento de negocios. Desde nuestros comienzos, nos hemos comprometido a ofrecer productos de alta calidad, cuidadosamente seleccionados y diseñados para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

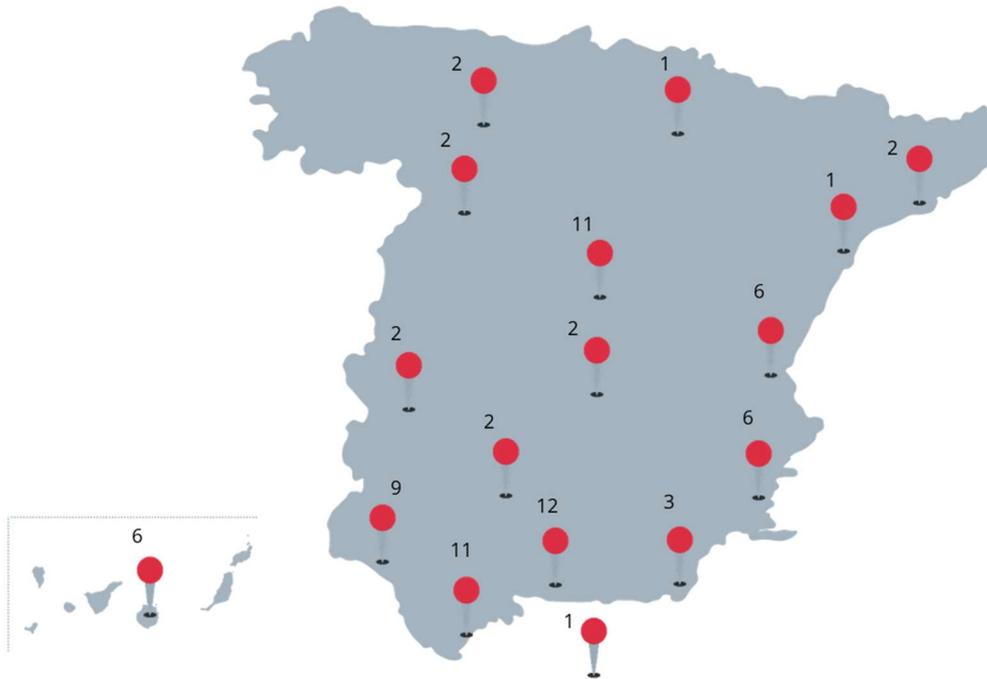
Simultáneamente, desempeñamos funciones típicas de una sociedad holding. Esto incluye la compra, venta y gestión de valores mobiliarios y participaciones en el capital de diversas sociedades. También administramos estas participaciones y financiamos a las empresas del grupo. Además, desde MGI manejamos la tenencia, licencia, explotación, gestión y administración de los derechos de propiedad industrial y los activos que están protegidos por esos derechos.

Nuestra sede se encuentra en Pasaje Poeta Rafael Alberti 2, 3º, en Ronda, Málaga.

En cuanto a la estructura de la empresa, los propietarios son Virginia y Jorge Rosado Morales, junto con José Rosado Trujillano. Son los encargados de designar al administrador general único, quien se responsabiliza de la toma de decisiones administrativas para el correcto funcionamiento de la empresa. A continuación, se muestra el organigrama de la estructura del Grupo:



Las operaciones del grupo MGI se desarrollan en España contando con un centro logístico de 42.000 m² en Antequera, una oficina y una fábrica (JESMAR TOYS, S.L.) en Alicante, y un total de 79 tiendas, incluyendo franquicias y una tienda online, que están distribuidas por todo el país de la siguiente manera:



- ALCALÁ DE GUADAÍRA Av. Príncipe de Asturias, 1
- ALCORCÓN C.C. "Tres Aguas", Av. San Martín de Valdeiglesias - 20
- ALGECIRAS C. C. "Bahía Plaza", Pol. Ind. Palmones III, 16
- ALICANTE Avda. Antonio Ramos Carratalá, 56-60
- ALMERÍA Pol. Ind. San Rafael - Cruce de la Cepa, 42
- ANTEQUERA C/ Papabellotas, 13
- BADAJOZ Ctra. Nacional V, Madrid-Lisboa, Km. 399
- CÁDIZ Avda. de La Soleá, 2
- CARTAGENA Parque Comercial Mediterráneo, calle Riga, nº 10
- CASTELLÓN Partida Pí Gros, 51D
- CEUTA Avda. de España, 19 (Edificio Ara Coeli)
- CHICLANA DE LA FRA. Av. de los Descubrimientos, 98
- CÓRDOBA CONNECTA Av. Libertador Matías Delgado, s/n - local 4
- COSLADA Parque Comercial Coslada, avda Gárate con Calle La Rioja
- DOS HERMANAS CENTRO C/ Doctor Fleming, 54, Parcela 3 - Bajo 1
- ELCHE Avda. Crevillente, 31
- EL EJIDO Plaza Teniente Arturo Muñoz, 21 - local 1
- EL PTO. DE STA. MARÍA Ctra. N-IV Cádiz-Sevilla, km 653
- ESTEPONA Av. Juan Carlos I, 67 - Junto a BBVA
- FUENGIROLA (Mijas Costa) C/ Sta. Laura, 3
- GANDÍA Avenida de la Vital 10
- GRANADA Ctra Granada, 29
- GRANADA PARQUE CIAL GRANAÍTA C/ Billy Wilder, s/n
- GETAFE C.C. Getafe, 3, Av. Juan Carlos I, 1
- HUELVA Av. Fuerzas Armadas, 6 - junto al nuevo Burguer King
- JAÉN Carretera de Madrid, 33
- JEREZ DE LA FRA. Ronda Aurora Boreal, Local 1C -
- LA ELIPA C/Mª Teresa Saenz de Heredia, 12 (Madrid)
- LEGANÉS C/ Mondragón, 1 - Centro Comercial "Sambil Outlet"
- LEPE Parque Comercial LEPESUR C/ 3 de Abril - Local 3
- LORCA Centro Comercial "Almenara" C/ De En Medio, s/n
- LOS PALACIOS Centro Cial. "Palenque" - Av. de las Marismas, 1
- LUCENA Ronda S. Francisco, 25 (junto a Centro de oportunidades)
- MARBELLA C/ Jacinto Benavente, 10 - Local 6. Edificio Marbelsum
- MÉRIDA P. Cial "La Heredad" - Av. de Alange nº2, local L-4
- MOTRIL Av. De Salobreña, 60
- MORÓN DE LA FRONTERA Pol. Ind. El Tejar - C/ Bulerías, 1
- MURCIA Av. Juan de Borbón, s/n
- MURCIA C.C. Nueva Condomina, Ctra A-7, Km 760 Local B45-B46
- RIVAS-VACIAMADRID P. Cial. "Parque Rivas" Avda. de la Técnica, s/n
- RONDA C/ Guadalquivir, 4 Pol. Ind. El Fuerte
- SALAMANCA P. Cial Atalaya de Tormes, Av. E Leclerc (Salamanca)
- SAGUNTO Parque Cial. "Vidanova Parc" Parcela M2, Local 2.19
- SEVILLA Av. Montes Sierra, 6
- TALAVERA DE LA REINA Carretera Nacional V, Km 113
- TOLEDO C. Cial. Luz del Tajo, Av. del Río Boladiez, s/n, Local 19b
- TOMARES Parque Comercial de Aljarafe, Local B11-12
- TORREJON DE ARDOZ, P.C. Corredor, Ctra. Ajalvir Centro Comercial
- VALDEMORO C/ Gaspar Bravo de Sobremonte, 8-10-12 -
- VALLECAS Av. Pablo Neruda, 91-97 Local B-5 C.Cial. "Madrid Sur"
- VÍCAR Parque Comercial "Viapark" , Local-7
- VILADECANS Av. del Segle XXI, 6 - Local 0-19-0-20
- VINAROS Ctra. Nacional N 340 KM 1049"
- VALENCIA C/ N 7 Osito II, parcela 4-5 Bajo, La pobla de Vallbona
- ZAMORA P.C. Vista Alegre, local 3 C-1, Carretera de Tordesillas, KM 1
- ONLINE, las oficinas se encuentran en el ANTEQUERA-CENTRO LOGISTICO parcela 12
- FINESTRAT Av. Azorín, 2, Finestrat (Alicante)
- MELILLA Parque Murias Melilla, Paseo de las Rosas, 19º Melilla
- FUENLABRADA Nexum Retail Park, c/ de Mostoles, 109 (Madrid)
- PALENCIA C/ Andalucía, 4 Local 4 Palencia
- LEON P.C. OALMA CENTRE, Local 4 León
- VALLADOLID, C.C. PARQUE SOL, Av. Real Valladolid, 5 Valladolid
- AÑAZA Avda. Luis Celso García Guadalupe, 116 Tenerife
- LAS PALMAS Ctra. del Norte, 112
- TELDE C. Cial. "Las Terrazas", local R-22, autovía GC-1, km 5,5
- TENERIFE NORTE LA LAGUNA Av. El Paso, s/n
- TENERIFE SUR LAS CHAFIRAS Ctra TF-655, 3 (San Miguel de Abona)
- LA OROTAVA C/Molinos de Gofio, 2, C.C. El Trompo
- MÁLAGA NOSTRUM C/ Lugo, 6
- MÁLAGA Av. Simón Bolívar, s/n - C. Cial. Málaga Rosaeda, Local A-1
- RINCÓN DE LA VICTORIA C.C. C/ Arroyo de Totalán, 36
- VALENCIA C/ José Puertes s/n
- VÉLEZ-MÁLAGA C/ Ruta de los Carboneros, s/n Velez-Málaga
- CIUDAD REAL- C/ Segadores, 34 Miguelurra (Castilla-La Mancha)
- ALCAZAR DE SAN JUAN- C/ Metalurgia, 3 Alcazar de San Juan (Ciudad Real)
- MORON DE LA FRONTERA-Pol. Ind. El Tejar, C/Bulerías, 1 Moron de la Frontera (Sevilla)
- ECÍJA-Avda. del Genil, s/n Ecija (Sevilla)
- TOCINA-C/ Jovellanos, 10 Tocina (Sevilla)
- SAN JOSE DE LA RINCONADA- C/ Madrid (Sevilla)

