



GRUPO MGI

Grupo consolidado Master Gift Inversiones, S.L.

Informe de sostenibilidad 2025/2026

1. INFORMACIÓN GENERAL	3
1.1 Bases para la elaboración	3
Principios generales para la elaboración del informe	3
Certificaciones y etiquetas ESG.....	4
1.2 Estrategia: Modelo de Negocio y Sostenibilidad – Iniciativas Conexas	5
Sobre nosotros	5
Modelo de negocio	7
Estrategia y posicionamiento	8
Nuestras prioridades y desafíos.....	9
Hoja de ruta de Sostenibilidad	13
1.3 Prácticas, políticas e iniciativas futuras para la transición hacia una economía más sostenible	15
2. AMBIENTAL	17
2.1 Energía y emisiones de gases de efecto invernadero	17
Consumo de energía.....	17
Emisiones de gases de efecto invernadero	19
Plan de reducción de GEI	20
Riesgos climáticos	20
2.2 Contaminación de la atmósfera, del agua y del suelo	21
2.3 Biodiversidad	21
2.4 Agua	21
Consumo de agua.....	21
2.5 Uso de recursos, economía circular y gestión de residuos	21
Gestión de residuos	21
Materiales utilizados.....	23
3. SOCIAL	25
3.1 Trabajadores	25
Características generales de los trabajadores	26
Organización del trabajo	28
Salud y seguridad de los trabajadores.....	29
Retribución, negociación colectiva y formación de los trabajadores	31
Igualdad e inclusión	33
Políticas y procesos en materia de derechos humanos	34
Incidentes negativos graves en materia de derechos humanos.....	35
3.2 Desarrollo sostenible y comunidad local.....	35
Aportaciones a entidades sociales.....	35
3.3 Consumidores y clientes	36
4. GOBERNANZA	37
4.1 Corrupción y soborno	37
4.2 Ingresos de determinadas actividades y exclusión de los índices de referencia de la UE	37
4.3 Subcontratación y proveedores	38
4.4 Información fiscal	39
ANEXO I.....	40

1. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Bases para la elaboración

Principios generales para la elaboración del informe

El presente Estado de Información No Financiera (en adelante informe o reporte) se ha elaborado en línea con 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 Sociedades 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 su elaboración también se han tomado en consideración las directrices establecidas en la Recomendación (UE) 2025/1710 de la Comisión de 30 de julio de 2025 relativa a una norma voluntaria de presentación de información sobre sostenibilidad para las pequeñas y medianas empresas y las directrices sobre la presentación de informes no financieros de la Comisión Europea (2017/C 21/01) derivadas de la Directiva 2014/95/UE. Adicionalmente, se ha tenido en cuenta lo establecido en la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad de *Global Reporting Initiative* (Estándares GRI).

El presente informe de sostenibilidad ha sido sometido a un proceso de revisión externa independiente. El informe de aseguramiento independiente donde se incluyen los objetivos y alcance del proceso, así como los procedimientos de revisión utilizados y sus conclusiones, se incluye al final de este documento.

El objetivo del Estado de Información No Financiera del grupo MASTER GIFT INVERSIONES, S.L (en adelante Grupo MGI, MGI, la Compañía o el Grupo) 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 2025-2026 (**entre el 1 de abril de 2025 y 31 de marzo de 2026**). Además, y atendiendo al requisito de aportar datos evolutivos y comparables, se integran los datos correspondientes a los ejercicios 2024-2025 y 2023-2024 en los casos en los que estos facilitan la comprensión de la información reportada.

Para la elaboración del presente estado de sostenibilidad, la Compañía ha optado de manera voluntaria por la publicación del “Estándar de presentación de informes voluntarios para PYMES” en su versión Módulo Completo. Adicionalmente, no se ha omitido ninguna información por consideraciones internas en cuanto a material sensible o clasificado. El alcance de este informe se enmarca en la operativa de nuestro grupo MASTER GIFT INVERSIONES, S.L. y sociedades dependientes, que está formada por un conjunto de sociedades que determinan el siguiente perímetro de consolidación:

Tabla 1 - Información general del Grupo MGI.

	FILIALES	DOMICILIO FISCAL
Grupo MGI	MASTER GIFT IMPORT, S.L.U	Pasaje Poeta Rafael Alberti 2, 3º (Ronda, Málaga).
	JESMAR TOYS, S.L.	Av. Maisonnave, nº 18 (Alicante)
	INVERSIONES ROSADO, S.L	C/ Guaduares, nº 10 (Ronda, Málaga)
	M.G.I. TIENDAS MÁLAGA. S.L.	Pasaje Poeta Rafael Alberti, 2-3ª (Ronda, Málaga)
	M.G.I. TIENDAS CANARIAS, S.L.	Av. El Paso, s/n (San Cristóbal de la laguna, S.C. Tenerife)

Actividad de la Compañía	
Código NACE; que describe la actividad principal	47.64; 47.65
Códigos NACE; que describen las actividades secundarias	47.59; 47.69; 47.78
País(es) en donde se opera	España

Principales cifras	
Beneficios antes de impuestos (en euros);	34.260.827,93 €
Cantidad de empleados	926 empleados de media (Headcount)

Emplazamientos en propiedad, arrendados o gestionados	Dirección	Código postal	Localidad	País	Coordenadas
Centro logístico	Parcela 12 polígono Antequera	29200	Antequera, Málaga	España	37.0376, -4.5848
Oficina administrativa	Pasaje Poeta Rafael Alberti 2, 3º,	29400	Ronda, Málaga	España	36.7462, -5.1618
Nave Industrial	C/ General O´Donnell, nº 5-Castalla ¹	03420	Alicante	España	38.5964, -0.6714
Tiendas propias	Ver apartado 1.2. Estrategia del presente EINF			España	

Certificaciones y etiquetas ESG

Grupo MGI no cuenta con certificaciones o etiquetas específicas en materia de sostenibilidad.

¹ En marzo de 2026 se ha procedido a la venta de la nave industrial de Alicante.

1.2 Estrategia: Modelo de Negocio y Sostenibilidad – Iniciativas Conexas

Sobre nosotros

Master Gift Inversiones S.L. es la cabecera del grupo empresarial MGI, especializado en la comercialización y distribución de productos de consumo a través de distintas unidades de negocio, incluyendo:

- Actividades de venta al por mayor y al por menor de juegos, juguetes y artículos para el hogar.
- Actividades de importación y exportación de juguetes, regalos, productos deportivos y otros bienes de consumo,
- Fabricación de productos propios, principalmente juegos y juguetes
- Participación en actividades de promoción inmobiliaria.

Desde nuestro nacimiento en 2017, en Grupo MGI mantenemos el compromiso de ofrecer productos de calidad adaptados a las necesidades y expectativas de nuestros clientes.

En relación con la estructura de la empresa, los propietarios son Virginia y Jorge Rosado Morales, junto con José Rosado Trujillano, quienes designan al administrador general único, responsable de la toma de decisiones administrativas que aseguren el funcionamiento correcto del Grupo. A continuación, se muestra el organigrama de la estructura del Grupo:



Desarrollamos nuestras operaciones en España, donde contamos con un centro logístico de 42.000 m² en Antequera (Málaga), una oficina administrativa en Ronda (Málaga), así como una nave industrial y oficinas de dirección en Alicante.

