



GRUPO MGI

Grupo consolidado Master Gift Inversiones, S.L.

Informe de sostenibilidad

2024/2025

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 con los derechos humanos relevantes para la compañía en la ejecución de nuestras actividades propias del negocio durante el ejercicio 2024-2025 (entre el 1 de abril de 2024 y el 31 de marzo de 2025). Además, y atendiendo al requisito de aportar datos evolutivos y comparables, se integran los datos correspondientes a los ejercicios 2023-2024 y 2022-2023 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, MGI o Grupo, 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., a partir de ahora Grupo, grupo MGI o MGI, 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. Adicionalmente, 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.

Empezamos esta historia en el momento de 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*, incluyendo 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 grupo 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 relación con la estructura de la empresa, los propietarios son Virginia y Jorge Rosado Morales, junto con José Rosado Trujillano, siendo los encargados de designar al administrador general único, quien se responsabiliza de la toma de decisiones administrativas que asegure el funcionamiento correcto del Grupo. 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 (Málaga), una oficina administrativa en Ronda (Málaga), una nave industrial y dirección de oficina en Alicante, y un total de 83 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 - C. Cial. "Parque Guadaíra"
- ALCÁZAR DE SAN JUAN- C/ Metalurgia, 3 Alcazar de San Juan (Ciudad Real)
- 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 - P. Cial. "Vistahermosa"
- ALMERÍA Pol. Ind. San Rafael - Cruce de la Cepa, 42 (Huercal de Almería)
- ANDUJAR, Parque Cial. "Europa" • Av. Londres, S/N
- ANTEQUERA C/ Papabellotas, 13
- AÑAZA Avda. Luis Celso García Guadalupe, 116 - Santa Cruz de Tenerife
- BADAJOZ Ctra. Nacional V, Madrid-Lisboa, Km. 399
- CÁDIZ Avda. de La Soleá, 2
- CARTAGENA Parque Comercial Mediterráneo, calle Riga, nº 10
- CASTELLÓN Partida Pi Gros, 51D
- CEUTA Avda. de España, 19 (Edificio Ara Coeli)
- CHICLANA DE LA FRA. Av. de los Descubrimientos, 98 - Pol. Ind. El Torno II
- CIUDAD REAL- C/ Segadores, 34 Miguelurra (Castilla-La Mancha)
- CÓRDOBA CONNECTA P. Cial. Guadalquivir - 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
- ECÍJA-Avda. del Genil, s/n Ecija (Sevilla)
- EL EJIDO Plaza teniente Arturo Muñoz, 21 - local 1
- EL PTO. DE STA. MARÍA Ctra. N-IV Cádiz-Sevilla, km 653 - Parque Cial. "Bahía Mar"
- ELCHE Centro Cial. "Carrefour Elche" • Local M-1 - Avda. Crevillente, 31
- ESTEPONA Av. Juan Carlos I, 67 - Junto a BBVA
- FABRICA, C/ General O' Donnell, nº 5-Castalla (Alicante)
- FINESTRAT Av. Azorín, 2, Finestrat (Alicante)
- FUENGIROLA (Mijas Costa) C/ Sta. Laura, 3 (entre Corte Inglés y garaje Victoria)
- FUENLABRADA Parque Comercial Nexum Retail Park, c/ de Mostoles, 109 Fuenlabrada (Madrid)
- GANDÍA Avenida de la Vital 10, Centro Cial. "La Vital"
- GRANADA PARQUE CIAL. GRANAÍTA Parque Cial. "Granaíta" • C/ Billy Wilder, s/n
- GRANADA Ctra Granada, 29 - Parque Cial. "Albán" (Armilla)
- HUELVA Av. Fuerzas Armadas, 6 - junto al nuevo Burguer King
- JAÉN Carretera de Madrid, 33 -
- JEREZ DE LA FRA. Ronda Aurora Boreal, Local 1C - Centro Cial. Luz Shopping (IKEA)
- LA ELIPA C/Mª Teresa Saenz de Heredia, 12 (Madrid)
- LA LINEA DE LA CONCEPCION, Ctra Malaga, 61 (Pol. Ind. El Zabal)
- LA OROTAVA C/Molinos de Gofio, 2, C.C. El Trompo (Santa Cruz de Tenerife)
- LAS PALMAS Ctra. del Norte, 112 - Centro Cial. "La Ballena", local B20
- LEGANÉS C/ Mondragón, 1 - Centro Comercial "Sambill Outlet"
- LEÓN P.C. OALMA CENTRE, Local 4 León
- 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)