Modelo de negocio

A continuación, se describe la estrategia empresarial de la compañía para el ejercicio 2023-2024, que abarca desde la adquisición y gestión de activos hasta su posterior comercialización y rentabilización. Esto ofrece una visión integral de cómo desde MGI Inversiones creamos valor, detallando nuestras principales líneas de actividad, mercados de operación y las dinámicas clave que impulsan nuestro crecimiento sostenible en un entorno competitivo.

MG INVERSIONES se enfoca en brindar servicios a las empresas del grupo y no se involucra en cadenas de suministro ni procesos productivos.

MASTER GIFT IMPORT, S.L., (en adelante, Master Gift Import) se encarga de adquirir y fabricar en exclusiva productos personalizados a través de distintos proveedores locales, europeos e internacionales. Estos productos son enviados al centro logístico en Antequera, donde, tras ser revisados e inventariados, se distribuyen a las tiendas MGI para su posterior venta al consumidor final.

INVERSIONES ROSADO, S.L., (en adelante, Inversiones Rosado) se centra en la promoción inmobiliaria y el alquiler de propiedades, sin involucrarse en cadenas de suministro ni en procesos de producción.

MGI TIENDAS MALAGA, S.L. y MGI TIENDAS CANARIAS, S.L. (en adelante, MGI Málaga y MGI Canarias) son las empresas propietarias de algunas tiendas MGI. Estas compañías reciben los suministros a través de Master Gift Import y se encargan de ofrecerlos al consumidor final.

JESMAR TOYS, S.L., (en adelante, Jesmar Toys) adquiere mercancías, materias primas y otros suministros de diversos proveedores locales, europeos e internacionales. Estos materiales se utilizan en la fabricación de sus productos (muñecos/as). Una vez completado el proceso de producción, Jesmar Toys vende los productos a centros comerciales y a otras empresas distribuidoras para su posterior venta al público.

Estrategia y posicionamiento

Nos distinguimos por una estrategia integral y bien definida que guía el crecimiento y posicionamiento de cada una de nuestras sociedades. En un entorno competitivo, el grupo busca no solo consolidarse en nuestros respectivos sectores, sino también expandir esta influencia y asegurar nuestra rentabilidad sostenida.

Dentro de la estrategia del Grupo MGI, establecemos metas específicas para cada una de las

sociedades:

- **Master Gift Import, MGI Málaga, MGI Canarias y Jesmar Toys** tienen como objetivo lograr un sólido posicionamiento en sus respectivos sectores, alcanzando una posición de liderazgo y crecimiento. Estas empresas buscan beneficios económicos, solidez y expansión territorial, alineando sus esfuerzos para consolidarse como referentes en el mercado.
- **Inversiones Rosado** se centra en obtener beneficios económicos mediante el alquiler y venta de sus inmuebles, gestionando su cartera con un enfoque en la maximización de ingresos y la revalorización de sus activos.
- **MG INVERSIONES** actúa como la empresa matriz encargada de administrar las distintas sociedades del grupo. Su meta es impulsar a cada una de estas empresas, proporcionándoles el apoyo y las herramientas necesarias para que puedan alcanzar sus objetivos estratégicos.

Para dar seguimiento a estas metas, la compañía emplea diversos mecanismos estratégicos:

- **Control y seguimiento de costes:** se monitorean el margen bruto general y los resultados desglosados por tienda, artículo y precio. Esto nos permite ajustar los precios de los productos de manera oportuna para mantener la competitividad y rentabilidad.
- **Reuniones mensuales de planificación:** se llevan a cabo reuniones periódicas con los diferentes departamentos para analizar y evaluar las mejores opciones de localización de tiendas en las distintas comunidades autónomas. Se estudia el potencial de cada ubicación, se planifican las inversiones y se determinan los periodos de amortización basados en los rendimientos esperados.
- **Revisión de oportunidades de mercado:** se exploran y evalúan las oportunidades de comprar o vender inmuebles, siempre con el objetivo de obtener beneficios económicos adicionales que fortalezcan la posición financiera del grupo.

Esta estrategia nos permite mantener un enfoque proactivo, adaptándonos a las dinámicas del mercado y asegurando un crecimiento sostenido en todas las áreas de operación.

Nuestro enfoque y compromiso

Misión

Proveer diferentes artículos, tales como, juguetes, muebles, artículos de cocina y muñecas de calidad a un precio asequible.

Visión

Nuestra visión se centra en un crecimiento continuo para aumentar el reconocimiento de las marcas MGI y JESMAR, instalándonos en grandes superficies para ampliar nuestro alcance y llegar a un mayor número de personas. Además, a través de la sociedad Inversiones Rosado revisamos constantemente las oportunidades en el mercado inmobiliario, buscando la adquisición, explotación y/o transmisión de inmuebles, lo que contribuye al fortalecimiento y expansión del grupo.

Valores

Los valores del grupo se basan en la prevención proactiva de todos los escenarios posibles, enfrentando las amenazas con determinación para convertirlas en oportunidades. Nos comprometemos a ser lo más eficientes posible en todas nuestras operaciones, al mismo tiempo que fomentamos un clima de respeto hacia los trabajadores y sus derechos, garantizando un ambiente laboral justo y equilibrado.

Nuestras prioridades y desafíos

En el contexto empresarial actual, la gestión de las tendencias emergentes del mercado, las expectativas de los grupos de interés y los asuntos relevantes corporativos son fundamentales para el éxito y la sostenibilidad de cualquier organización. La identificación y priorización de estas cuestiones que afectan al grupo permiten a las empresas alinear sus estrategias con las necesidades y demandas del entorno en el que operan. De este modo, se pueden identificar necesidades cambiantes, anticipar riesgos y oportunidades, y mejorar la toma de decisiones. Esto facilita el fortalecimiento de relaciones clave, asegurar el cumplimiento de responsabilidades sociales y normativas, contribuir a la innovación y optimizar el rendimiento empresarial.

Grupos de interés

Desde MGI mantenemos una comunicación fluida con los grupos de interés, que permite conocer sus expectativas y adelantarse en la identificación de riesgos y oportunidades emergentes para las líneas de negocio. Para ello, se han identificado los grupos de interés y las relaciones que mantienen con la compañía:



Tabla 1. Grupos de interés de MGI

GRUPOS DE INTERÉS	RELACIÓN
TRABAJADORES	La comunicación directa con los empleados se realiza a través de correo electrónico, teléfono y el portal del empleado.
CLIENTES Y CONSUMIDORES	Ponemos a disposición de los clientes y consumidores la página web (https://www.tiendasmgi.es/) con un apartado de servicio de atención al cliente, con un número de teléfono específico. Desarrollamos una aplicación móvil para hacer más intuitivo el proceso de compra y, por último, también contamos con un blog que incluye información que puede resultar relevante e interesante como, por ejemplo, recomendaciones de electrodomésticos según su consumo energético.

ADMINISTRACIONES PÚBLICAS	Estamos en permanente escucha, muestra de absoluto respeto ante los organismos públicos que, de esta manera, son un respaldo para la compañía.
ORGANIZACIONES LOCALES	Mantenemos una comunicación abierta y fluida con asociaciones y entidades locales con las que se colabora activamente.
PROVEEDORES	Cada cierto tiempo se organizan reuniones con los proveedores, vía online o presencial, que permiten mantener un diálogo fluido, revisar precios y campañas.