Además, disponemos de una red comercial formada por un total de 90 tiendas (83 en el ejercicio 2024-2025), incluyendo establecimientos propios (84), franquicias (6) y nuestra tienda *online*, distribuidas por todo el territorio nacional de la siguiente manera:



MASTER GIFT IMPORT S.L.:

Andalucía

HUELVA Av. Fuerzas Armadas, 6 - junto al nuevo Burger King •
 ALCALÁ DE GUADAIRA Av. Príncipe de Asturias, 1 - C. Cial. "Parque Guadaira"
 ALGECIRAS C. C. "Bahía Plaza", Pol. Ind. Palmones III, 16
 ALMERÍA Pol. Ind. San Rafael - Cruce de la Cepa, 42 (Huercal de Almería)
 ANDUJAR Parque Cial. "Europa" • Av. Londres, SIN
 ANTEQUERA C/ Papabellotas, 13
 CÁDIZ Avda. de La Solá, 2
 CHICLANA DE LA FRA. Av. de los Descubrimientos, 98 - Pol. Ind. El Torno II
 CÓRDOBA CONNECTA P. Cial. Guadalquivir - Av. Libertador Matías Delgado, s/n - local 4
 DOS HERMANAS CENTRO C/ Doctor Fleming, 54, Parcela 3 - Bajo
 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"
 ESTEPONA Av. Juan Carlos I, 67 - Junto a BBVA
 FUENGIROLA (Mijas Costa) C/ Sta. Laura, 3 (entre Corte Inglés y garaje Victoria) •
 GRANADA PARQUE CIAL. GRANAÍTA Parque Cial. "Granaíta" • C/ Billy Wilder, s/n •
 GRANADA Ctra Granada, 29 - Parque Cial. "Albán" (Armillas)
 JAÉN Carretera de Madrid, 33
 JEREZ DE LA FRA. Ronda Aurora Boreal, Local 1C - Centro Cial. Luz Shopping (IKEA)
 LA LINEA DE LA CONCEPCION, Ctra Malaga, 61 (Pol. Ind. El Zabal)
 LEPE Parque Comercial LEPE SUR / C/ 3 de Abril - Local 3
 LINARES, Av. Juan Diego de Dios Barrero, 52 •
 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
 MOTRIL Av. De Salobreña, 60
 RONDA C/ Guadalquivir, 4 - Pol. Ind. El Fuerte
 SANLUCAR DE BARRAMEDA C.C. LAS DUNAS-P.I. Rematacaudales
 SEVILLA Av. Montes Sierra, 6
 TOMARES Parque Comercial de Aljarafe, Local B11-12
 VÍCAR Parque Comercial "Viapark", Local-7

Aragón

ZARAGOZA, P. CIAL PUERTO VENECIA, Calle Teatro Malbrán, 43

Asturias

AVILES C.C. PARQUE ASTUR, C/ Pedrero, SIN

Castilla-La Mancha

TALAVERA DE LA REINA Parque Comercial El Golf, Carretera Nacional V, Km 113

Castilla y León

LEÓN P.C. DALMA CENTRE, Local 4 León
 PALENCIA C/ Andalucía, 4 Local 4 Palencia
 PONFERRADA, C.C. EL ROSAL, Av. De la Constitución, 2 Ponferrada
 SALAMANCA P. Cial Atalaya de Tormes, Av. E. Leclero (Salamanca)
 SORIA C.C. CAMARETAS, Av. de la Alegría, s/n
 VALLADOLID, C.C. PARQUE SOL, Av. Real Valladolid, 5 Valladolid
 ZAMORA P.C. Vista Alegre, local 3 C-1, Carretera de Tordesillas, Km 1

Castilla-La Mancha

TOLEDO C. Cial. Luz del Tajo, Av. del Río Boladiez, s/n, Local 19b Centro

Cataluña

REUS, CC LA FIRA, Avinguda de Sant Jordi, 6 Reus
 TARRAGONA C.C. FAMILY PARK- Ctra. Valencia, SIN
 TERRASSA CC TERRASSA PLAÇA, Av. del Valles
 VILADECANS Av. del Segle XXI, 6 - Centro Cial. "Vilamarina", Local 0-19-0-20

Comunidad Valenciana

ALICANTE Avda. Antonio Ramos Carratalá, 56-60 - P. Cial. "Vistahermosa" 25
 CASTELLÓN Partida Pí Gros, 51D
 ELCHE Centro Cial. "Carrefour Elche" • Local M-1 - Avda. Crevillente, 31
 GANDÍA Avenida de la Vital 10, Centro Cial. "La Vital"
 SAGUNTO Parque Cial. "Vidanova Parc" • Parcela M2, Local 2.19
 VALENCIA C/ N 7 Osito II, parcela 4-5 Bajo, La pobla de Valbona
 VINARQZ Parque Comercial Portal Mediterraneo, Ctra. Nacional N 340 Km 1049

Extremadura

BADAJÓZ Ctra. Nacional V, Madrid-Lisboa, Km. 399
 MÉRIDA P. Cial "La Heredad" - Av. de Alange nº2, local L-4

Galicia

A CORUÑA C.C. MARINEDA CITY, Estrada baños de Arteixo, 43
 SANTIAGO DE COMPOSTELA P.I. COSTA VELLA, Rua de Polonia, 14

Madrid

TORREJÓN DE ARDOZ, P.C. Corredor, Ctra. Ajalvir Centro Comercial
 ALCALÁ DE HENARES C.C. QUADERNILLOS, Av. de Don Juan Tenorio, SIN-
 ALCORCÓN C.C. "Tres Aguas", Av. San Martín de Valdeiglesias - 20,
 COSLADA Parque Comercial Coslada, avda Gárate con Calle La Rioja
 FUENLABRADA Parque Comercial Nium Retail Park, c/ de Mostoles, 109 Fuenlabrada (Madrid)
 LEGANÉS C/ Mondragón, 1 - Centro Comercial "Sambil Outlet"
 RIVAS-VACIAMADRID P. Cial. "Parque Rivas" - Avda. de la Técnica, s/n - Pol. Ind. Santa Ana
 VALDEMORO C/ Gaspar Bravo de Sobremonte, 8-10-12
 VALLECAS Av. Pablo Neruda, 91-97 - Local B-5 - C.Cial. "Madrid Sur"

Ceuta y Melilla

CEUTA Avda. de España, 19 (Edificio Ara Coeli)
 MELILLA Parque Murias Melilla, Paseo de las Rosas, 19ª Melilla

Navarra

PAMPLONA P.I. Multiva Baja, Calle A, 52
 VIANA, CC LAS CAÑAS, Ctra NA-134, Km 96,50

Región de Murcia

CARTAGENA Parque Comercial Mediterráneo, calle Riga, nº 10
 LORCA Centro Comercial "Almenara" • C/ De En Medio, s/n
 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).