- MÁLAGA NOSTRUM C/ Lugo, 6 - Centro Comercial "Málaga Nostrum"
- MÁLAGA Av. Simón Bolívar, s/n - C. Cial. Málaga Rosaleda, Local A-1
- MARBELLA C/ Jacinto Benavente, 10 - Local 6. Edificio Marbelsum
- MELILLA Parque Murias Melilla, Paseo de las Rosas, 19ª Melilla
- MÉRIDA P. Cial "La Heredad" - Av. de Alange nº2, local L-4
- MORON DE LA FRONTERA-Pol. Ind. El Tejar, C/Bulerías, 1 Moron de la Frontera (Sevilla)
- MOTRIL Av. De Salobreña, 60
- MURCIA Av. Juan de Borbón, s/n - Centro Comercial "Thader", local B84 (Churra)
- MURCIA C.C. Nueva Condomina, Ctra A-7, Km 760 Local B45-B46. 30110 (Churra)
- ONLINE, las oficinas se encuentran en el ANTEQUERA-CENTRO LOGISTICO parcela
- PALENCIA C/ Andalucía, 4 Local 4 Palencia
- Pasaje Poeta Rafael Alberti, 2-3, Ronda (Málaga)
- PONTERRADA, C.C. EL ROSAL, Av. De la Constitución, 2 Ponferrada
- REUS, CC LA FIRA, Avinguda de Sant Jordi, 6 Reus
- RINCÓN DE LA VICTORIA C.C. Rincón de la Victoria- C/ Arroyo de Totalán, 36
- RIVAS-VACIAMADRID P. Cial. "Parque Rivas" • Avda. de la Técnica, s/n - Pol. Ind. Santa Ana
- RONDA C/ Guadalquivir, 4 • Pol. Ind. El Fuerte
- SAGUNTO Parque Cial. "Vidanova Parc" • Parcela M2, Local 2.19
- SALAMANCA P. Cial Atalaya de Tormes, Av. E Leclerc (Salamanca)
- SAN JOSE DE LA RINCONADA- C/ Madrid esquina C/ Jorge Manrique San José de la Rinconada (Sevilla)
- SEVILLA Av. Montes Sierra, 6
- TALAVERA DE LA REINA Parque Comercial El Golf, Carretera Nacional V, Km 113
- TELDE C. Cial. "Las Terrazas", local R-22, autovía GC-1, km 5,5
- TENERIFE NORTE LA LAGUNA Av. El Paso, s/n - Pol. Ind. Los Majuelos (Edif. Mutiusos)
- TENERIFE SUR LAS CHAFIRAS Ctra TF-655, 3 (San Miguel de Abona)
- TOCINA-C/ Jovellanos, 10 Tocina (Sevilla)
- TOLEDO C. Cial. Luz del Tajo, Av. del Río Boladiez, s/n, Local 19b Centro
- 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 -
- VALENCIA C/ N 7 Osito II, parcela 4-5 Bajo, La pobla de Vallbona
- VALENCIA C/ José Puertes s/n, junto a Centro Comercial MN-IV (Alfajar)
- VALLADOLID, C.C. PARQUE SOL, Av. Real Valladolid, 5 Valladolid
- VALLECAS Av. Pablo Neruda, 91-97 • Local B-5 • C. Cial. "Madrid Sur"
- VÉLEZ-MÁLAGA C/ Ruta de los Carboneros, s/n Velez-Málaga
- VIANA, CC LAS CAÑAS, Ctra NA-134, KM 96,50
- VÍCAR Parque Comercial "Viapark", Local-7
- VILADECANS Av. del Siglo XXI, 6 - Centro Cial. "Vilamarina", Local 0-19-0-20
- VINAROS Parque Comercial Portal Mediterraneo. Ctra. Nacional N 340 KM 1049"
- ZAMORA P.C. Vista Alegre, local 3 C-1, Carretera de Tordesillas, KM 1
- ZARAGOZA, P. CIAL PUERTO VENECIA, Calle Teatro Malibrán, 43

Modelo de negocio

A continuación, se describe la estrategia empresarial de la compañía para el ejercicio 2024-2025, 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 MÁLAGA, 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 materia prima y producto semiterminado en mercados locales e internacionales. Estos productos fabricados se colocan en el mercado minorista y de distribución, para que llegue el consumidor final. La reducción de consumo de materia prima se presenta como un eje fundamental para la sostenibilidad corporativa, y en la medida de lo posible, se está evitando la acumulación de excedentes y residuos, alineando la producción con la demanda real, lo que contribuye a una gestión responsable y sostenible de inventarios.

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.

La estrategia empresarial continúa centrada en la sostenibilidad, mediante la adaptación de los procesos productivos a las condiciones reales del mercado. Se prioriza la eficiencia operativa, evitando en lo posible la generación de excedentes y residuos, y alineando la producción con la demanda efectiva para reducir el impacto ambiental.

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 la marca MGI, 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 y mitigar los riesgos asociados. 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 el personal se lleva a cabo mediante correo electrónico, llamadas telefónicas y a través del portal del empleado.
CLIENTES Y CONSUMIDORES	Con el fin de facilitar la interacción con nuestros clientes y consumidores, ponemos a su disposición el sitio web oficial (https://www.tiendasmgi.es/), que incluye un apartado específico de atención al cliente, con un número de teléfono dedicado. Asimismo, hemos desarrollado una aplicación móvil que permite agilizar y simplificar el proceso de compra. Además, contamos con un blog

	informativo donde se publica contenido de interés, como recomendaciones sobre electrodomésticos en función de su eficiencia energética.
ADMINISTRACIONES PÚBLICAS	Mantenemos una actitud de escucha activa y constante, como muestra de nuestro compromiso y respeto hacia los organismos públicos, los cuales representan un respaldo institucional fundamental para la compañía.
ORGANIZACIONES LOCALES	Se mantiene una comunicación constante y transparente con las asociaciones y entidades locales con las que se colabora de manera activa.
PROVEEDORES	Periódicamente se celebran reuniones con los proveedores, tanto de forma presencial como virtual, que permiten mantener un diálogo constante, revisar condiciones comerciales y coordinar campañas.