Además, desde MGI se establecen canales de comunicación directos a través de las redes sociales:

Tabla 2. Presencia en redes sociales

RED SOCIAL	Nº SEGUIDORES
Facebook	167.000
Instagram	68.100
X (twitter)	442
TikTok	35.200
YouTube	694
LinkedIn	82.000

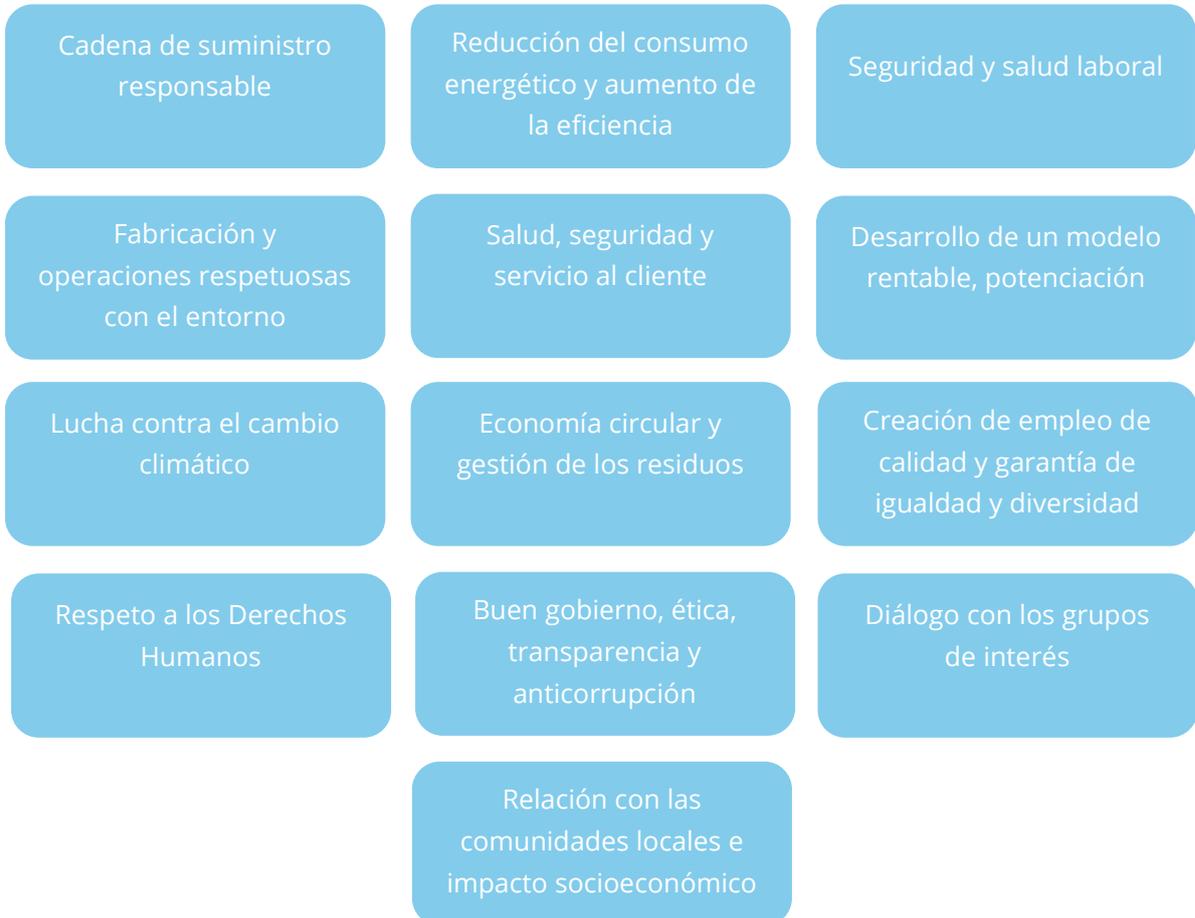
Cuestiones relevantes corporativas

Este diálogo con los grupos de interés es crucial para identificar y comprender las cuestiones más relevantes que afectan a todas las partes involucradas. A través de una comunicación continua y efectiva, integramos en nuestra gestión empresarial las expectativas y preocupaciones de los grupos de interés.

Hemos identificado varios asuntos clave que son de alta prioridad tanto para la empresa como para nuestros grupos de interés. Estos asuntos incluyen aspectos operativos, sociales

y ambientales que influyen en la sostenibilidad y el desempeño general del negocio, y que deben ser abordados de manera proactiva para mantener la alineación estratégica y la relación positiva con los *stakeholders*.

A continuación, se presentan las cuestiones más relevantes:



Tendencias del Mercado

La empresa se encuentra inmersa en un entorno empresarial dinámico y desafiante, donde múltiples tendencias globales y factores impactan en nuestro desempeño e influyen en nuestra operatividad. Para enfrentar estos retos, hemos optado por una estructura horizontal que nos permite adaptarnos con agilidad a los cambios del mercado y responder de manera efectiva a las demandas emergentes.

Entre las tendencias más destacadas se encuentran la globalización y el crecimiento del comercio online, que han revolucionado la manera en que los consumidores adquieren

productos. La preferencia creciente por las compras electrónicas y la comodidad de recibir productos directamente en casa han intensificado la competencia en el mercado. Esta transformación exige que la empresa establezca una sólida presencia digital y una red de distribución eficiente. Para mantenernos relevantes y competitivos, apostamos por un enfoque de omnicanalidad, que nos permite integrar diversos canales de venta y comunicación. Esta estrategia no solo facilita el acceso de los clientes a los productos y servicios, sino que también refuerza el servicio al cliente, creando una experiencia de compra única y personalizada en cada ocasión.

Simultáneamente, la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental se han convertido en preocupaciones cruciales para consumidores y gobiernos a nivel global. Las regulaciones ambientales son cada vez más estrictas, lo que impacta en la selección de productos y procesos de fabricación. Desde Grupo MGI estamos trabajando para adaptar nuestras prácticas, implementando métodos de producción más sostenibles y utilizando materiales alternativos que minimicen el impacto ambiental. Este enfoque no solo ayuda a cumplir con las expectativas regulatorias y sociales, sino que también fortalece la reputación de la empresa como un actor responsable en nuestro sector.

Además, el avance tecnológico en los sistemas de producción está impulsando una innovación constante. Debemos mantenernos al tanto de las últimas tecnologías para optimizar nuestros procesos, mejorar la eficiencia y ofrecer productos de alta calidad. La incorporación de nuevas tecnologías permite a la compañía no solo mejorar nuestra capacidad de producción, sino también responder rápidamente a las demandas cambiantes del mercado y a las oportunidades emergentes.

A través de esta adaptación continua y la atención a las tendencias y regulaciones, buscamos consolidar nuestra posición en el mercado y asegurar un crecimiento sostenible a largo plazo. En este contexto, identificamos algunos retos para el negocio, entre los que destacan los problemas en las cadenas de suministro o cambios de los hábitos de consumo. Complementariamente asignamos un grado de impacto a cada problemática:

Tabla 3. Problemáticas en el modelo de negocio

PROBLEMA	IMPACTO
Cadena de suministro	Impacto alto
Encarecimiento de producto terminado	Impacto medio
Cambio hábito compra	Impacto bajo
Cambio canales de compra	Impacto bajo

Innovación y transformación

En un entorno cambiante, MGI ha apostado por la transformación digital y sostenible de su negocio, lo que le ha permitido mejorar significativamente sus resultados. En este contexto, la empresa ha reforzado su presencia en línea y ha ampliado su red de tiendas físicas para adaptarse a las nuevas dinámicas del mercado.

Se ha reenfocado la estrategia hacia la sostenibilidad, integrando criterios ambientales y sociales en el análisis de riesgos y tomando medidas proactivas para abordarlos. Entre las acciones destacadas se encuentran el fomento del reciclaje, la ampliación de la producción de energía fotovoltaica y el establecimiento de colaboraciones con organizaciones del tercer sector y escuelas deportivas. Estos esfuerzos reflejan un compromiso con prácticas empresariales responsables y una contribución positiva a la comunidad y al medio ambiente.

Al implementar estas iniciativas, MGI no solo busca cumplir con las expectativas regulatorias y sociales, sino también fortalecer su posición competitiva en un mercado cada vez más consciente de la sostenibilidad. La empresa continúa evaluando y ajustando sus estrategias para asegurar que sus operaciones sean cada vez más eficientes y responsables, reafirmando su compromiso con un futuro más verde y equitativo.

COMPROMISO MEDIOAMBIENTAL

En MGI reconocemos la importancia de garantizar la protección del medio ambiente como parte de nuestro compromiso con la gestión responsable de nuestras operaciones. Es por ello que extendemos nuestro compromiso más allá del cumplimiento legal, guiándonos hacia prácticas sostenibles que minimicen nuestro impacto ecológico y promuevan la preservación del entorno para las generaciones futuras.

Nuestra Política de Responsabilidad Corporativa (RSC) refleja este compromiso a través de cuatro principios fundamentales:

- Uso eficiente de los recursos naturales: que busca optimizar la utilización de materiales para toda nuestra actividad.
- Apoyo a la lucha contra el cambio climático: mediante la reducción de emisiones y la adopción de eficiencia energética.
- Adopción de medidas preventivas y correctivas: que nos permite anticipar y mitigar posibles impactos ambientales negativos.
- Garantía del cumplimiento de las leyes, reglamentos y normas ambientales: asegurando que nuestras actividades se desarrollen conforme a los más altos estándares regulatorios.

Dadas las características de nuestra actividad, no hemos identificado impactos directos relevantes en el medio ambiente y ninguna de nuestras instalaciones se encuentra ubicada en zonas de especial protección de la biodiversidad. Por esta razón, no ha sido necesario implementar acciones correctivas o de control de ruido y contaminación lumínica.