M.G.I. CANARIAS S.L.:

Canarias

AÑAZA Avda. Luis Celso García Guadalupe, 116 - Santa Cruz de Tenerife
 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
 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. Multiusos)
 TENERIFE SUR LAS CHAFIRAS Ctra TF-655, 3 (San Miguel de Abona)

M.G.I. MÁLAGA S.L.:

Andalucía

MÁLAGA NOSTRUM C/ Lugo, 6 - Centro Comercial "Málaga Nostrum"
 MÁLAGA Av. Simón Bolívar, s/n - C. Cial. Málaga Rosaleda, Local A-1
 RINCÓN DE LA VICTORIA C.C. Rincón de la Victoria- C/ Arroyo de Totalán, 36
 VÉLEZ-MÁLAGA C/ Ruta de los Carboneros, s/n Velez-Málaga

Comunidad Valenciana

VALENCIA C/ José Puertes s/n, junto a Centro Comercial MN-IV (Alfajar)

FRANQUICIAS

Andalucía

MORON DE LA FRONTERA-Pol. Ind. El Tejar, C/Bulerías, 1 Moron de la Frontera (Sevilla)
 SAN JOSE DE LA RINCONADA- C/ Madrid esquina C/ Jorge Manrique San José de la Rinconada (Sevilla)
 ECÍJA-Avda. del Genil, s/n Ecija (Sevilla)
 TROCINA-C/ Jovellanos, 10 Trocina (Sevilla)

Castilla-La Mancha

ALCAZAR DE SAN JUAN- C/ Metalguria, 3 Alcazar de San Juan (Ciudad Real)
 CIUDAD REAL- C/ Segadores, 34 Miguelturna

Nuestro enfoque y compromiso

Misión

Proveer una amplia variedad de productos destinados al hogar, la decoración, el textil, el pequeño electrodoméstico, el ocio, las actividades al aire libre y los juguetes, garantizando elevados estándares de calidad y accesibilidad para los consumidores mediante una oferta de calidad a un precio asequible.

Visión

Nuestra visión se centra en un crecimiento continuo para aumentar el reconocimiento de las 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.

Modelo de negocio

Nuestra estrategia empresarial se basa en la selección, adquisición y gestión de distintos productos para su posterior comercialización y rentabilización. A través de esta estrategia, generamos valor para el Grupo y para nuestros grupos de interés, impulsando nuestro crecimiento en un entorno competitivo.

Productos, servicios, mercados y clientes

A continuación, se detallan las principales actividades, productos y servicios desarrollados por las sociedades del Grupo, así como los mercados y tipos de clientes asociados a cada línea de negocio.

Tabla 2 - Productos y servicios ofrecidos por sociedad.

SOCIEDAD	ACTIVIDADES, PRODUCTOS Y SERVICIOS	MERCADOS Y CLIENTES
MGI INVERSIONES	Prestación de servicios corporativos y de gestión empresarial, incluyendo apoyo administrativo, financiero y estratégico a las sociedades del Grupo.	Opera para las sociedades del grupo
INVERSIONES ROSADO	Gestión de activos inmobiliarios destinados a promoción y arrendamiento.	Mercado inmobiliario y arrendamiento.
MASTER GIFT IMPORT, S.L.,	Adquisición, importación, distribución y gestión logística de productos de consumo a través de proveedores nacionales e internacionales.	Mercado mayorista (B2B), distribución y

	Comercialización de juegos, juguetes y artículos para el hogar a través de tiendas físicas y canales <i>online</i> .	comercialización intragrupo. Mercado minorista dirigido al consumidor final.
MGI TIENDAS MÁLAGA Y CANARIAS	Comercialización de juegos, juguetes y artículos para el hogar a través de tiendas físicas.	Mercado minorista dirigido al consumidor final.
JESMAR TOYS S.L.²	Desarrollo y fabricación de productos propios mediante procesos productivos y proveedores especializados nacionales e internacionales.	Mercado mayorista, comercialización.

La sociedad Master Gift Inversiones S.L. opera con el objetivo de prestar servicios de apoyo a la gestión y dirección estratégica de las sociedades que integran el Grupo, impulsando el crecimiento y desarrollo coordinado de nuestras diferentes líneas de negocio. Adicionalmente, desempeña funciones típicas de una sociedad *holding*, incluyendo la compra, venta y gestión de valores mobiliarios y participaciones en el capital de diversas sociedades, la administración de estas participaciones y financiación de las empresas del grupo. Además, maneja la tenencia, licencia, explotación, gestión y administración de los derechos de propiedad industrial y los activos que están protegidos por esos derechos.

Estrategia y posicionamiento

Nuestra estrategia integral y bien definida guía el crecimiento y posicionamiento de cada una de nuestras sociedades. En un entorno competitivo, trabajamos para consolidar nuestra posición en los sectores en los que operamos, impulsando al mismo tiempo la expansión, la eficiencia operativa y la rentabilidad a largo plazo. Nuestro objetivo es consolidar nuestra red de tiendas y nuestros productos y servicios, expandir esta influencia y asegurar una rentabilidad sostenida en el tiempo.

Con este objetivo, la estrategia del Grupo MGI establece metas específicas para cada una de las sociedades:

- **Master Gift Import, MGI Málaga, MGI Canarias y Jesmar Toys** centran sus esfuerzos en reforzar su posicionamiento en los sectores de distribución, comercialización y fabricación de productos de consumo, promoviendo el crecimiento, la expansión territorial y la consolidación de su presencia en el mercado.
- **Inversiones Rosado** desarrolla su actividad con el objetivo de maximizar el valor de sus activos inmobiliarios mediante la gestión, el alquiler y la comercialización de inmuebles.
- **MG INVERSIONES** actúa como la empresa matriz del Grupo, coordinando y apoyando la gestión de las distintas sociedades mediante servicios administrativos, financieros y estratégicos que contribuyen al cumplimiento de sus objetivos empresariales.

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

² La sociedad Jesmar Toys no ha tenido actividad en el periodo de reporte. Se incluye en el perímetro ya que la liquidación de la empresa concluyó durante el ejercicio reportado: la sociedad ha tenido personal contratado hasta enero de 2026 y ha liquidado sus activos en marzo (nave industrial) del mismo año.

- **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 compra-venta de inmuebles, siempre con el objetivo de obtener beneficios económicos adicionales que fortalezcan la posición financiera del grupo.

Asimismo, continuamos avanzando en la integración progresiva de criterios de sostenibilidad en nuestra actividad empresarial. En ese sentido, promovemos una gestión orientada a la eficiencia operativa y al uso responsable de los recursos, adaptando la producción y el aprovisionamiento a las necesidades reales del mercado con el objetivo de minimizar excedentes, optimizar inventarios y reducir la generación de residuos.

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 para el Grupo resulta fundamental para garantizar la resiliencia, competitividad y sostenibilidad de nuestras operaciones.

La identificación y priorización de estas cuestiones nos permite alinear nuestra estrategia con las necesidades y demandas del entorno en el que operamos, así como anticipar riesgos y oportunidades que puedan afectar al desarrollo de nuestra actividad. Este análisis favorece una mejor toma de decisiones, el fortalecimiento de las relaciones con nuestros grupos de interés y la mejora continua de nuestro desempeño empresarial.

Tendencias de Mercado

Desarrollamos nuestra actividad en un entorno empresarial dinámico y en constante evolución, marcado por cambios en los hábitos de consumo, el avance de la digitalización y una creciente exigencia en materia de eficiencia operativa y capacidad de adaptación.

Entre las principales tendencias que impactan en nuestra actividad destacan:

- La preferencia de los consumidores por experiencias de compra más ágiles, accesibles y personalizadas ha incrementado la relevancia de los canales *online* y la evolución hacia modelos de consumo más digitales, intensificando la competencia en el sector.
- El actual contexto económico y geopolítico, marcado por la volatilidad de los mercados internacionales y las tensiones geopolíticas.
- Aumento en la relevancia de los criterios no financieros para la evolución del negocio, incluyendo factores como el cambio de hábitos hacia un consumo sostenible, los productos educativos o de ocio en familia o el acceso a productos en un contexto inflacionario.