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

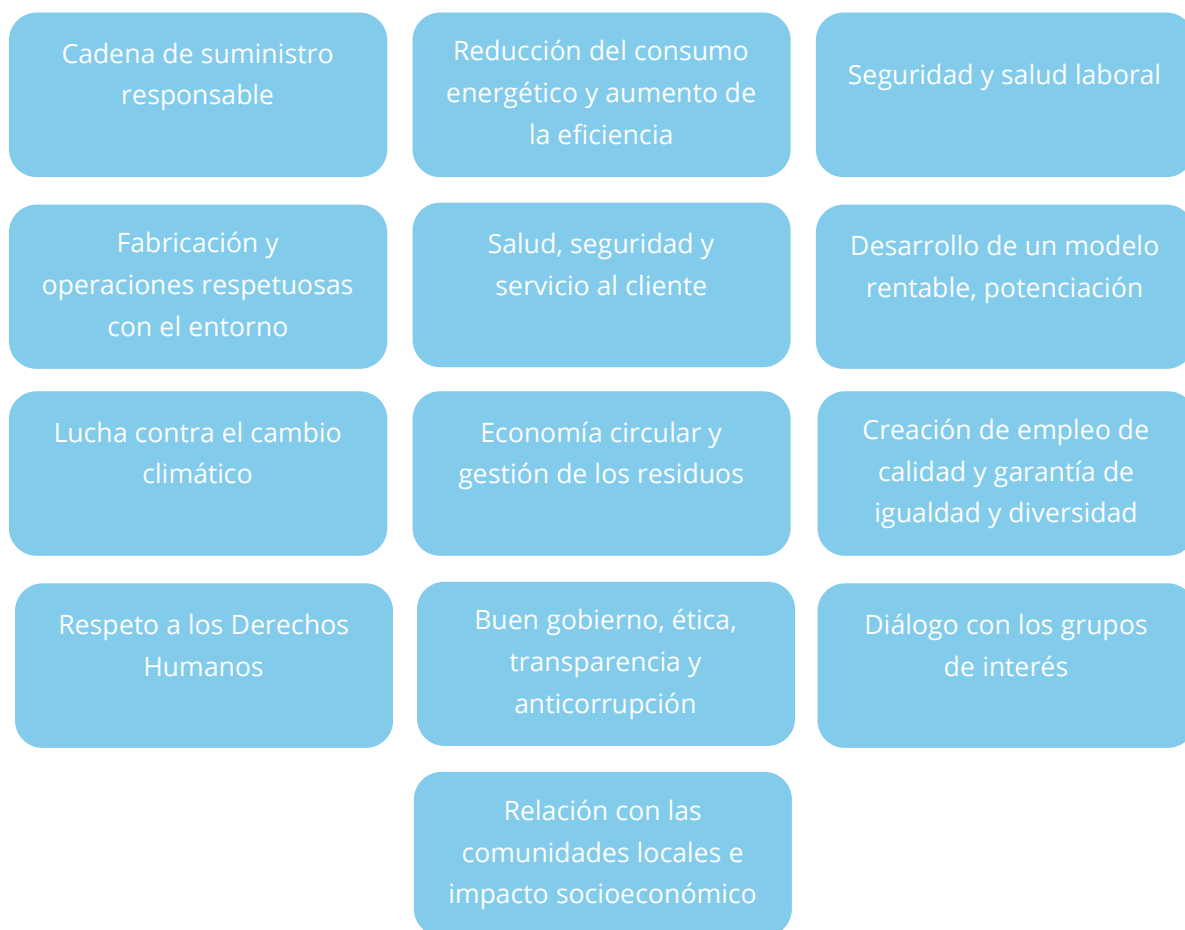
Tabla 2. Presencia en redes sociales.

RED SOCIAL	Nº SEGUIDORES 24/25	Nº SEGUIDORES 23/24
Facebook	175.770	167.000
Instagram	83.920	68.100
X (twitter)	-	442
TikTok	43.720	35.200
YouTube	752	694
LinkedIn	910	820

Cuestiones relevantes corporativas

El diálogo constante con nuestros grupos de interés es esencial para identificar y comprender los temas más relevantes que les afectan. A través de una comunicación abierta y efectiva, incorporamos sus expectativas y preocupaciones en nuestra gestión empresarial, fortaleciendo así la toma de decisiones y la creación de valor compartido.

A través de estos diálogos 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.

Durante 2024, MGI actualizó su análisis de tendencias con foco en las cuestiones regulatorios y de sostenibilidad. La gestión sostenible de toda la cadena de valor y la responsabilidad ambiental se han convertido en preocupaciones cruciales para consumidores y gobiernos a nivel global. Las regulaciones son cada vez más estrictas abordando cuestiones como la ambiental, la laboral o la transparencia. Desde Grupo MGI estamos trabajando para adaptar nuestras prácticas, implementando métodos de producción más sostenibles y utilizando materiales alternativos que minimicen el impacto ambiental y garanticen la correcta gestión de toda la cadena. 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 y la exigencia de mayor control sobre 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 cada vez más digitalizado, 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.

La estrategia del Grupo está cada vez más enfocada hacia la sostenibilidad, en 2024 se desarrolla un diagnóstico de su respuesta a las tendencias, riesgos y oportunidades en esta materia con el objetivo de integrar los criterios ambientales y sociales y tomar medidas proactivas para abordarlos. Entre las acciones destacadas se encuentran la medición completa de la huella de carbono, 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.

A través de la implementación de estas iniciativas, MGI no solo busca cumplir con las exigencias regulatorias y sociales, sino también fortalecer su competitividad en un entorno cada vez más orientado hacia la sostenibilidad. MGI continúa evaluando y ajustando sus estrategias con el objetivo de hacer sus operaciones más eficientes y responsables, reafirmando así su compromiso con un futuro más sostenible, justo y respetuoso con el entorno.

COMPROMISO MEDIOAMBIENTAL

En grupo MGI reconocemos como parte de nuestro compromiso la protección del medio ambiente a través de la gestión responsable de nuestras operaciones. Para conseguirlo, 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.

Debido a las características de nuestra actividad, no se producen impactos directos relevantes en el medio ambiente y no se encuentran instalaciones ubicadas en zonas de especial protección de la biodiversidad. Por esta razón, no ha sido necesario implementar acciones correctivas en esta temática, ni de mitigación de ruido y contaminación lumínica.

En cuanto a los impactos directos reducidos que tenemos se han tomado medidas para prevenir posibles riesgos ambientales, especialmente en materia de contaminación, gestión de residuos y eficiencia energética:

- MGI cuenta con un seguro de responsabilidad civil que cubre, entre otros posibles daños, la contaminación accidental que se pudiera generar como consecuencia de nuestra actividad.
- Para abordar el riesgo ambiental que se deriva de la generación de residuos, 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 que se ha realizado en este ejercicio de 121.325,95 € en la mejora de la eficiencia energética, incluyendo tanto sustitución de la luminaria existente como instalación en tiendas de nueva apertura, siendo esta en

el año anterior de 25.949,35¹ € 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 grupo MGI promovemos el uso consciente y responsable de materias primas como parte fundamental de nuestra transición hacia una ecología más circular. Este compromiso nos guía en la gestión eficiente de los recursos, a través de la reducción del uso de materiales y promoviendo prácticas que apoyen la sostenibilidad a largo plazo en nuestra cadena de valor.