Si bien nuestros impactos directos en el medio ambiente son reducidos, hemos tomado medidas para prevenir posibles riesgos ambientales, especialmente en materia de contaminación, gestión de residuos y eficiencia energética:

- Contamos con un seguro de responsabilidad civil que cubre, entre otros posibles daños, la contaminación accidental que pudiera generarse a partir de nuestras actividades.
- Por otro lado, somos conscientes de que la generación de residuos representa el principal riesgo ambiental derivado de nuestras operaciones. Para abordar este aspecto, colaboramos con empresas especializadas que cuentan con sistemas de gestión de residuos certificados y que cumplen estrictamente con la normativa internacional.
- Por último, cabe destacar la inversión de 114.666,24 € en la mejora de la eficiencia energética, destacando la transición a iluminación LED en nuestras tiendas de Málaga y Canarias. Esta inversión subraya nuestra implicación continua con la sostenibilidad y la reducción del impacto ambiental de nuestras operaciones.

Economía circular

Consumo sostenible de las materias primas

En MGI fomentamos el consumo responsable de materias primas como una medida esencial para acercarnos al modelo de economía circular. Este compromiso nos guía en la gestión eficiente de los recursos, reduciendo el uso innecesario de materiales y promoviendo prácticas que apoyen la sostenibilidad a largo plazo en nuestra cadena de valor.

Los principales consumos de materias primas se encuentran vinculados a la actividad de Jesmar Toys, en consonancia con su actividad de fabricación juguetes. Entre los materiales consumidos, predominan la resina y el plástico soplado, esenciales en su proceso de producción. Este ejercicio ha evidenciado una disminución en el consumo de materias primas, acorde a los recientes ajustes en la actividad productiva de la fábrica.

Tabla 4. Cantidad anual de materias primas consumidas

MATERIALES UTILIZADOS POR PESO (kg)	2023-2024	2022 - 2023	2021 - 2022
Pelo y nylon	8.000,00	9.030,00	13.060,00
Cartón	18.627,82	110.168,39	177.547,76
Resina	47.475,00	39.750,00	76.055,00
Plástico soplado	37.125,00	49.875,00	69.350,00

Además, en MGI utilizamos materiales secundarios para el envasado y transporte de los productos. En este sentido, trabajamos para reducir al máximo el uso de materias primas, promoviendo la reutilización y el reciclaje. Los pallets empleados en nuestro centro logístico son reutilizados y reincorporados en la cadena de valor. Esta iniciativa tiene como objetivo optimizar la utilización de recursos y minimizar los desechos, al tiempo que fomenta la eficiencia operativa y refuerza la sostenibilidad de nuestras operaciones logísticas.

Consumo de agua

Somos conscientes de la necesidad de cuidar y conservar el agua, especialmente en momentos de escasez como los vividos durante este ejercicio en algunas regiones de nuestro entorno. Implementamos medidas de eficiencia y ahorro que evitan el consumo irresponsable, como la instauración de protocolos específicos para actuar rápidamente en caso de fugas o incidencias. Además, impulsamos la sensibilización de nuestra plantilla sobre el uso eficiente del agua.

Durante este ejercicio, el consumo de agua se ha elevado por encima de los 5.000 metros cúbicos, situándose en niveles similares a los registrados anteriormente después del pronunciado descenso del ejercicio anterior. Este incremento corresponde principalmente al aumento de la actividad de la compañía, que ha requerido un mayor uso de agua en nuestras instalaciones.

Tabla 5. Consumo anual de agua

FUENTE DE CAPTACIÓN (m³)	2023-2024	2022 - 2023	2021 - 2022
Abastecimiento de la red pública	5.555,68	4.158,18	5.121,45

Consumo de energía

El uso de energía es un aspecto clave para garantizar la actividad económica, por ello su gestión responsable resulta un área estratégica a la hora de disminuir el impacto ambiental y fomentar la competitividad de las empresas. Por las características de nuestra actividad, las principales fuentes energéticas consumidas son la electricidad y el diésel, empleado en actividades de logística y distribución.

La electricidad desempeña un papel fundamental en el funcionamiento de nuestros sistemas de iluminación y climatización, vitales para la operación diaria de nuestras tiendas, oficinas y centro logístico. Por otro lado, el diésel y la gasolina son esenciales para el transporte, asegurando el movimiento eficiente de mercancías entre nuestros diversos puntos de operación. Además, para proveer de la energía necesaria los hornos y la calefacción en la fábrica de Jesmar Toys, se emplea gas natural y parte de combustible diésel.

Con el objetivo de mejorar la eficiencia energética, implementamos diversas medidas que nos han permitido reducir el consumo de todos los suministros energéticos. Durante este ejercicio hemos realizado una inversión de 114.666,24 € para actualizar la iluminación LED en las tiendas de Málaga y Canarias.

Tabla 6. Consumo anual de energía directo e indirecto

TIPO DE ENERGÍA CONSUMIDA	2023-2024	2022 - 2023	2021 - 2022
Diésel (tipo A+B) (litros)	71.981,65	73.907,03	69.208,30
Gasolina (litros)	11.565,03	11.596,51	9.340,30
Gas natural (m ³)	8.931,00	12.140,00	13.661,00
Consumo eléctrico de red pública (Kwh)	4.515.994,00	4.581.679,71	4.810.771,51

Gestión responsable de los residuos

La generación de residuos es uno de los principales retos para la actividad de MGI, dado que constituye el principal impacto ambiental asociado a nuestras operaciones. Fomentamos un modelo de economía circular que priorice la reducción de residuos y su gestión responsable.

Los residuos generados en MGI se dividen en varias tipologías. Históricamente, el papel y cartón, que proviene principalmente del embalaje y envasado de mercancías, ha sido la categoría más relevante. Este ejercicio, sin embargo, recogemos por primera vez los residuos de productos eléctricos y electrónicos, junto con pilas y baterías, que suman un total de 986.588,14 kg. En cuanto a estos residuos, la presentación de las autoliquidaciones obligatorias nos ha permitido obtener datos más precisos sobre las cantidades producidas, alineando nuestras prácticas con nuestro firme compromiso con el cumplimiento y transparencia.

Tabla 7. Cantidad de residuos producidos durante el ejercicio 2023-2024¹

VOLUMEN DE RESIDUO POR TIPO (kg)	2023-2024
Residuos metálicos y voluminosos	25.860,00
Residuos de construcción y demolición	3.420,00
Residuos de papel y cartón	111.627,83
Residuos de plástico	903,08
TOTAL	141.810,91

Tabla 8. Cantidad de residuos producidos durante el ejercicio 2022-2023

VOLUMEN DE RESIDUO POR TIPO (kg)	2022 - 2023
Residuos de cartón	76.180,00
Residuos de plástico <i>film</i>	7.440,00
Residuos voluminosos	47.600,00
Residuos mezclados (basura)	6.860,00
TOTAL	276.160,00

Este año, se observa un aumento en la producción de residuos proporcional al incremento en el consumo de materias primas debido al aumento en las ventas, que casi se han duplicado con respecto al ejercicio anterior.

Para garantizar la gestión eficaz y responsable de los residuos, colaboramos con empresas especializadas que cuentan con sistemas de gestión ambiental certificados bajo las normas ISO 9001 e ISO 14001. Para la gestión de los aparatos eléctricos y electrónicos y baterías,

¹ A efectos de garantizar la comparabilidad de generación de residuos entre el ejercicio actual y el anterior, esta tabla no se recogen los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE).

trabajamos con empresas especializadas como ECOEMBES y UNIBAT. Estas alianzas nos aseguran que cada tipo de residuo sea tratado de manera adecuada y conforme a los más altos estándares.

Entre nuestras iniciativas para reducir la generación de residuos, destaca el reciclaje de cartón y plástico. Para ello, disponemos de prensas específicas para cada material, operadas por una empresa especializada que nos proporciona informes mensuales detallados sobre los volúmenes reciclados. Estas iniciativas se suman a otras como la reutilización y reciclaje de pallets, que impulsan un modelo de circularidad.

Lucha contra el cambio climático

La lucha contra el cambio climático es un desafío global que requiere la colaboración activa de todos los sectores. Si bien nuestra actividad no genera grandes focos de emisiones, desde MGI nos esforzamos por reducir nuestro impacto y colaborar en la mitigación de la crisis climática.

En nuestra búsqueda por limitar nuestro impacto sobre el cambio climático, hemos centrado nuestros esfuerzos en dos áreas clave: seguimiento de nuestra contribución al cambio climático a través del cálculo de la huella de carbono y el uso de energía renovable

Huella de carbono

En MGI calculamos desde 2021 las emisiones de nuestras operaciones directas (alcances 1 y 2). En línea con nuestro compromiso de avanzar en la sostenibilidad, durante este ejercicio hemos completado un análisis más exhaustivo que incluye los tres alcances de nuestra huella de carbono. De esta forma, analizamos el impacto de toda nuestra cadena de valor, lo que nos permitirá definir medidas para la transición hacia modelos de negocio descarbonizados.