Innovación y transformación

Continuamos impulsando un enfoque *omnicanal* que nos permite integrar nuestros distintos canales de venta y comunicación, reforzando tanto la disponibilidad de productos como la experiencia de cliente. Esta estrategia contribuye a mejorar la capacidad de respuesta ante las nuevas demandas del mercado y a fortalecer nuestra competitividad.

En un contexto marcado por la evolución tecnológica y los cambios en los hábitos de consumo, en MGI continuamos impulsando la modernización y adaptación de nuestro modelo de negocio. La creciente digitalización del sector y la evolución de las expectativas de los consumidores han reforzado la importancia de contar con canales de venta y comunicación cada vez más ágiles, accesibles e integrados. Por esto, seguimos fortaleciendo nuestra presencia digital y desarrollando un modelo comercial que combina el canal *online* con nuestra red de tiendas físicas, permitiéndonos mejorar la experiencia de compra, mantener la cercanía con el cliente y adaptarnos a las nuevas exigencias del mercado.

La evolución tecnológica y la digitalización continúan transformando los procesos operativos y comerciales del sector. Continuamos 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.

Volatilidad de los mercados internacionales

El actual contexto económico y geopolítico puede generar alteraciones en las cadenas globales de suministro y transporte, impactando sobre la disponibilidad de productos, los costes logísticos y los tiempos de aprovisionamiento. En este sentido, durante el ejercicio 2025-2026 hemos llevado a cabo un proceso de mapeo de nuestra cadena de suministro, incorporando criterios de análisis de riesgo país por proveedor y categoría de producto. Este análisis nos permite mejorar el seguimiento de la cadena de valor, identificar posibles riesgos asociados al aprovisionamiento y reforzar la capacidad de adaptación ante posibles alteraciones en los mercados internacionales.

Riesgos no financieros

Desde el 2024 realizamos un análisis de tendencias con foco en las cuestiones regulatorias y de sostenibilidad, y durante este ejercicio continuamos dicho seguimiento. Por esto, la gestión responsable de la cadena de valor, la sostenibilidad y la adaptación a nuevas exigencias regulatorias continúan ganando relevancia tanto para consumidores como para empresas y administraciones públicas.

Las crecientes expectativas en materia ESG y de transparencia, junto con la evolución del marco regulatorio, refuerzan la importancia de avanzar progresivamente hacia modelos de gestión más sostenibles y eficientes. En ese sentido, desde Grupo MGI seguimos trabajando en la revisión y adaptación gradual de nuestras prácticas operativas y de aprovisionamiento, promoviendo una gestión responsable de la cadena de suministro y la optimización de recursos.

A través de este proceso de adaptación continua, buscamos fortalecer nuestra posición competitiva y favorecer un crecimiento sostenible a largo plazo. En este contexto, identificamos como principales desafíos para el negocio la evolución de los hábitos de consumo, la volatilidad

en las cadenas globales de suministro, el incremento de las exigencias regulatorias y la necesidad de continuar avanzando en eficiencia operativa y sostenibilidad.

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 ● ○ ○

Relación con los Grupos de Interés

En MGI mantenemos una comunicación continua con nuestros grupos de interés, lo que nos permite conocer sus expectativas, fortalecer las relaciones con nuestro entorno y anticiparnos a riesgos y oportunidades relevantes para el desarrollo de nuestras actividades.

La relación con nuestros grupos de interés resulta clave para comprender el impacto de nuestra actividad, apoyar la toma de decisiones y avanzar la integración progresiva de criterios de sostenibilidad en la gestión del Grupo.

A continuación, se presentan los principales grupos de interés identificados y las relaciones que mantenemos con ellos:



Tabla 4 - 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. Los jefes de área y responsables de tienda desempeñan un papel clave como figuras de liderazgo, fomentando el diálogo con los equipos y promoviendo la cultura y los valores de MGI.
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 (952 157 349) y el correo electrónico clientes@grupomgi.com . 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 5 - Presencia en redes sociales.

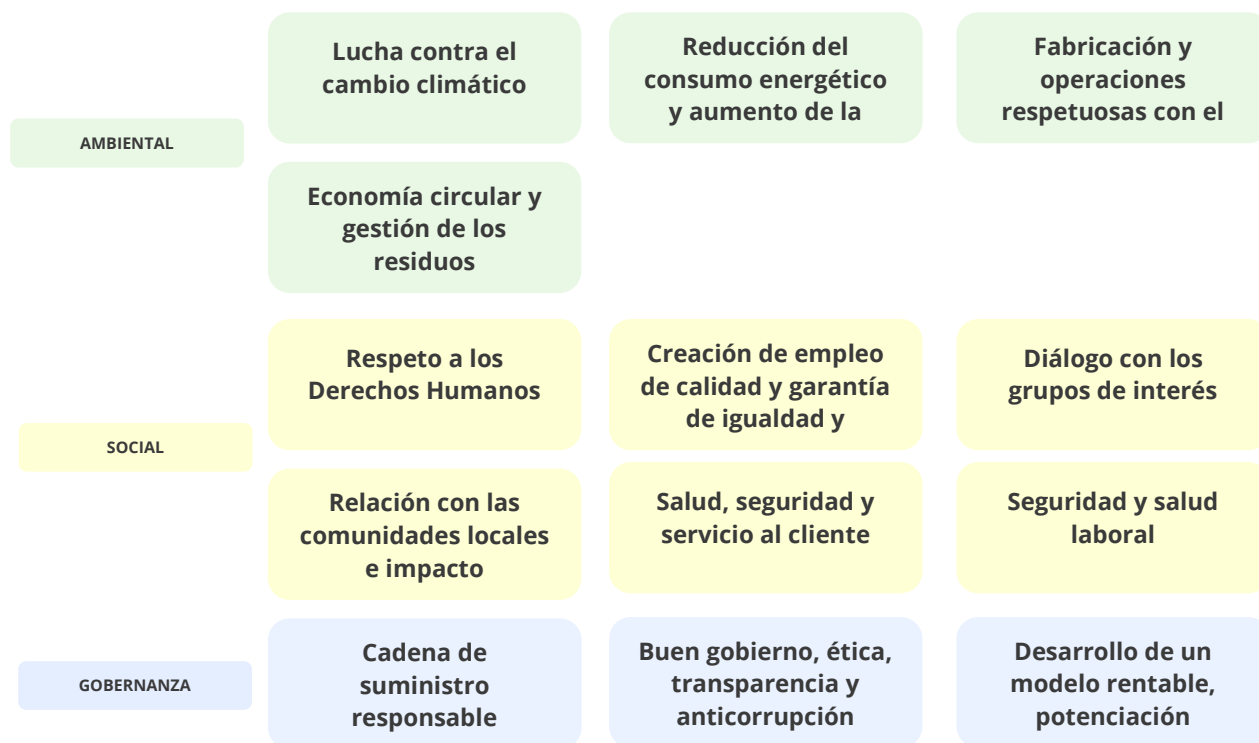
RED SOCIAL	Nº SEGUIDORES 2025/2026	Nº SEGUIDORES 2024/2025
Facebook	189.556	175.770
Instagram	103.365	83.920
TikTok	54.100	43.720
YouTube	752	752
LinkedIn	1.105	910

Cuestiones relevantes corporativas

El seguimiento de las tendencias y el diálogo continuo con nuestros grupos de interés nos permite identificar y comprender los asuntos más relevantes para el desarrollo de nuestra actividad y para la gestión sostenible del Grupo. A través de una comunicación cercana y constante, incorporamos sus expectativas, inquietudes y necesidades en nuestros procesos de gestión y toma de decisiones.