Tabla 4. Cantidad anual de materias primas consumidas.

MATERIALES UTILIZADOS POR PESO (kg)	2024/2025	2023/2024	2022/2023
Pelo y nylon	6.401,60	8.000,00	9.030,00
Cartón	11.059,40	18.627,82	110.168,39
Resina	-	47.475,00	39.750,00
Plástico soplado	-	37.125,00	49.875,00

Durante el ejercicio 2024/2025, con el objetivo de reducir el impacto ambiental, se están gestionando los recursos de manera más eficiente, ajustando los niveles de producción a las necesidades reales del mercado y evitando la fabricación de productos que no serán utilizados. Adicionalmente se ha producido devoluciones realizadas de resina que asciende a un total de 1.114,50 kilogramos.

Además, en grupo MGI utilizamos materiales secundarios para el envasado y transporte de los productos, tratando de reducir al máximo el uso de materias primas, promoviendo la reutilización y el reciclaje. Los *pallets* empleados en nuestro centro logístico son reciclados y reincorporados en la cadena de valor, lo que permite optimizar la utilización de recursos y minimizar los desechos, al tiempo que fomenta la eficiencia operativa y refuerza la sostenibilidad de nuestras operaciones logísticas.

Dada la actividad de MGI el desperdicio alimentario no se presente como un tema de importancia.

Consumo de agua

En el grupo somos consciente de la creciente necesidad de conservar los recursos hídricos.

¹ Dato corregido en el ejercicio 2024/2025.

Para ello implementamos diferentes 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.

Tabla 5. Consumo anual de agua.

FUENTE DE CAPTACIÓN (m³)	2024/2025	2023/2024	2022 /2023
Abastecimiento de la red pública	9.367,65	5.555,68	4.158,18

Durante este ejercicio, el consumo de agua se ha elevado. Este incremento corresponde principalmente al aumento de la actividad por parte de la empresa MGI, ya que se ha realizado la apertura de 5 nuevas tiendas. De igual manera, se han producido diferentes incidentes que incrementan este consumo de agua, como una fuga en el sistema contraincendios de una tienda lo que implica la recarga nuevamente de agua, roturas de contadores de agua, extinción de incendios o la afección de la DANA en una tienda de Valencia.

Consumo de energía

La energía desempeña un papel fundamental en el desarrollo de nuestra actividad económica, por ello su gestión responsable resulta un área estratégica a la hora de disminuir el impacto ambiental y fomentar la competitividad. Por las características de nuestra actividad, las principales fuentes energéticas consumidas son la electricidad, vital en el funcionamiento de nuestros sistemas de iluminación y climatización, y el diésel, empleado en actividades de logística y distribución. A continuación, se presenta el consumo de estos combustibles en los últimos ejercicios:

Tabla 6. Consumo anual de energía directo e indirecto.

TIPO DE ENERGÍA CONSUMIDA	2024/2025	2023/2024	2022/2023
Diésel (tipo A+B) (litros)	76.994,02	71.981,65	73.907,03
Gasolina (litros)	10.374,08	11.565,03	11.596,51
Gas natural (m³)	478	8.931,00	12.140,00
AD BLUE (litros)	2.069,36	-	-
Consumo eléctrico de red pública (Kwh)	6.203.114,58	4.515.994,00	4.581.679,71

Si consideramos la ratio de consumo de electricidad por los ingresos obtenidos, el consumo se reduce del 25,1% en 2023-2024 al 24,76% este último ejercicio. El aumento del consumo en términos absolutos viene propiciado por diferentes circunstancias como los nuevos sistemas de climatización, el aumento de la superficie de tienda bajo el control de la Compañía, tanto por aperturas de tiendas nuevas y ampliaciones, o el incremento de ventas.

Gestión responsable de los residuos

Debido a la actividad del grupo, uno de los principales retos es la generación de residuos, constituyendo el principal impacto ambiental asociado a nuestras operaciones. De cara a su gestión, 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.

Tabla 7. Cantidad de residuos producidos durante el ejercicio 2024-2025

VOLUMEN DE RESIDUO POR TIPO (kg)	2024/2025	2023/2024	2022/2023
Residuos metálicos y voluminosos	31.540,00	25.860,00	47.600,00
Residuos mezclados	4.020,00	-	6.860,00
Residuos de construcción y demolición	-	3.420,00	-
Envases mezclados y mixtos	1.160	-	-
Residuos de papel y cartón	216.504,00	111.627,83	76.180,00
Residuos de plástico film	12.340,00	903,08	7.440,00
Residuos eléctricos y electrónicos ²	194.835,28	-	-
Residuos de pilas	1.108,37	-	-
TOTAL	461.508	141.810,91	276.160,00

Este año, se incorpora por primera vez la gestión de residuos eléctricos y electrónicos y de pilas. En términos comparables con el ejercicio anterior, el total de residuos producidos se eleva a 265.564 kilos. 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 y la apertura de nuevas tiendas. Igualmente, a pesar de este aumento, se ha conseguido el reciclaje o recuperación del 80% de los residuos no peligrosos.

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, 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

² Durante el ejercicio 2024/2025 se procede a recoger por primera vez la información de residuos eléctricos y electrónicos.

altos estándares, consiguiéndose durante este año la gestión del 100% de los residuos eléctricos y electrónicos y casi un 33% de reciclaje y recuperación. En cuanto a las pilas se consiguió también el 100% de su gestión.