Tabla 9. Emisiones generadas GEI directa e indirectamente por el grupo MGI

ALCANCE EMISIONES (t CO₂ eq)	2023-2024	2022 - 2023	2021 - 2022
Alcance 1	226,61	236,59	223,07
Alcance 2	1.275,95	1.250,80	1.245,98
Alcance 3	181.272,32	-	-
TOTAL	182.774,88	1.487,39	1.469,05

Se puede observar un aumento significativo en la huella de carbono como resultado del cálculo del alcance tres. Considerando únicamente los dos primeros alcances, el total de emisiones durante el ejercicio asciende a 1.567,37, lo que, si bien supone un incremento del 5 % con respecto al último ejercicio, se encuentra en línea con los dos últimos registros. Este aumento a su vez se justifica en un aumento proporcional de la actividad de MGI y a una mayor rigurosidad en la metodología de cálculo utilizada, y se encuentra alineado con otras empresas del sector.

Este estudio sigue una metodología rigurosa y alineada con los estándares nacionales e internacionales, como los establecidos por Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO) y el Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC). Esta nueva medición refuerza nuestra dedicación a comprender y reducir nuestro impacto en el cambio climático, destacando la importancia de contar con datos precisos para guiar nuestras acciones futuras.

Impulso a la energía renovable

Otra de nuestras acciones principales en materia de cambio climático es la apuesta por el uso de energía renovable. Hemos invertido un total de 90.708,75 € en la instalación de sistemas fotovoltaicos, que nos facilitan el autoabastecimiento de energía limpia y segura.

En las instalaciones de Jesmar Toys se han instalado 266 paneles de 450 W de potencia cada uno, es decir, un total de 119,7 kW de potencia, dedicados exclusivamente al funcionamiento de la fábrica. Durante este ejercicio, han producido un total de 54.000 kWh de energía con certificado de Garantía de Origen renovable (GdO).

Además, en nuestro centro logístico de Antequera, contamos con una instalación fotovoltaica de 2 MW de potencia cuya explotación pertenece a Celeo Fotovoltáico S.A.U.. Esta iniciativa de colaboración refuerza nuestra contribución a la expansión del uso de energías limpias y renovables y nos ha permitido abastecer a la red con 715.644 kWh durante este año.

COMPROMISO CON LAS PERSONAS

El foco del negocio de MGI está en las personas, en facilitar su comodidad y ocio a través de una amplia gama de productos accesibles. El compromiso con las personas es un pilar fundamental en la estrategia de MGI. Desde nuestras operaciones diarias hasta las relaciones con nuestros socios, clientes y comunidades, buscamos promover prácticas que impulsen el impacto social positivo. Este compromiso se traduce en diversas iniciativas que aseguran que nuestras actividades contribuyan de manera significativa al bienestar de las personas y al desarrollo responsable de nuestra sociedad.

El capital humano de MGI

Trabajamos continuamente para fomentar un entorno de respeto, equidad y colaboración, integrando estos valores en todas nuestras acciones. La gestión del equipo humano de MGI se orienta hacia la atracción, retención y desarrollo del talento, reconociendo la salud y la seguridad laboral como elementos fundamentales para la creación de empleo de calidad. Este compromiso se materializa a través de una serie de protocolos informales, que están alineados con la Política de Responsabilidad Social Corporativa del grupo y son adaptados a las necesidades y circunstancias cambiantes de la organización.

Remuneración y Reconocimiento

Nuestra política de remuneración se basa en una estructura salarial transparente y equitativa, que tiene en cuenta una variedad de factores clave, incluyendo el nivel de responsabilidad, la antigüedad, el desempeño y los convenios colectivos aplicables. Esta estructura salarial es revisada periódicamente para asegurar que esté alineada con las mejores prácticas del mercado y que refleje de manera justa las contribuciones de los empleados a los objetivos corporativos.

Selección y Promoción del Personal

Desde el grupo MGI establecemos procedimientos rigurosos para la selección y promoción de nuestro personal, asegurando que los candidatos y empleados cumplan con las competencias, habilidades y valores que reflejan nuestra cultura organizacional y las necesidades operativas de la compañía. La promoción interna es un pilar estratégico, diseñado para motivar y desarrollar el talento interno, permitiendo que los empleados crezcan dentro de la organización y asuman mayores responsabilidades a medida que avanzan en sus carreras.

Beneficios Sociales y Bienestar

Nos comprometemos a ofrecer un conjunto integral de beneficios sociales diseñados para apoyar el bienestar físico, emocional y profesional de nuestros empleados. Entre estos beneficios destacan las políticas de flexibilidad laboral, que incluyen opciones de teletrabajo, reducciones de jornada, y permisos de paternidad y maternidad extendidos, adaptados a las necesidades individuales de los empleados. Además, la empresa ofrece formación continua en materia de prevención de riesgos laborales, seguros médicos y programas de retribución en especie, fortaleciendo así la satisfacción y lealtad de nuestra fuerza laboral.

Formación y Desarrollo Profesional

La formación y el desarrollo profesional son componentes clave en la estrategia de Recursos Humanos de MGI. Elaboramos planes formativos anuales que responden tanto a las necesidades operativas detectadas como a los requisitos normativos, asegurando que todos nuestros empleados tengan acceso a oportunidades de desarrollo. Estos planes incluyen una combinación de formación técnica y habilidades blandas, con el objetivo de mejorar la eficiencia en el puesto de trabajo actual y preparar al personal para futuros desafíos y responsabilidades. Además, se promueve una cultura de aprendizaje continuo, donde se incentiva la participación de los empleados en programas de desarrollo que los capaciten para asumir roles de mayor complejidad dentro de la organización.

Este enfoque integral y adaptativo subraya nuestro compromiso con el bienestar, el desarrollo y la satisfacción de nuestro equipo humano, considerándolo un factor crítico para la sostenibilidad y el éxito a largo plazo de la organización. La gestión del talento no solo responde a las demandas actuales del mercado, sino que también está orientada a anticipar las necesidades futuras, asegurando que continuamos siendo un empleador de referencia en el sector.

Nuestro equipo

Durante el periodo 2023/2024, el grupo MGI contó con una media de 568,21 empleados (486,98 en 2022/2023), formada por 308,92 hombres y 259,29 mujeres. Reflejo de nuestro aumento de actividad, este ejercicio nuestra plantilla ha experimentado un crecimiento del 16,5%.

Hay que destacar que nuestra plantilla ha experimentado un cambio hacia una mayor

igualdad de género, con un incremento significativo en la proporción de mujeres en la plantilla total. Este aumento es resultado de un esfuerzo deliberado por parte de la empresa para equilibrar la representación de género, parte de nuestras políticas de diversidad e inclusión laboral.

Durante este ejercicio se ha reforzado el área de Administración, donde se observa un incremento en la plantilla tanto en mujeres como en hombres, pasando de 38,06 a 47,77 empleados.

Los encargados de tienda también vieron un incremento en su número total, subiendo de 86,19 a 116,28 empleados. En particular, las mujeres experimentaron un notable crecimiento en esta categoría, mientras que la cifra de hombres disminuyó.

En cuanto a "otros empleados", la plantilla total en esta categoría también aumento pasando de 361,73 a 403,16 trabajadores.

Tabla 10. Plantilla media desagregada por sexo, edad y categoría profesional a cierre de ejercicio.

PLANTILLA MEDIA		2023/2024			2022/2023			2021/2022		
		MUJERES	HOMBRES	TOTAL	MUJERES	HOMBRES	TOTAL	MUJERES	HOMBRES	TOTAL
Directores ²	<30	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	30-50	-	-	-	-	1,00	1,00	-	1,00	1,00
	>50	-	1,00	1,00	-	-	-	-	-	-
Administración	<30	0,50	2,51	3,01	2,87	1,00	3,87	1,00	1,00	2,00
	30-50	13,32	24,95	38,27	9,1	20,09	29,19	8,90	20,20	29,12
	>50	2,00	4,49	6,49	2,00	3,00	5,00	1,00	3,70	4,70
Encargados de tienda	<30	16,08	12,49	28,57	9,03	10,88	19,91	8,00	9,50	17,50
	30-50	42,57	36,23	78,80	23,79	36,84	60,63	25,02	35,30	60,32
	>50	3,21	5,70	8,91	1,00	4,65	5,65	7,33	8,00	15,33
Otros empleados	<30	52,14	79,18	131,32	53,71	83,26	136,97	55,09	76,79	131,88
	30-50	123,26	120,22	243,48	96,47	103,47	199,94	64,33	101,13	165,46
	>50	6,21	22,15	28,36	7,69	17,13	24,82	9,00	13,30	22,30
Total		259,29	308,92	568,21	205,66	281,32	486,98	179,67	268,94	448,61

² Administrador único.

Tipología de contratos y estabilidad laboral

Durante el ejercicio 2023/2024, el 90 % de los empleados estuvo contratado de manera indefinida.