Como resultado de este proceso de diálogo y análisis, hemos identificado distintas cuestiones relevantes de carácter operativo, social y ambiental que podrían influir en el desempeño, la sostenibilidad y la capacidad de adaptación del Grupo ante un entorno empresarial en constante evolución.

A continuación, se presentan las principales cuestiones relevantes identificadas para el Grupo:



Hoja de ruta de Sostenibilidad

Grupo MGI ha elaborado una hoja de ruta de sostenibilidad con objetivos a 2030, que abarca la integración progresiva de criterios ambientales, sociales y de gobernanza en la gestión y estrategia del Grupo.

Ambiental

En el ámbito ambiental, nuestra hoja de ruta se centra en la **reducción del impacto de nuestras operaciones sobre el entorno, impulsando la transición hacia un negocio más eficiente, circular y progresivamente descarbonizado, así como el fortalecimiento de la capacidad de adaptación ante los riesgos derivados del cambio climático.**

Para ello, se han definido dos líneas estratégicas prioritarias: cambio climático y economía circular.

En materia de cambio climático, nos hemos marcado como objetivo para 2030 que al menos el 80% de las tiendas del Grupo cuenten con medidas y planes orientados a la mitigación y adaptación climática. Asimismo, trabajamos en el compromiso de reducir un 42% de las emisiones asociadas de los alcances 1 y 2, así como un 20% de las emisiones de alcance 3.

Con el objetivo de avanzar hacia estas metas, durante este ejercicio se ha elaborado la estrategia de descarbonización del Grupo y se ha iniciado progresivamente su despliegue. De igual manera, se ha comenzado a reforzar la medición y seguimiento de la huella de carbono, especialmente en relación con las emisiones de alcance 3.

De cara a los próximos ejercicios, continuaremos trabajando en el seguimiento y desarrollo del plan de descarbonización, incluyendo iniciativas vinculadas a la movilidad, la eficiencia operativa y la mejora progresiva del desempeño ESG de las tiendas MGI.

Asimismo, en el ámbito de la adaptación climática, está previsto avanzar en la evaluación de riesgos climáticos físicos y de transición, así como el desarrollo de medidas y protocolos de actuación ante posibles emergencias o eventos climáticos extremos.

Por otro lado, en materia de economía circular, la hoja de ruta contempla avanzar progresivamente en la mejora de la gestión de envases y residuos, incluyendo actuaciones relacionadas con la categorización de envases, el impulso de medidas de circularidad, la reducción de residuos generados y el aprovechamiento de subproductos, con el objetivo de fomentar un uso más eficiente de los recursos y reducir el impacto ambiental asociado a nuestras operaciones.

Social

En el ámbito social, nuestra hoja de ruta busca **impulsar un modelo de negocio que contribuya a la generación de valor social, tanto a través de la creación de empleo de calidad y el desarrollo profesional de las personas trabajadoras, como mediante el fortalecimiento del impacto positivo del Grupo en las comunidades y consumidores con los que nos relacionamos.**

Para ello, se han definido dos líneas estratégicas prioritarias: talento y comunidades.

En el ámbito de talento, nuestro objetivo a 2030 es continuar impulsando el bienestar, desarrollo y compromiso de las personas trabajadoras, avanzando progresivamente en la mejora de las condiciones laborales, la igualdad de oportunidades y la reducción de la brecha retributiva.

Para avanzar en estas metas, trabajaremos en el fortalecimiento de mecanismos de diálogo y comunicación interna, el impulso de medidas de conciliación y flexibilidad laboral, así como en actuaciones orientadas a promover hábitos de vida saludable y sensibilización en materia ESG entre las personas trabajadoras.

Contamos con un Plan de Igualdad, aplicable a Master Gift Import S.L. Adicionalmente, está previsto avanzar en iniciativas vinculadas al desarrollo profesional y promoción interna, así como en la definición progresiva de medidas y procesos para reforzar la igualdad de oportunidades, la diversidad y un reclutamiento más inclusivo.

Por otro lado, en el ámbito de comunidades, nuestra hoja de ruta contempla como objetivo a 2030 reforzar el impacto positivo del Grupo en el entorno social y económico, promoviendo una oferta de productos cada vez más sostenible, accesible e inclusiva, así como fortaleciendo la relación con clientes y comunidades locales.

Finalmente, en relación con el impacto socioeconómico positivo, la hoja de ruta contempla avanzar en el desarrollo de alianzas y colaboraciones con entidades sociales, organizaciones y

centros formativos, fomentando iniciativas vinculadas a la formación, la capacitación local, el voluntariado corporativo y otras actuaciones de impacto social en las comunidades en las que operamos.

Gobernanza

En el ámbito de gobernanza, queremos **consolidar un modelo de negocio ESG que promueva la sostenibilidad, fortalezca la resiliencia del Grupo y favorezca una cadena de valor responsable, impulsando prácticas éticas, transparentes y alineadas con las nuevas exigencias regulatorias y expectativas de nuestros grupos de interés.**

Para ello, se han definido dos líneas estratégicas prioritarias: cadena de valor y modelo de negocio ESG.

En relación con la cadena de valor, nuestro objetivo a 2030 es continuar avanzando hacia un sistema de abastecimiento y distribución más eficiente, resiliente y alineado con criterios ESG, reforzando progresivamente la integración de principios de sostenibilidad y conducta responsable en nuestra relación con proveedores y operaciones logísticas.

Durante el ejercicio 2025-2026 se ha iniciado el proceso de mapeo y categorización de proveedores por categoría de producto y riesgo país. También, se ha trabajado en iniciativas vinculadas al fortalecimiento del sistema de gobernanza ESG, incluyendo el desarrollo de mecanismos de supervisión y seguimiento y la publicación del presente Estado de Sostenibilidad adaptado al marco VSME.

En los próximos ejercicios, está previsto continuar reforzando la gestión responsable de la cadena de suministro mediante iniciativas vinculadas a compras sostenibles, la aprobación del Código de Conducta de Proveedores y la mejora de la eficiencia logística y operativa.

Por otro lado, la hoja de ruta contempla seguir avanzando en la integración de criterios ESG en los procesos de gestión y toma de decisiones del Grupo, fortaleciendo progresivamente el modelo de gobernanza ESG y la gestión de riesgos.

1.3 Prácticas, políticas e iniciativas futuras para la transición hacia una economía más sostenible

El Grupo MGI cuenta actualmente con una **Política de Responsabilidad Corporativa** aprobada en 2022, que establece los principios de actuación y compromisos de la organización en materia de comportamiento ético, transparencia, respeto de los derechos humanos, gestión responsable de la cadena de suministro, protección del medio ambiente, salud y seguridad de los trabajadores y relación con los grupos de interés. Esta política ha constituido el marco de referencia sobre el que el Grupo ha venido desarrollando sus iniciativas de gestión responsable y sostenibilidad.