Desde MGI llevamos a cabo diferentes acciones para reducir la generación de residuos, destacando el reciclaje de cartón y plástico a través de prensas específicas para cada material, operadas por una empresa especializada. Aparte de esto también se da la reutilización y reciclaje de pallets, que impulsan un modelo de circularidad.

Lucha contra el cambio climático

La lucha contra el cambio climático requiere la colaboración activa de todos los sectores. Desde el grupo MGI nos esforzamos por reducir nuestro impacto y colaborar en la mitigación de la crisis climática.

Para alinearnos con esta reducción hemos centrado nuestros esfuerzos en dos áreas clave: el cálculo de nuestra huella de carbono, para el seguimiento y reducción de nuestro impacto, y el uso de energía renovable, menos contaminante con el medio natural.

Huella de carbono

En grupo MGI calculamos desde 2021 las emisiones de nuestras operaciones directas (Alcances 1 y 2). En el ejercicio anterior, para continuar con los esfuerzos en la descarbonización de nuestras actividades, se calculó el Alcance 3 analizando el impacto en toda la cadena de valor.

Tabla 8. Emisiones generadas GEI directa e indirectamente por el grupo MGI.

ALCANCE EMISIONES (t CO₂ eq)	2024/2025	2023/2024	2022/2023
Alcance 1	218,70	226,61	236,59
Alcance 2	1.688,38	1.275,95	1.250,80
Alcance 3	159.754,56	181.272,32 ³	-
TOTAL	161.659,64	182.774,88	1.487,39

Se ha observado una reducción del 2 % en la huella de carbono, resultado de la aplicación de políticas destinadas a evitar la sobreproducción, en respuesta a la disminución de la demanda.

Este estudio sigue una metodología rigurosa y alineada con los estándares nacionales e

³ Se realiza un ajuste en el cálculo del alcance 3, correspondiente al año 2023-2024.

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 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

En el año anterior se invirtió un total de 90.708,75 € en la instalación de sistemas fotovoltaicos, que nos facilitan el autoabastecimiento de energía limpia y segura que se han seguido utilizando durante este año.

En las instalaciones de Jesmar Toys se produce energía procedente de paneles solares sumando un total de 100 kW de potencia instalada, dedicados tanto al funcionamiento de la fábrica como al vertido a red. Durante este ejercicio, han producido un total de 160.640 kWh, siendo 42.600 kWh para autoconsumo y 118.040 kWh de energía vertida a la red. En el ejercicio anterior se produjeron 54.000 kWh para autoconsumo.

Adicionalmente, 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 702.710 kWh durante este año, siendo en el ejercicio anterior de 715.644 kWh.

COMPROMISO CON LAS PERSONAS

En MGI, las personas están en el centro de nuestra actividad empresarial. Nuestro propósito es facilitar su bienestar y disfrute a través de una amplia variedad de productos accesibles. Este compromiso humano constituye un pilar esencial de nuestra estrategia corporativa, reflejándose desde nuestras operaciones cotidianas hasta las relaciones con socios, clientes y comunidades, donde promovemos prácticas que generan un impacto social positivo.

Este enfoque se materializa en diversas iniciativas que garantizan que nuestras acciones contribuyan activamente al bienestar colectivo y al desarrollo responsable de la 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

En el grupo MGI implementamos procedimientos rigurosos para la selección y promoción de nuestro personal, con el objetivo de garantizar que los candidatos y empleados cuenten con las competencias, habilidades y valores alineados con nuestra cultura organizacional y las necesidades operativas. La promoción interna constituye un eje estratégico clave, orientado a incentivar y desarrollar el talento dentro de la compañía. Este enfoque permite que nuestros profesionales evolucionen en su trayectoria, asumiendo nuevas responsabilidades y contribuyendo activamente al crecimiento de la organización.

Beneficios Sociales y Bienestar

Estamos comprometidos a ofrecer un conjunto integral de beneficios sociales diseñados para apoyar el bienestar físico, emocional y profesional de nuestros empleados. Entre los que 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. Para ello elaboramos planes formativos anuales que responden tanto a las necesidades operativas detectadas en ese año 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 flexible refleja nuestro firme compromiso con el bienestar, el desarrollo y la satisfacción de nuestro equipo humano, al considerarlo un elemento clave para la sostenibilidad y el éxito a largo plazo de la organización.

La gestión del talento no solo responde a las exigencias actuales del mercado, sino que también se orienta a anticipar los desafíos futuros, consolidando así nuestra posición como empleador de referencia en el sector.

Nuestro equipo

Durante el periodo 2024/2025, el grupo MGI contó con una media de empleados a cierre de 667,96 empleados (568,21 en 2023/2024), formada por 321,43 mujeres y 346,53 hombres.

La composición de la plantilla está migrando hacia la representación de 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.

Se ha producido sobre todo un incremento en las categorías profesionales de otros empleados y encargados de tienda debido al aumento del número de tiendas.

Tabla 9. Plantilla media desagregada por sexo, edad y categoría profesional a cierre de ejercicio.

		2024/2025			2023/2024			2022/2023		
PLANTILLA MEDIA		Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
Director es ⁴	<30	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	30-50	-	-	-	-	-	-	-	1,00	1,00
	>50	-	1,00	1,00	-	1,00	1,00	-	-	-
Administración	<30	0,00	5,41	5,41	0,50	2,51	3,01	2,87	1,00	3,87
	30-50	7,32	11,20	18,52	13,32	24,95	38,27	9,1	20,09	29,19
	>50	1,00	5,34	6,34	2,00	4,49	6,49	2,00	3,00	5,00
Encargados de tienda	<30	18,35	9,21	27,56	16,08	12,49	28,57	9,03	10,88	19,91
	30-50	47,74	55,84	103,58	42,57	36,23	78,80	23,79	36,84	60,63
	>50	3,11	7,47	10,58	3,21	5,70	8,91	1,00	4,65	5,65
Otros empleados	<30	90,22	105,50	195,72	52,14	79,18	131,32	53,71	83,26	136,97
	30-50	144,89	127,97	272,86	123,26	120,22	243,48	96,47	103,47	199,94
	>50	8,80	18,59	27,39	6,21	22,15	28,36	7,69	17,13	24,82
Total		321,43	346,53	667,96	259,29	308,92	568,21	205,66	281,32	486,98

Tipología de contratos y estabilidad laboral

Durante el ejercicio 2024/2025, el 87 % de los empleados estuvo contratado de manera indefinida manteniendo la línea del año anterior.