Tabla 11. Promedio anual de contratos por tipología de contrato, sexo, edad y categoría profesional en los últimos dos ejercicios

CONTRATOS		2023/2024				2022/2023			
		Indefinido TC	Indefinido TP	Temporal TC	Temporal TP	Indefinido TC	Indefinido TP	Temporal TC	Temporal TP
Sexo	Hombres	206,30	29,39	19,17	4,69	144,17	30,76	24,34	5,25
	Mujeres	250,06	25,27	24,84	8,46	225,21	19,27	32,71	3,98
Rango de edad	<30	93,86	23,13	23,88	6,63	106,13	18,10	30,08	6,17
	30-50	319,80	26,88	21,67	5,00	231,72	29,51	26,31	3,07
	>50	42,05	4,06	0,72	0,54	31,40	2,41	0,57	-
Categoría profesional	Directores	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	-	-	-
	Administración	45,82	0,00	0,97	0,00	35,20	1,56	0,30	-
	Encargados de tienda	105,63	0,00	8,38	0,00	82,69	3,22	0,28	-
	Otros empleados	303,23	44,99	46,09	11,09	249,37	45,25	56,39	9,24

Tabla 12. Promedio anual de contratos por tipología de contrato, sexo, edad y categoría profesional en el ejercicio 2021/2022

CONTRATOS		2021/2022			
		Indefinido TC	Indefinido TP	Temporal TC	Temporal TP
Sexo	Hombres	207,78	10,20	43,30	15,31
	Mujeres	117,19	14,66	32,45	8,70
Rango de edad	<30	80,92	14,12	42,07	13,25
	30-50	215,54	9,55	31,63	9,13
	>50	28,51	1,23	2,10	1,62
Categoría profesional	Directores	1,00	-	-	-
	Administración	30,29	-	-	-
	Encargados de tienda	93,09	4,79	-	-
	Otros empleados	200,59	20,07	75,84	23,99

Cambios en la plantilla y creación de empleo

En el período 2023/2024, el grupo MGI registró un aumento en el número total de contratos, pasando de 898 en 2022/2023 a 923, es decir, un 2,7 % más que el año anterior, principalmente pronunciado en el caso de los empleados hombres, cuyo número de contratos a hombres aumentó de 387 a 487.

Por otro lado, durante el ejercicio 2023/2024, se produjeron 135 despidos de empleados en el grupo MGI. A continuación, se muestra esta información desagregada por sexo, rango de edad y categoría profesional:

Tabla 13 Número de despidos por sexo, rango de edad y categoría profesional.

DESPIDOS		2023/2024	2022/2023	2021/2022
Sexo	Hombres	58	25	10
	Mujeres	77	35	22
Rango de edad	<30	49	21	13
	30-50	77	36	16
	>50	9	3	3
	Administración	1	6	2
	Encargados de tienda	12	13	9
	Otros empleados	122	41	21

Remuneraciones justas

Promovemos activamente la equidad y justicia salarial, asegurando que las remuneraciones de nuestros empleados sean competitivas y justas en relación con sus responsabilidades y desempeño.

Tabla 14. Remuneraciones medias anuales (en euros) de los empleados de MGI por sexo, edad y categoría profesional.

REMUNERACIONES MEDIAS ³ (€)	2023/2024		2022/2023		2021/2022	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres

³ Algunos datos de remuneraciones no se muestran en la tabla por confidencialidad.

Administración	<30	24.722,64 €	17.532,08 €	24.143,10 €	-	-	-
	30-50	28.762,53 €	27.636,15 €	27.897,20 €	26.653,43 €	19.241,39 €	23.831,57 €
	>50	15.382,50 €	48.309,46 €	29.689,40 €	54.015,14 €	-	19.125,66 €
Encargados de tienda	<30	17.193,97 €	20.055,79 €	17.713,05 €	20.883,75 €	20.660,84 €	19.587,75 €
	30-50	18.537,12 €	29.093,16 €	20.788,27 €	21.298,94 €	18.520,03 €	18.560,94 €
	>50	19.891,30 €	24.969,80 €	-	29.739,67 €	18.650,60 €	24.779,25 €
Otros empleados	<30	16.085,09 €	16.445,90 €	16.536,79 €	16.771,27 €	16.330,29 €	17.310,86 €
	30-50	17.942,58 €	25.181,95 €	16.039,99 €	19.345,75 €	14.812,87 €	16.204,44 €
	>50	20.830,32 €	18.962,07 €	24.462,74 €	29.950,13 €	16.652,88 €	17.107,70 €

El análisis de las diferencias salariales entre hombres y mujeres, ajustado por categoría profesional, edad y ubicación del centro de trabajo, revela la existencia de una brecha salarial del 19%. Por otro lado el consejo está formado por un único administrador y su retribución media anual durante el ejercicio 2023-2024 fue de 103.700,56 € (94.635,86 € en 2022-23).

Organización de trabajo

En el grupo MGI nos esforzamos por crear un entorno laboral que facilite a nuestros empleados conciliar su vida profesional y personal. La medida principal para lograr este equilibrio es la flexibilidad horaria en la entrada y salida, adaptando los horarios laborales a las necesidades específicas de cada centro de trabajo. Este enfoque permite garantizar la cobertura mínima de personal necesaria para asegurar un servicio eficiente, principalmente durante los horarios de apertura al público, ya que la mayoría de los centros son tiendas dedicadas al comercio al por menor.

En los centros de trabajo con apertura al público durante 12 horas continuas, el horario se establece de lunes a sábado con turnos rotativos de mañana y tarde. Generalmente, los empleados trabajan 6 horas y 40 minutos, con el turno de mañana de 09:00 a 15:40 y el de tarde de 15:20 a 22:00 horas. Estos turnos pueden ajustarse según la afluencia de público en determinadas fechas y horarios. En algunos centros, la apertura se extiende de lunes a domingo en los mismos horarios, con turnos rotativos y descansos legalmente establecidos.

En las tiendas con horario partido, los turnos se organizan de lunes a sábado de 10:00 a 14:00 y de 17:00 a 21:00 horas, aunque algunos sábados solo se trabaja por la mañana, de 10:00 a 14:00 horas.

En cuanto a los horarios de oficina, se ofrecen tres tipos genéricos con flexibilidad para la conciliación familiar, incluido el teletrabajo:

- Horario estándar: de 08:00 a 14:00/14:30 y de 15:30/16:00 a 18:00 horas.
- Horario de verano: de 08:00 a 15:00 horas.
- Horario especial de máxima producción en la campaña de Navidad: de 08:00 a 15:30/14:30 y de 16:00 a 18:30 horas.

En el centro logístico, el horario general es de 07:00 a 15:00 horas, con posibles modificaciones para incluir turnos de tarde y noche según las necesidades productivas.

Adicionalmente, ofrecemos adaptaciones horarias para la conciliación familiar y reducciones de jornada, ajustadas de manera consensuada conforme a la legislación vigente.

Otras medidas incluyen el teletrabajo cuando es viable, cambios de turnos para facilitar la conciliación en caso de parejas, reducciones de jornada, traslados de centros de trabajo por razones familiares y excedencias para el cuidado de personas dependientes. Actualmente, no contamos con una política específica de desconexión laboral, ya que debido a la naturaleza de nuestra actividad principal, no se considera que exista un riesgo significativo en este ámbito.

Absentismo

El grupo MGI ha registrado las tasas de absentismo laboral tanto justificado como injustificado, considerando en su cálculo las horas correspondientes a diversos supuestos, tales como vacaciones, accidentes laborales, enfermedades graves, permisos sin remuneración, asuntos personales, compensación de horas, asistencia a exámenes, enfermedad de un familiar, fallecimiento, hospitalización, periodos de lactancia, matrimonio, nacimiento de un hijo, enfermedad grave y traslado del domicilio habitual.

Tabla 15. Horas naturales de absentismo laboral registradas.

	2023/2024	2022/2023	2021/2022
Horas anuales de absentismo laboral	22.907,00	12.860,00	7.329,00

Desarrollo del empleado

En el grupo MGI, el desarrollo integral de nuestros empleados es una prioridad. Nos comprometemos a garantizar un entorno de trabajo seguro y saludable, implementando rigurosas medidas de salud y seguridad. Además, promovemos la formación continua, ofreciendo oportunidades de aprendizaje y desarrollo profesional que permitan a nuestros empleados crecer y desempeñarse de manera efectiva en sus roles.

Seguridad y salud en el trabajo

Trabajamos en crear entornos de trabajo saludable y seguros con el objetivo de proteger y promover el bienestar de todos nuestros empleados.

Nuestra Política de Prevención de Riesgos Laborales abarca a todos los trabajadores e instalaciones. Esta política, disponible para empleados y partes interesadas, se revisará periódicamente cada tres a cinco años. Entre nuestros compromisos se incluye desarrollar todas las actividades con un enfoque basado en la seguridad y salud, garantizar un entorno laboral seguro y minimizar los riesgos que no se pueden eliminar. Además, nos aseguramos de que nuestras acciones cumplan con la legislación vigente y otros requisitos asumidos, promoviendo la mejora continua en la gestión de la seguridad y salud en el trabajo. Informamos y formamos a nuestros trabajadores sobre los riesgos inherentes a su trabajo y las medidas preventivas necesarias. Con el objetivo de garantizar la eficacia de estas medidas asignamos los recursos adecuados para cumplir los objetivos.