Sobre esta base, durante el ejercicio, el Grupo MGI ha avanzado en la definición de su marco de sostenibilidad mediante su evolución en una **Política de Sostenibilidad** que refuerza y amplía los compromisos existentes, incorporando una visión más estructurada de los aspectos ESG. Esta política aborda aspectos ambientales, incluyendo la descarbonización, el desarrollo de productos más sostenibles, la gestión de riesgos climáticos y la optimización de envases y embalajes; aspectos sociales, como la promoción de condiciones laborales justas, la igualdad de

oportunidades y la diversidad, la relación responsable con los clientes y la contribución al desarrollo socioeconómico; y aspectos de gobernanza, entre los que se encuentran el abastecimiento responsable, la eficiencia logística, la gobernanza ESG y la gestión de riesgos.

A la fecha de cierre del ejercicio, la Política de Sostenibilidad se encuentra pendiente de aprobación formal y, una vez aprobada, será puesta a disposición de los grupos de interés a través de los canales corporativos correspondientes.

Asimismo, el Grupo está impulsando otras iniciativas destinadas a reforzar la integración de criterios ESG en su modelo de gestión, entre las que destacan la aprobación de un Código de Conducta para Proveedores y la constitución de un Comité de Sostenibilidad. Este órgano será responsable de supervisar la implementación de la estrategia y hoja de ruta ESG, así como de realizar el seguimiento de los objetivos e iniciativas asociadas.

2. AMBIENTAL

En MGI mantenemos el compromiso con la protección del medioambiente mediante una gestión responsable de nuestras actividades y la integración progresiva de criterios ambientales en la toma de decisiones. Nuestro compromiso va más allá del cumplimiento normativo ya que nos esforzamos en adoptar prácticas que contribuyan a minimizar el impacto ambiental de nuestras operaciones y en promover un uso más eficiente de los recursos.

La Política de Responsabilidad Corporativa del Grupo constituye el marco de referencia de este compromiso, mientras la Política de Sostenibilidad está en proceso de aprobación, y se articula en torno a cuatro pilares:

- Uso eficiente de los recursos naturales, fomentando la optimización de materiales y recursos empleados en el desarrollo de la actividad.
- Contribución a la lucha contra el cambio climático, mejorando la eficiencia energética y la reducción progresiva de los impactos asociados al consumo de energía.
- Aplicación de medidas preventivas y correctivas que permitan identificar, prevenir y gestionar potenciales impactos ambientales.
- Cumplimiento de la legislación y normativa ambiental aplicable, garantizando el desarrollo de las actividades conforme a los requisitos regulatorios vigentes.

Asimismo, desde MGI continuamos aplicando medidas preventivas destinadas a minimizar los riesgos ambientales asociados a sus operaciones, especialmente en materia de gestión de residuos, consumo energético y contaminación accidental, que se detallarán en los capítulos a continuación.

2.1 Energía y emisiones de gases de efecto invernadero

El cambio climático representa uno de los principales desafíos ambientales actuales, por lo que en MGI nos esforzamos por reducir progresivamente las emisiones de gases de efecto invernadero asociadas a nuestras operaciones. Para ello, trabajamos en mejorar la eficiencia energética, en incrementar en el consumo de energía de origen renovable y en el cálculo y seguimiento de nuestra huella de carbono, como herramienta para identificar oportunidades de mejora y evaluar nuestros avances.

Consumo de energía

El consumo de energía representa uno de los principales aspectos ambientales asociados a nuestra actividad. Por ello, trabajamos de forma continua en la mejora de la eficiencia energética de nuestras instalaciones y en la optimización del consumo asociado a nuestras operaciones. Las principales fuentes de energía consumidas son la electricidad, destinada al funcionamiento de tiendas, oficinas y centros logísticos, y el diésel utilizado en determinadas actividades de logística y distribución.

A continuación, se muestra la evolución de consumo energético del Grupo durante los últimos ejercicios:

Tabla 6 - Consumo energético del Grupo MGI durante el ejercicio 2025-2026 y ejercicios anteriores.

TIPO DE ENERGÍA CONSUMIDA	2025/2026	2024/2025	2023/2024
Diésel (tipo A+B) (litros)	76.883,12	76.994,02	71.981,65
Gasolina (litros)	8.924,67	10.374,08	11.565,03
Gas natural (m ³)	9.521,00	478	8.931,00
AD BLUE (litros)	1.889,58	2.069,36	-
Consumo eléctrico de red pública (Kwh)	7.108.117,53	6.203.114,58	4.515.994,00

Si consideramos la ratio de consumo de electricidad por los ingresos obtenidos, el consumo se reduce del 25%, en 2024-2025 al 21% en 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.

Por su parte, el aumento del consumo de gas natural se concentra principalmente en el sistema de climatización de una tienda ubicada en Soria, que representa aproximadamente el 95 % del consumo total, mientras que el 5 % restante corresponde a la actividad de Jesmar.

Por último, cabe destacar la inversión que se ha realizado en este ejercicio de 420.527,54 € 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 121.325,95 €. Esta inversión subraya nuestra implicación continua con la sostenibilidad y la reducción del impacto ambiental de nuestras operaciones.

Impulso a la energía renovable

Como novedad de este ejercicio, hemos iniciado la transición a energía 100 % renovable para MGI Canarias, MGI Málaga y MGI. Además, trabajaremos en la mejora de la eficiencia en tiendas y logística para evitar riesgos relacionados al cambio climático.

Durante el ejercicio, se ha iniciado el estudio de la instalación de nuevos sistemas fotovoltaicos, que se implementarán en el futuro. En el año anterior se invirtió un total de 90.708,75 € en la instalación de sistemas fotovoltaicos.

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 462.475,53 kWh durante este año, siendo en el ejercicio anterior de 702.710 kWh.

En las instalaciones de Jesmar Toys, integradas en el perímetro hasta marzo de 2026, 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 132.152,79 kWh siendo 112.480,05 kWh de energía vertida a la red y 19.672,74 kWh para autoconsumo. En el ejercicio anterior se produjeron 42.600 kWh para autoconsumo.

Emisiones de gases de efecto invernadero

Desde 2021, calculamos las emisiones de GEI asociadas a nuestras operaciones directas (alcances 1 y 2). Además, por tercer ejercicio consecutivo, hemos ampliado este análisis al alcance 3, con el fin de conocer el impacto generado a lo largo de nuestra cadena de valor.

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 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.

Tabla 7 - Emisiones de Gases de Efecto Invernadero durante el ejercicio 2025-2026 y ejercicios anteriores.

Emisiones de gases de efecto invernadero (en tCO2eq)				
		2025/2026	2024/2025	2023/2024
Alcance 1	-	234,07	218,70	226,61
Alcance 2 basadas en mercado	-	1999,89	1.741,81	1.316,68
Alcance 3	Compra de bienes y servicios	92.385,45	64.987,94	56.661,22
	Compra de bienes de capital	1.222,25	1.032,25	1.002,29
	Actividades relacionadas con combust. y energía	657,18	578,45	486,65
	Transporte y distribución aguas arriba	3.274,04	1.883,80	2.340,78
	Generación de residuos	197,44	40,88	77,12
	Viajes de negocios	71,51	73,51	145,9
	Desplazamientos de empleados	1.367,6	1.187,20	981,83
	Activos arrendados aguas arriba			
	Transporte y distribución aguas abajo	1.044,49	1.309,28	1.057,38
	Procesamiento de productos vendidos			
	Uso de productos vendidos	149.905,99	85.572,75	100.034,33
	Fin de vida de productos vendidos	20,85	43,21	2,24
	Activos arrendados aguas abajo			
	Franquicias	31,17	19,98	10,84
	Inversiones			
	Total alcance 3	250.177,96	156.729,25	162.800,57
Total de emisiones	-	252.411,92	158.689,76	164.343,86

Durante el ejercicio 2025/2026 se ha realizado un **ajuste metodológico en el cálculo de la huella de carbono**, con el objetivo de mejorar la precisión y consistencia de la información reportada. En este sentido, en aquellos casos en los que no se dispone del factor de emisión específico de la comercializadora eléctrica, se ha sustituido el factor empleado anteriormente por un factor de emisión más conservador. Este ajuste se ha aplicado también al ejercicio anterior para favorecer la comparabilidad de la información.