Tabla 10. Promedio anual de contratos por tipología de contrato, sexo, edad y categoría profesional en 2024/2025.

		2024/2025			
CONTRATOS		Indefinido TC	Indefinido TP	Temporal TC	Temporal TP
Sexo	Hombres	238,73	32,04	36,94	13,06

⁴ Administrador único.

	Mujeres	278,25	27,09	31,41	7,82
Rango de edad	<30	145,43	29,5	39,36	13,43
	30-50	331,22	27,42	28,57	7,36
	>50	40,52	2,232	0,68	0,1
Categoría profesional	Directores	1,00	0,00	0,00	0,00
	Administración	28,69	1,47	0,43	0,00
	Encargados de tienda	132,52	6,27	0,16	0,00
	Otros empleados	355,76	51,39	67,73	20,87

Tabla 11. Promedio anual de contratos por tipología de contrato, sexo, edad y categoría profesional en el ejercicio 2023/2024 y 2022/2023.

		2023/2024				2022/2023			
CONTRATOS		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

Cambios en la plantilla y creación de empleo

En el período 2024/2025, el grupo MGI registró un aumento en el número total de contratos, pasando de 923 en el ejercicio anterior a 2.371 este ejercicio debido a que se han realizado más contrato de menos hora en el presente año fiscal.

Por otro lado, durante el ejercicio 2024/2025, se produjeron 125 despidos de empleados en el grupo MGI, frente a los 135 del ejercicio anterior. A continuación, se muestra esta información desagregada por sexo, rango de edad y categoría profesional:

Tabla 12 Número de despidos por sexo, rango de edad y categoría profesional.

DESPIDOS		2024/2025	2023/2024	2022/2023
Sexo	Hombres	61	58	25
	Mujeres	64	77	35
Rango de edad	<30	62	49	21
	30-50	55	77	36
	>50	8	9	3
Categoría profesional	Administración	1	1	6
	Encargados de tienda	15	12	13
	Otros empleados	110	122	41

Remuneraciones justas

Desde MGI 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 13. Remuneraciones medias anuales (en euros) de los empleados de MGI por sexo, edad y categoría profesional.

REMUNERACIONES		2024/2025		2023/2024		2022/2023	
MEDIAS ⁵ (€)		Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Administración	<30	-	18.756,89 €	24.722,64 €	17.532,08 €	24.143,10 €	-
	30-50	22.766,35 €	23.340,16 €	28.762,53 €	27.636,15 €	27.897,20 €	26.653,43 €
	>50	34.867,41 €	28.152,20 €	15.382,50 €	48.309,46 €	29.689,40 €	54.015,14 €
Encargados de tienda	<30	20.234,49 €	18.747,39 €	17.193,97 €	20.055,79 €	17.713,05 €	20.883,75 €
	30-50	21.738,36 €	22.555,51 €	18.537,12 €	29.093,16 €	20.788,27 €	21.298,94 €
	>50	25.802,90 €	25.802,90 €	19.891,30 €	24.969,80 €	-	29.739,67 €
Otros	<30	17.323,64 €	17.105,85 €	16.085,09 €	16.445,90 €	16.536,79 €	16.771,27 €

⁵ Algunos datos de remuneraciones no se muestran en la tabla por confidencialidad.

30-50	17.460,47 €	20.044,34 €	17.942,58 €	25.181,95 €	16.039,99 €	19.345,75 €
>50	12.230,00 €	21.839,40 €	20.830,32 €	18.962,07 €	24.462,74 €	29.950,13 €

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 7% frente al 19% en el año anterior. Por otro lado, el consejo está formado por un único administrador y su retribución media anual durante el ejercicio 2024/2025 fue de 104.958,91 € (103.700,56 € en 2023/2024)

Organización de trabajo

Desde 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. Durante este año desde el grupo MGI se ha iniciado la ejecución de una Política de medidas de conciliación para garantizar estos derechos.

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. Durante el presente ejercicio se ha realizado un protocolo específico de desconexión digital que permita garantizar el derecho a la desconexión como herramienta fundamental para lograr una mejor ordenación del tiempo de trabajo en aras del respeto de la vida privada y familiar que, garantizando los compromisos asumidos con nuestros clientes, permita desarrollar y favorecer el equilibrio entre la calidad de vida profesional y personal y la salud de las personas trabajadoras.

Absentismo

Desde MGI registramos 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 14. Horas naturales de absentismo laboral registradas.

	2024/2025	2023/2024 ⁶	2022/2023 ⁷
Horas anuales de absentismo laboral	196.343,00	152.560,62	84.876,00

Desarrollo del empleado

En el grupo MGI, el desarrollo de carrera integral de nuestros empleados es una prioridad. Promoviendo así la formación continua, ofreciendo oportunidades de aprendizaje y desarrollo profesional que permitan a nuestros empleados crecer y desempeñarse de manera efectiva en sus roles.

Paralelamente, nos comprometemos a garantizar un entorno de trabajo seguro y saludable, implementando rigurosas medidas de salud y seguridad.

⁶ Se produce el recalcule del dato del ejercicio 2023/2024 para las horas anuales de absentismo laboral.

⁷ Se produce el recalcule del dato del ejercicio 2022/2023 para las horas anuales de absentismo laboral.

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 donde operamos. Esta política está disponible para empleados y partes interesadas y se revisa periódicamente cada tres a cinco años. Entre los compromisos que subraya esta política 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.