Los Delegados de Prevención actúan como representantes de los trabajadores en materia de prevención de riesgos laborales. Por otro lado, el Programa de Prevención Anual planifica las acciones preventivas que realiza el Servicio de Prevención Ajeno (SPA) para cumplir con los objetivos establecidos. Este programa incluye asesoramiento en el diseño del plan de prevención, evaluación y revisión periódica de riesgos, investigación de accidentes y enfermedades profesionales, elaboración de protocolos de emergencia y seguimiento y control de la planificación preventiva. Además, el SPA elabora el programa y la memoria anual para favorecer la transparencia y coordinación en toda la organización.

Dentro de la empresa, las responsabilidades en materia de prevención se distribuyen de la siguiente manera: el empresario garantiza la seguridad y salud de los trabajadores; el coordinador del plan de prevención actúa como intermediario entre el SPA y la empresa; el responsable de tiendas implementa el Plan de Prevención en su centro de trabajo; y los trabajadores cumplen con las obligaciones establecidas en la Ley 31/1995 en materia de prevención de riesgos.

Por último, la formación es esencial para la prevención de riesgos. Ofrecemos capacitación

en diversas modalidades, incluyendo presencial, a distancia, semipresencial y *online*. Los empleados reciben formación inicial y reciclaje anual sobre los riesgos asociados a sus puestos de trabajo. Durante el año en curso, se han formado 324 personas en materia de seguridad y salud, acumulando un total de 575 horas de formación.

Durante el año fiscal 2023/2024, se han registrado un total de 42 accidentes laborales, de los cuales 35 resultaron en bajas temporales para la recuperación de los empleados afectados. Esto supone un aumento de 15 casos de contingencias totales con respecto al año pasado. En proporción, estos accidentes han aumentado especialmente entre nuestras trabajadoras menores de 35 años. En línea con nuestro compromiso con la salud integral de nuestros empleados y la mejora continua, integraremos medidas para mitigar este impacto en nuestro Programa de Prevención Anual. Dicho esto, cabe destacar que desde el ejercicio 2021/2022 se han reducido los accidentes con baja de 67 a 35, lo que supone un 48 %.

El índice de frecuencia se sitúa en 34,02, mientras que el índice de gravedad es de 1,06. A continuación, se presentan los resultados de estos índices desglosados por sexo para el ejercicio 2023/2024.

Tabla 16. Indicadores de accidentalidad

ÍNDICES ACCIDENTABILIDAD		2023/2024	2022/2023	2021/2022
Nº de accidentes (con baja)	Hombres	18	13	56
	Mujeres	17	5	11
Índice Frecuencia	Hombres	32,15	33,18	73,11
	Mujeres	35,89	19,5	14,76
Índice Gravedad	Hombres	0,99	0,02	0,69
	Mujeres	1,14	0,01	0,25

Respecto a las enfermedades profesionales vinculadas a las actividades de la compañía, en el año 2023/2024 no se ha registrado ningún caso confirmado.

Formación

El crecimiento y la adaptación del equipo a las demandas del entorno laboral y a las nuevas tendencias de consumo requieren una formación continua a lo largo de toda la vida laboral. En MGI fomentamos el desarrollo personal y profesional de los empleados, promoviendo la mejora de sus competencias y habilidades.

La empresa apoya el aprendizaje continuo y la integración de herramientas digitales,

estableciendo un plan de formación anual basado en el análisis de los puestos de trabajo. Durante el ejercicio 2023/2024, se han impartido formaciones en aplicaciones informáticas como Office 365 y SharePoint, así como en prevención del acoso en línea con el plan de igualdad. En total, se ofrecieron 3.585 horas de formación.

Tabla 17. Horas de formación anual.

HORAS FORMACIÓN ANUALES		2023/2024		2022/2023	
		Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Rango de edad	<30	585	415	316	628
	30-50	1.075	1.290	1.922	1.944
	>50	130	55	0	60
Categoría profesional	Administración	620	20	120	240
	Encargados de tienda	600	725	2.070	2.368
	Otros empleados	570	1.015	48	24
TOTAL		1.790	1.760	2.238	2.632

Igualdad e inclusión

Consideramos que un entorno laboral diverso y equitativo enriquece nuestro equipo y fortalece nuestro desempeño. Avanzamos significativamente en la elaboración de nuestro I Plan de Igualdad, cuyo propósito es cumplir con la normativa vigente, alinear nuestras actividades con nuestros valores y asegurar un modelo de igualdad en todas nuestras operaciones. Para ello, hemos seguido las instrucciones para la constitución de la Comisión Negociadora, tal como se establece en el Real Decreto 901/2020, enviando las comunicaciones pertinentes a los sindicatos representativos del sector.

En todas las tiendas del grupo MGI, promovemos activamente la inserción laboral juvenil, ofreciendo a los jóvenes la oportunidad de desarrollarse junto a expertos del sector. Contamos con acuerdos de prácticas con diversas instituciones educativas que imparten cursos relacionados con nuestra actividad, brindando una formación práctica y directamente vinculada con las tareas desempeñadas en nuestros locales. Esta experiencia permite a los estudiantes instruirse en áreas como comercio, atención al cliente, ventas, logística y gestión de almacenes. En casos de buen desempeño, pueden integrarse a nuestro equipo al finalizar su formación, impulsando así su carrera profesional.

Prevención del acoso laboral

Como parte de nuestros mecanismos para promover un entorno donde se respete plenamente la dignidad y la no discriminación, contamos con un protocolo específico para abordar situaciones de acoso. Este detalla acciones de prevención y gestión de casos de incidencias por acoso sexual y por razón de sexo. En el periodo correspondiente a este informe, no se han recibido denuncias por acoso laboral o sexual en ninguno de nuestros centros de trabajo.

Accesibilidad a las personas con discapacidad

En el grupo MGI promovemos la inclusividad y la accesibilidad en nuestras instalaciones. Si bien hasta la fecha no ha surgido la necesidad de implantar medidas específicas de adaptabilidad en los puestos de trabajo, nos comprometemos a proporcionar un entorno accesible asegurando el cumplimiento de la normativa vigente.

Tabla 18. N° de personas con discapacidad en plantilla.

	2023/2024	2022/2023	2021/2022
Personas con discapacidad en plantilla	3	2	2

Diálogo social

Valoramos el diálogo social como una herramienta esencial para mantener un entorno laboral justo y colaborativo. Todos nuestros empleados están cubiertos por los siguientes convenios colectivos que garantizan sus derechos y condiciones laborales, asegurando un marco de protección y equidad en el trabajo.

- C. Colectivo de Sector de Comercio de Granada, Huelva, Ceuta y Córdoba.
- C. Colectivo de Sector de Comercio en general de Murcia, Málaga, Sevilla y Toledo.
- C. Colectivo de Sector de Dependencia Mercantil de Almería.
- C. Colectivo de Sector de Comercio para Subsectores y Empresas Sin Convenio Propio de Cataluña.
- C. Colectivo de Sector de Comercio Vario de Madrid.
- Convenio de Actividades Diversas.

Cientes y consumidores

Nuestros clientes son un grupo de interés estratégico fundamental para el éxito y el crecimiento. Nos esforzamos por superar sus expectativas. Trabajamos constantemente para ofrecerles productos de alta calidad y seguridad, buscando así su satisfacción y confianza en nosotros.

Cada producto que comercializamos está sujeto a rigurosos controles y cuenta con las certificaciones necesarias, como el distintivo CE. Además, incluimos en el etiquetado toda la información requerida, como la garantía, las instrucciones de uso específicas y las certificaciones necesarias según el tipo de producto.

El diálogo y el compromiso con nuestros clientes son pilares de nuestra filosofía corporativa. Por ello, hemos implementado un sistema de gestión de reclamaciones que facilita el diálogo y nos permite adaptarnos a las necesidades de los consumidores. Asimismo, ponemos a su disposición hojas de reclamaciones y contamos con un equipo de atención al cliente dedicado a elevar la experiencia de nuestros clientes en cada interacción.

Aunque actualmente no disponemos de un sistema formal de registro de las reclamaciones recibidas, atendemos cada comunicación buscando siempre optimizar la eficacia y efectividad de nuestras respuestas.

Sociedad y comunidades locales

En el grupo MGI estamos profundamente comprometidos con el desarrollo de las comunidades locales, centrandó nuestras acciones filantrópicas principalmente en la Serranía de Ronda (entre las provincias de Málaga y Cádiz). Apoyamos iniciativas que promueven la cultura, el deporte y las tradiciones locales, contribuyendo activamente al bienestar y crecimiento de esta región. Además, MGI forma parte de la Asociación Española de Codificación Comercial (AECOC) y a la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes, fomentando la colaboración entre empresas del sector. Nuestra misión es generar un impacto positivo y duradero, fortaleciendo los lazos con las áreas en las que operamos.

Aportaciones a entidades sociales

En el MGI a través de sus distintas sociedades, ha realizado donaciones de tipo dinerario y en especie a lo largo del periodo 2023/2024, aportado el equivalente a 22.856,05 €. Esto

supone un 114 % más que el último año en el que se donó el equivalente a 10.696,62 €.