Asimismo, se ha revisado el cálculo de las emisiones de **alcance 3**, corrigiendo la doble contabilización de emisiones del transporte aguas arriba que anteriormente se encontraban incluidas tanto en este alcance como en los alcances 1 y 2.

Tras estos ajustes, las emisiones totales de GEI en 2025/2026 ascienden a **252.411,92 tCO₂e**, frente a **158.689,76 tCO₂e** en 2024/2025. El incremento se concentra principalmente en la categoría de **uso de productos vendidos**, cuyas emisiones pasan de 85.572,75 tCO₂e a 149.905,99 tCO₂e. Esta variación se debe principalmente a una mayor cantidad de productos vendidos durante el ejercicio, junto con un ligero incremento del factor de emisión aplicado.

En relación con la evolución histórica del alcance 3, debe tenerse en cuenta que en 2023/2024 se recurrió en mayor medida a estimaciones, debido a la menor disponibilidad de información, lo que explica que las emisiones de determinadas categorías puedan resultar superiores a las de los siguientes ejercicios y limita parcialmente la comparabilidad entre periodos.

Plan de reducción de GEI

Con el objetivo de avanzar hacia un modelo de negocio cada vez más eficiente y alineado con la transición hacia una economía baja en carbono, durante el ejercicio 2025/2026, hemos validado el Plan de Reducción de Emisiones alineado con el Real Decreto 214/2025. Este plan establece una hoja de ruta para disminuir progresivamente la intensidad de emisiones de gases de efecto invernadero de nuestras operaciones y contribuir a los objetivos del Acuerdo de París.

En concreto, hemos fijado como objetivo reducir en un 42 % las emisiones relativas de alcance 1 y 2 (tCO₂ por millón de unidades vendidas) para el año 2030, tomando como referencia el ejercicio base 2024/2025. Para ello, hemos identificado las principales palancas de descarbonización que nos permitirán alcanzar este objetivo, priorizando actuaciones dirigidas a incrementar el consumo de electricidad de origen renovable y mejorar la eficiencia energética de nuestras operaciones.

Riesgos climáticos

A la fecha de elaboración del presente informe, en Grupo MGI no disponemos de un análisis específico sobre los riesgos físicos y de transición derivados del cambio climático. No obstante, este aspecto se ha identificado como una línea prioritaria de actuación y forma parte de los hitos definidos en la Hoja de Ruta de Sostenibilidad, cuya ejecución se iniciará en los próximos ejercicios. Este trabajo permitirá fortalecer nuestra capacidad de anticipación y adaptación frente a los posibles impactos del cambio climático.

2.2 Contaminación de la atmósfera, del agua y del suelo

En Grupo MGI disponemos de una póliza de responsabilidad civil que contempla, entre otros posibles daños, la contaminación accidental vinculados al desarrollo de su actividad.

2.3 Biodiversidad

Debido a la naturaleza de nuestras actividades, el Grupo no genera impactos ambientales directos significativos ni dispone de instalaciones ubicadas en áreas protegidas o de especial valor para la biodiversidad. En consecuencia, durante este ejercicio no ha sido necesario implementar medidas específicas de restauración ambiental ni actuaciones relacionadas con la mitigación de impactos derivados del ruido o la contaminación lumínica.

2.4 Agua

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

Consumo de agua

Tabla 8 - Consumo de agua de Grupo MGI durante el ejercicio 2025-2026 y ejercicios anteriores.

FUENTE DE CAPTACIÓN (m³)	2025/2026	2024/2025	2023/2024
Abastecimiento de la red pública	10.488,25	9.367,65	5.555,68

El consumo de agua aumentó en un 12% en comparación con el ejercicio anterior. Este incremento está asociado principalmente a la expansión de la actividad de la compañía, materializada en la apertura de siete nuevas tiendas. Adicionalmente, se produjo una incidencia puntual relacionada con una fuga de agua en uno de los establecimientos arrendados, cuyo impacto también se reflejó en el consumo total del ejercicio.

2.5 Uso de recursos, economía circular y gestión de residuos

Como parte de nuestro compromiso con una gestión responsable de los recursos, desde MGI buscamos impulsar actuaciones para optimizar el uso de materiales y mejorar la gestión de los residuos generados en el desarrollo de nuestra actividad. Por esto, a continuación, presentamos los principales datos e iniciativas relacionadas con el consumo de materias primas, la gestión de residuos y la aplicación de principios de economía circular durante el ejercicio.

Gestión de residuos

Trabajamos para favorecer una gestión responsable de los residuos generados por nuestras operaciones. Debido a la naturaleza de nuestra actividad, estos residuos proceden principalmente de los procesos de almacenamiento, distribución y comercialización de productos. Entre ellos, el

papel y cartón continúa siendo la fracción más representativa, al proceder principalmente de los embalajes y envases utilizados para el transporte y almacenamiento de mercancías.

Tabla 9 - Cantidad de residuos producidos durante el ejercicio 2025-2026 y ejercicios anteriores.

Residuos generados			
	2025/2026	2024/2025	2023/2024
No peligrosos			
Residuos metálicos y voluminosos	132.880	31.540	25.860
Residuos mezclados	1.386	4.020	-
Residuos de construcción y demolición	4.300	-	3.420
Envases mezclados y mixtos	1.050	1.160	-
Residuos de papel y cartón	423.236	216.504	111.627,83
Residuos de plástico film	21.119	12.340	903,08
Envases de madera	3.520	-	-
Peligrosos			
Residuos eléctricos y electrónicos (RAEE)	341.378	194.835,28	-
Residuos de pilas	1.416	1.108,37	-

Residuos generados por tratamiento				
	% Total destinados a reutilización o reciclaje		% Total destinados a vertedero	
	2025/2026	2024/2025	2025/2026	2024/2025
No peligrosos				
Residuos metálicos y voluminosos	100%	39%	0%	61%
Residuos mezclados	0%	0%	100%	100%
Residuos de construcción y demolición	0%	0%	100%	0%
Envases mezclados y mixtos	90%	90%	10%	10%
Residuos de papel y cartón	77%	86%	23%	14%
Residuos de plástico film	72%	100%	28%	0%
Envases de madera	100%	0%	0%	0%
TOTAL	81%	80%	19%	20%
Residuos eléctricos y electrónicos (RAEE)	77%	33%	23%	67%
Residuos de pilas	100%	100%	0%	0%
TOTAL	77%	100%	23%	0%

En términos comparables con el ejercicio anterior se observa un aumento principalmente en las categorías de residuos metálicos y voluminosos, papel y cartón, plásticos, envases mixtos y RAEEs. Este aumento está directamente relacionado con el crecimiento de la demanda y de las ventas durante el ejercicio, que ha dado lugar a un mayor volumen de productos comercializados, y en consecuencia, a una mayor generación de residuos.