Para garantizar la seguridad y salud de nuestros colaboradores, informamos y formamos a 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.

Para garantizar estas medidas existen Delegados de Prevención que 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 fiscal 2024/2025, se han registrado un total de 41 accidentes laborales, de los cuales 27 resultaron en bajas temporales para la recuperación de los empleados

afectados (frente a los 42 y 35 en el año anterior). 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.

El índice de frecuencia se sitúa en un 25,9 mientras que el índice de gravedad es de 0,75, (frente al año anterior 34,02 y 1,06 respectivamente). A continuación, se presentan los resultados de estos índices desglosados por sexo para el ejercicio 2024/2025.

Tabla 15. Indicadores de accidentalidad

ÍNDICES ACCIDENTABILIDAD		2024/2025	2023/2024	2022/2023
Nº de accidentes (con baja)	Hombres	16	18	13
	Mujeres	11	17	5
Índice Frecuencia	Hombres	28,58	32,15	33,18
	Mujeres	23,22	35,89	19,5
Índice Gravedad	Hombres	0,73	0,99	0,02
	Mujeres	0,77	1,14	0,01

Respecto a las enfermedades profesionales vinculadas a las actividades de la compañía, en el año 2024/2025 no se ha registrado ningún caso confirmado.

Formación

Desde MGI creemos que una formación continua es necesaria para adaptarse al crecimiento de las demandas del entorno laboral y a las nuevas tendencias de consumo. Por ello, fomentamos el desarrollo personal y profesional de los empleados, promoviendo la mejora de sus competencias y habilidades.

Una parte importante de esta formación continua es la integración de herramientas digitales, por lo que hemos establecido un plan de formación anual basado en el análisis de los puestos de trabajo. Durante el ejercicio 2024/2025, se han seguido impartiendo 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 3.223 horas, en comparación con las 3.585 horas de formación del año anterior.

Tabla 16. Horas de formación anual.

2024/2025		2023/2024		2022/2023		
HORAS FORMACIÓN	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres

ANUALES							
Rango de edad	<30	486	365	585	415	316	628
	30-50	1.236	1.329	1.075	1.290	1.922	1.944
	>50	186	109	130	55	0	60
Categoría profesional	Administración	179	87	620	20	120	240
	Encargados de tienda	620	577	600	725	2.070	2.368
	Otros empleados	1.109	1.139	570	1.015	48	24
TOTAL		1.908	1.803	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. Durante este año MGI ha aprobado e inscrito su Plan Transversal de Igualdad del Grupo Empresarial Master Gift Import, cuyo propósito es cumplir con la normativa vigente, alinear nuestras actividades con nuestros valores y asegurar un modelo de igualdad en todas nuestras operaciones.

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, para conseguir así una formación práctica alineada con las tareas que se desempeñan en nuestras tiendas. 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, comenzando así su carrera profesional.

Prevención del acoso laboral

Contamos con un protocolo específico para abordar situaciones de acoso para conseguir promover un entorno donde se respete plenamente la dignidad y la no discriminación. Este protocolo 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, se han recibido tres denuncias por acoso laboral o sexual.

Durante el presente ejercicio se han aprobado diferentes protocolos internos para garantizar la seguridad y dignidad de los trabajadores de MGI siendo estos el Protocolo de prevención y actuación para la atención del acoso y la violencia contra las personas LGTBIQ+ en el ámbito laboral y el Protocolo para la protección de las víctimas de violencia de género.

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 17. N° de personas con discapacidad en plantilla.

	2024/2025	2023/2024	2022/20233
Personas con discapacidad en plantilla	9	3	2

Diálogo social

Para garantiza un entorno justo y cooperativa, trabajamos a través del diálogo social como una herramienta esencial. El 100% de 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.
- C. Convenio de Actividades Diversas.
- C. Colectivo de Sector de Comercio Vario de Navarra.
- C. Colectivo de trabajo de comercio de juguetes, artículos de deporte, instrumentos musicales, discos y bazares.
- C. Convenio del sector de Comercio de juguetes de Zaragoza.
- C. Convenio Tenerife
- C. Convenio Las Palmas
- C. Convenio I de trabajo del Sector de Comercio de Metal de León.
- C. Convenio del sector del comercio en general de Valladolid.
- C. Colectivo de ámbito provincial para el comercio en general (excepto comercio de ganadería y comercio de metal) de Palencia
- C. Convenio Provincial del Sector de Comercio de la provincia de Zamora
- Clientes y consumidores

Nuestros clientes representan un grupo de interés estratégico clave para el éxito y el desarrollo sostenible de nuestra organización. Por ello, trabajamos con dedicación para superar sus expectativas, ofreciendo productos que destacan por su calidad y seguridad.

Cada producto que comercializamos está sujeto a rigurosos controles y cuenta con las certificaciones necesarias, como el distintivo CE. Además, garantizamos un etiquetado completo que incluye toda la información exigida: garantía, instrucciones de uso específicas y certificaciones aplicables según la naturaleza del producto.

El diálogo y el compromiso con nuestros clientes son pilares de nuestra filosofía corporativa, por lo que desde MGI tenemos 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.

Si bien actualmente no contamos con un sistema formal para el registro de reclamaciones, cada comunicación recibida es atendida con el objetivo de optimizar la eficacia y la efectividad de nuestras respuestas.

Sociedad y comunidades locales

En el grupo MGI estamos altamente comprometidos con el desarrollo de las comunidades locales. Por ello 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 generando así un impacto positivo y duradero y fortaleciendo los lazos con las áreas en las que operamos.

Aportaciones a entidades sociales

Durante este año, desde MGI a través de sus distintas sociedades, se han realizado donaciones de tipo dinerario y en especie a lo largo del periodo 2024/2025.