Las aportaciones económicas han alcanzado un total de 3.912,50 € este año (frente a 9.368,85 € en 2022/2023). Estamos comprometidos con el impulso de la comunidad local, apoyando desde la promoción de proyectos culturales, como la edición de las revistas de las asociaciones “Peña el Catite” y el Centro Andaluz de Ronda o el respaldo al Ayuntamiento de Cartajima en sus celebraciones locales. Además, nos enorgullece patrocinar al Club Deportivo Arunda Hawks, reflejando nuestra dedicación a fortalecer las comunidades en las zonas en las que tenemos presencia.

Tabla 19. Aportaciones dinerarias durante el ejercicio 2023/2024

ASOCIACIÓN BENEFICIARIA	VALOR (€)
Federación Española de Banco de Alimentos	2.000,00
Club Deportivo Arunda Hawks	1.512,50
Ayuntamiento Cartajima	100,00
Centro Andaluz de Ronda	100,00
Organización Cultural "Peña El CATITE"	150,00
Serranía Diverxa	50,00
TOTAL	3.912,50

Durante el periodo de reporte del informe, MGI ha donado en especie el equivalente a 18.943,55 €. Estas aportaciones se han destinado a diferentes entidades dedicadas a la dinamización socioeconómica y cultural local, en el contexto de distintas campañas de recogida de productos como juguetes o materiales escolares. Esto supone un aumento muy sustancial frente a los 1.327,77 € donados el último ejercicio, reflejando nuestro creciente compromiso con el desarrollo local.

Tabla 20. Aportaciones en especie durante el ejercicio 2023/2024

ASOCIACIÓN BENEFICIARIA	VALOR (€)
Asociación de la Pequeña y Mediana Empresa de Ronda (APYMER)	54,99
Asociación Española Contra el Cáncer	17.159,35
Asociación de ayuda a personas con cáncer y familiares de Ronda (AYUCA)	207,30
Agrupación Hermandades y Cofradías de Ronda	56,10
Parroquia Stma. Trinidad Algeciras	50,00
Cáritas (Diocesana de Asidonia-Jerez)	417,09
La Legión de Ronda	65,00
Ayuntamiento de Benaoján	125,01
Canal Sur	169,19
Colegio Inmaculada y San José de la Montaña	194,00

Fundación López Mariscal de proyectos sociales y culturales	205,52
Asociación Amigos del Muay Thai Lum King Ko Ronda	240,00
TOTAL	18.943,55

Durante el ejercicio, destaca como la contribución más cuantiosa la donación con valor de 17.159,35 euros en peluches a la Asociación Española Contra el Cáncer, que se utilizaron durante el sorteo que se realiza anualmente desde la organización para la recaudación de fondos. Este apoyo refuerza nuestro compromiso con la lucha contra el cáncer. En el mismo ámbito también hemos donado a AYUCA, asociación que brinda ayuda a personas con cáncer y a sus familiares en Ronda.

Proveedores

En el grupo MGI, reconocemos la importancia de mantener una cadena de valor responsable que refleje nuestros valores y principios corporativos. Nuestra principal herramienta para fomentar esta responsabilidad es la Política de Responsabilidad Corporativa, la cual establece un marco de referencia para nuestros proveedores, detallando los valores y medidas de gestión responsable que deben seguir en sus operaciones.

Actualmente, no contamos con mecanismos formales de seguimiento de productos a lo largo de la cadena de suministro ni con un sistema de homologación de proveedores. Las decisiones en materia de compras de materias primas y productos se llevan a cabo en reuniones con los departamentos pertinentes, con la decisión final a cargo del Administrador. No obstante, estamos desarrollando un Código Ético para Proveedores, cuya implementación está prevista para el próximo ejercicio.

En cuanto a nuestros mercados de aprovisionamiento, como es común en nuestro sector el mercado asiático desempeña un papel importante, con un 21,14% del volumen de compra procedente de Hong Kong y un 14,68% de China. Sin embargo, priorizamos la compra local, lo que se refleja en que más del 60% de nuestro volumen de compra proveniente de países europeos, siendo España el mercado más relevante con un 49,34% de compra local. Esto subraya nuestro compromiso con el apoyo a la economía local y la reducción de la huella de carbono de nuestras operaciones.

COMPROMISO CON EL BUEN GOBIERNO

El buen gobierno, el cumplimiento normativo y el respeto a los derechos humanos son la base de nuestra responsabilidad social corporativa y contribuyen directamente a la sostenibilidad de nuestras operaciones. Nos comprometemos a promover principios de responsabilidad en toda la cadena de valor, asegurando un entorno de respeto y dignidad para nuestros empleados y socios.

Nuestra Política de Responsabilidad Corporativa garantiza el trato digno de los empleados y el respeto a los derechos humanos fundamentales, alineándose con las normativas internas y externas, así como con estándares internacionales, como los establecidos por la OIT y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas. Durante este ejercicio, no se ha registrado ninguna denuncia por vulneración de los derechos humanos, reflejando nuestro compromiso continuo con estos valores.

Además, estamos trabajando en la creación de un canal de denuncias confidencial, fortaleciendo así nuestro enfoque en la transparencia y el cumplimiento ético en todas nuestras actividades.

Lucha contra la corrupción

En el grupo MGI mantenemos un firme compromiso para promover el comportamiento ético en todas nuestras actividades, considerándolo fundamental para la integridad y reputación de la organización. La supervisión de estas prácticas se realiza a través de nuestra Política de Responsabilidad Corporativa, que establece directrices claras para prevenir conductas indebidas. Durante el presente ejercicio, no se ha registrado ninguna denuncia relacionada con casos de corrupción o soborno, lo que refleja nuestro compromiso continuo con la transparencia, la legalidad y los más altos estándares de conducta empresarial.

Información fiscal

A continuación, se detallan los beneficios obtenidos en el ejercicio 2023/2024 y los impuestos sobre beneficios abonados. Cabe mencionar que durante el ejercicio, ninguna empresa ha recibido subvenciones a excepción MGI MALAGA con un importe de 2.313,27€.

Tabla 21. información fiscal del ejercicio 2023/2024

	2023 - 2024	2022 - 2023	2021 - 2022
Beneficios obtenidos antes de impuestos (€)	17.989.676,86	9.650.111,06	7.571.704,18
Impuestos sobre beneficios pagados (€)	2.315.735,07	1.520.542,56	865.178,20

Tabla de contenido Ley 11/2018

A continuación, se indica la localización dentro del documento de los contenidos cuyo reporte es obligatorio de acuerdo a lo indicado por la Ley 11/2018 de 28 de diciembre de 2018 de información no financiera y diversidad.

LEY 11/2018	EINF 2023/2024
Entorno empresarial	
Organización y estructura	2-3; 9
Mercados en los que opera	3-4
Objetivos y estrategias	5-9
Factores y tendencias que pueden afectar a su evolución	9-12
Aspectos medioambientales	
Políticas medioambientales	13
Principales riesgos	13-17
General	
Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medioambiente, en su caso en la salud y la seguridad	
Procedimientos de evaluación o certificación ambiental	13
Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales	
Aplicación del principio de precaución, cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales	
Contaminación	
Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afecten gravemente el medioambiente	No se cuenta actualmente con medidas específicas en esta materia
Contaminación atmosférica específica de una actividad incluido el ruido y la contaminación lumínica	17-18
Economía Circular y prevención y gestión de residuos	
Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de deshechos; acciones para combatir el desperdicio de alimentos	14-17
Uso sostenible de los recursos	

LEY 11/2018	EINF 2023/2024
Consumo de agua y suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	14-15
Consumo de materias primas y medidas adoptadas para mejorar la eficiencia en su uso.	14
Consumo directo e indirecto de energía	15; 17-18
Medidas para mejorar la eficiencia energética y el uso de energías renovables	17-18
Cambio climático	17
Protección de la biodiversidad	13
Cuestiones sociales y relativas al personal	
Políticas Laborales y resultado de las políticas	19-20; 24-29
Principales riesgos	20
Empleo	
Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional	20-21
Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo, promedio anual de contratos indefinidos, contratos temporales y contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional	22-23
Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional	23
Remuneraciones medias y evolución desagregada por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor	24
Brecha salarial, la remuneración por puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad	24
Remuneración media de los consejeros y directivos incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago de los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo	24
Implantación de políticas de desconexión laboral	25
Empleados con discapacidad	29
Organización del trabajo	
Organización de tiempo de trabajo	
Número de horas de absentismo	
Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores	24-26

LEY 11/2018	EINF 2023/2024
Salud y seguridad	26-28
Relaciones Sociales	30
Formación	28
Accesibilidad	28-29
Igualdad	
Información sobre el respeto de los derechos humanos	
Políticas de Derechos Humanos y resultado de estas políticas	
Diligencia debida en materia de derechos humanos	33-34
Principales riesgos en DDHH	
Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno	
Políticas contra la corrupción y el soborno	
Riesgos de Corrupción y Soborno	34
Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	31-32
Información sobre la sociedad	
Políticas y resultados de las políticas	13; 19-20; 24-29; 33-34
Principales riesgos	10-11
Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible	12-13; 19; 34
Subcontratación y proveedores	32-33
Consumidores	30
Información fiscal	34-35