Las aportaciones económicas han alcanzado un total de 5.161,60 € este año (frente a 3.912,50 € en 2023/2024). Estamos comprometidos con el impulso de la comunidad local, apoyando desde la promoción de proyectos culturales a través del apoyo a ayuntamientos y entidades 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 18. Aportaciones dinerarias.

ASOCIACIÓN BENEFICIARIA (€)	2024/2025
Club Deportivo Arunda Hawks	2.500,00
Organización Cultural "Peña El CATITE"	150,00

Asociación contra el cáncer (Puerto de Santa María)	150,00
HERMANDAD DE LOS GITANOS	200,00
HDAD.N.SR.ECCE-HOMO	1.000,00
II ruta policía nacional 091 Ronda	1.161,60
TOTAL	5.161,60

Además, se ha aportado el equivalente a 7.964,86 € en donaciones en especie (18.943,55 € en el ejercicio anterior). 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.

Tabla 19. Aportaciones en especie.

ASOCIACIÓN BENEFICIARIA (€)	2024/2025
Asociación Española Contra el Cáncer	4.074,84
Agrupación Hermandades y Cofradías de Ronda	50,00
Fundación López Mariscal de proyectos sociales y culturales	550,54
Asociación Valencia	260,45
Parque Muria Melilla	20,00
Sala de muestras para una asociación	25,72
Donación Jorge Peña Tendido 8	30,00
Peña barcelonista de Lucena	117,31
APYMER	45,00
Donación Concurso MGI Sevilla	22,00
Cabalgata de Sevilla Eduardo Porro	2.694,00
Otras donaciones	75,00
TOTAL	7.964,86

Proveedores

Desde MGI, conocemos la importancia de mantener una cadena de valor responsable que refleje nuestros valores y principios corporativos por lo que contamos con una Política de Responsabilidad Corporativa, donde se establece un marco de referencia para nuestros proveedores, detallando los valores y medidas de gestión responsable que deben seguir en sus operaciones en cuanto a cuestiones sociales y ambientales.

En este momento desde MGI no contamos con mecanismos formales de seguimiento de productos a lo largo de la cadena de suministro ni con un sistema de homologación,

supervisión o auditoría de proveedores. Desde MGI seguimos trabajando en una manera de implementar de forma satisfactoria estos mecanismos. 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. Sin embargo, para garantizar la mejor gestión de nuestra cadena de valor seguimos desarrollando un Código Ético para proveedores que garantice la gestión responsable de nuestra cadena de valor.

Debido al sector en el que operamos, dentro de nuestros mercados de aprovisionamiento, el mercado asiático presenta un rol importante, con un 21,78 % procedente de Hong Kong y un 14,26% de China, siendo en el año anterior un 21,14% y un 14,68% respectivamente. Sin embargo, tratamos de priorizar la compra local, reflejado en que más del 61% del volumen de compra proviene de países europeos, representando el mercado español un 50,18%, siendo en el año anterior un 61% y un 49,34% respectivamente. Esto refleja 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 corporativo, el cumplimiento de la normativa vigente y el respeto por los derechos humanos constituyen los pilares fundamentales de nuestra responsabilidad social corporativa. Estos principios son clave para garantizar la sostenibilidad de nuestras operaciones. Estamos comprometidos con la promoción de prácticas responsables a lo largo de toda nuestra cadena de valor, fomentando un entorno basado en el respeto y la 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.

Durante este año se ha aprobado la creación de un canal de denuncias confidencial, siendo un medio de comunicación confidencial y transparente para que, tanto los Miembros de nuestra entidad, como otras partes interesadas de la misma, cuenten con un cauce adecuado para informar de aquellos comportamientos que puedan conllevar alguna irregularidad o de algún acto contrario a la legalidad o a las normas de comportamiento del Código Ético y demás normas internas aplicables.

Lucha contra la corrupción

En el grupo MGI reafirmamos nuestro compromiso con la promoción de un comportamiento ético en todas nuestras operaciones, considerándolo esencial para preservar la integridad y reputación de la organización. Este compromiso se articula a través de nuestra Política de Responsabilidad Corporativa, la cual establece directrices claras para prevenir cualquier conducta inapropiada. Durante el presente ejercicio, al igual que en el año anterior, no se han registrado denuncias relacionadas con corrupción o soborno, lo que demuestra nuestra continua lucha con la transparencia, legalidad y altos estándares de conducta empresarial.

Información fiscal

En la siguiente tabla, se detallan los beneficios obtenidos por el grupo MGI en el ejercicio 2024/2025 y los impuestos sobre beneficios pagados. Se ha producido un aumento de los beneficios debido a la apertura de nuevas tiendas. Cabe mencionar que, durante el ejercicio, la empresa Jesmar Toys ha recibido una subvención por valor de 1.720,00 € y MGI Málaga ha devuelto parte de la subvención recibida en el año anterior, siendo en el ejercicio anterior de 2.313,27€.

Tabla 20. Información fiscal.

	2024/2025	2023/2024	2022/2023
Beneficios obtenidos antes de impuestos (€)	24.768.723,62	17.989.676,86	9.650.111,06
Impuestos sobre beneficios pagados (€)	5.671.125,56	2.315.735,07	1.520.542,56

Tabla de contenido Ley 11/2018

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

LEY 11/2018	EINF 2024/2025
Entorno empresarial	
Organización y estructura	2- 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	
Consumo de agua y suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	14-15

LEY 11/2018	EINF 2024/2025
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	19-20
Empleo	
Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional	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	21-22
Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional	23
Remuneraciones medias y evolución desagregada por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor	23-24
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	24-25
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
Salud y seguridad	26-27
Relaciones Sociales	29

LEY 11/2018	EINF 2024/2025
Formación	27-28
Accesibilidad	
Igualdad	28-29
Información sobre el respeto de los derechos humanos	
Políticas de Derechos Humanos y resultado de estas políticas	
Diligencia debida en materia de derechos humanos	32-33
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	33
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	30-31
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	31-32
Consumidores	29-30
Información fiscal	33-34