De igual manera, para garantizar una gestión adecuada de los residuos colaboramos con gestores autorizados que operen conforme a la normativa vigente y disponen de sistemas de gestión

certificados, entre ellos las normas ISO 9001 e ISO 14001, asegurando el tratamiento de cada una de las fracciones generadas por el Grupo.

Para la gestión de las distintas tipologías de residuos colaboramos con entidades especializadas, entre ellas ECOEMBES para los residuos de envases y UNIBAT para la gestión de pilas y baterías.

Asimismo, continuamos llevando a cabo diferentes acciones para reducir la generación de residuos y favorecer el aprovechamiento de los materiales. Entre ellas destaca la compactación y el reciclaje de cartón y plástico mediante prensas específicas gestionadas por una empresa especializada, así como la reutilización y el reciclaje de pallets, contribuyendo a optimizar el uso de los recursos y a avanzar hacia un modelo de economía circular.

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

Materiales utilizados

En MGI promovemos una utilización responsable de las materias primas como parte de nuestro compromiso con la transición hacia una economía más circular. Por esto, buscamos optimizar los recursos empleados en nuestras operaciones, fomentando la reducción del consumo de materiales siempre que es posible y la adopción de prácticas que contribuyan a una cadena de valor más eficiente y sostenible a largo plazo.

Tabla 10 - Cantidad anual de materias primas consumidas durante el ejercicio 2025-2026 y ejercicios anteriores.

MATERIALES UTILIZADOS POR PESO (kg)	2025/2026	2024/2025	2023/2024
Pelo y nylon	-	6.401,60	8.000,00
Cartón	-	11.059,40	18.627,82
Resina	-	-	47.475,00
Plástico soplado	-	-	37.125,00

En línea con nuestro compromiso con la optimización de recursos, hemos mantenido nuestros esfuerzos para mejorar la eficiencia en el uso de materias primas. Durante el ejercicio 2025/2026, la finalización de la actividad industrial de Jesmar Toys, ha dado lugar al cese de los procesos de fabricación de juguetes. Como resultado, no se ha producido consumo de materias primas asociadas a actividades productivas durante el periodo objeto de reporte.

En dicho proceso, el Grupo ha priorizado el aprovechamiento de las existencias de materias primas y materiales ya disponibles en almacén, destinándolos a la finalización de la producción pendiente y evitando, en la medida de lo posible, la adquisición de nuevos materiales. De este modo, optimizamos el uso de los recursos ya adquiridos y evitamos la generación de materiales excedentarios derivados del cierre de la actividad.

Paralelamente, durante el ejercicio hemos avanzado en el análisis de nuestra cadena de suministro, incluyendo la identificación y evaluación de las materias primas empleadas en la fabricación de los productos adquiridos por el Grupo. Este análisis tiene como objetivo profundizar en el conocimiento de los recursos utilizados a lo largo de la cadena de valor y sentar las bases para el desarrollo de futuros planes de mejora orientados a incrementar su sostenibilidad y eficiencia.

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.

3. SOCIAL

3.1 Trabajadores

En Grupo MGI consideramos que las personas son un elemento esencial para el desarrollo y la sostenibilidad de nuestro negocio. Por ello, promovemos un entorno de trabajo basado en el respeto, la colaboración y la igualdad de oportunidades, favoreciendo un clima laboral que impulse el compromiso, el desarrollo profesional y el bienestar de nuestros equipos. Nuestra gestión de personas se orienta a atraer, desarrollar y fidelizar el talento, garantizando al mismo tiempo unas condiciones de trabajo seguras y saludables. Este compromiso se apoya en los principios recogidos en la Política de Responsabilidad Social Corporativa del Grupo, que orienta la actuación de la organización y se adapta de forma continua a la evolución de sus necesidades.

Remuneración y Reconocimientos

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 humanas (*soft skills*), 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.

Características generales de los trabajadores ³

Durante el ejercicio 2025/2026 el Grupo MGI contó con una media de empleados de 926, formada por 505 mujeres y 420 hombres, con un incremento principalmente en las categorías profesionales de otros empleados y encargados de tienda debido al aumento del número de tiendas.

La composición de la plantilla continúa migrando hacia la representación de una mayor igualdad de género, con un incremento muy significativo en la proporción de mujeres en la plantilla total. Este aumento es gracias a nuestro esfuerzo constante por equilibrar la representación de género, parte de nuestras políticas de diversidad e inclusión laboral.

Tipología de contratos y estabilidad laboral

Durante el ejercicio 2025/2026, el 78 % de los empleados estuvo contratado de manera indefinida.

Tabla 11 - Promedio anual de contratos por tipología de contrato, sexo, edad y categoría profesional en 2025/2026.⁴

2025/2026					
CONTRATOS		Indefinido		Temporal	
		Jornada Completa	Jornada Parcial	Jornada Completa	Jornada Parcial
Sexo	Hombres	317,06	33,67	47,58	22,67
	Mujeres	317,41	55,00	75,83	56,83
Rango de edad	<30	173,00	44,08	69,67	50,17
	30-50	425,49	44,08	52,00	26,08
	>50	35,97	0,50	1,75	3,25
Categoría profesional	Directores	1,00	0,00	0,00	0,00
	Administración	29,49	1,33	0,83	0,33
	Encargados de tienda	171,25	6,00	0,67	0,25
	Otros empleados	432,72	81,33	121,92	78,92

³ Debido a un cambio en el sistema de gestión de personas, en este ejercicio no ha sido posible obtener los datos de plantilla en FTE. Por este motivo, los datos se han calculado siguiendo el criterio de *headcount*, y por tanto, no son comparables con los ejercicios anteriores.

⁴ La plantilla media se ha calculado a partir del promedio de la plantilla registrada en cada mes, determinada según el número de contratos existentes en cada periodo. Dado que un mismo empleado puede haber tenido más de un contrato durante un mismo mes, el cálculo puede incluir duplicidades.

Tabla 12 - Promedio anual de contratos por tipología de contrato, sexo, edad y categoría profesional en el ejercicio 2024/2025 y 2023/2024.

		2024/2025				2023/2024			
CONTRATOS		Indefinido		Temporal		Indefinido		Temporal	
		Jornada Completa	Jornada Parcial	Jornada Completa	Jornada Parcial	Jornada Completa	Jornada Parcial	Jornada Completa	Jornada Parcial
Sexo	Hombres	238,73	32,04	36,94	13,06	206,30	29,39	19,17	4,69
	Mujeres	278,25	27,09	31,41	7,82	250,06	25,27	24,84	8,46
Rango de edad	<30	145,43	29,5	39,36	13,43	93,86	23,13	23,88	6,63
	30-50	331,22	27,42	28,57	7,36	319,80	26,88	21,67	5,00
	>50	40,52	2,232	0,68	0,1	42,05	4,06	0,72	0,54
Categoría profesional	Directores	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00
	Administración	28,69	1,47	0,43	0,00	45,82	0,00	0,97	0,00
	Encargados de tienda	132,52	6,27	0,16	0,00	105,63	0,00	8,38	0,00
	Otros empleados	355,76	51,39	67,73	20,87	303,23	44,99	46,09	11,09

Cambios en la plantilla

En el período 2025/2026, el número total de empleados a cierre de ejercicio ha sido de 761.

Tabla 13 - Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo por edad, sexo y clasificación profesional a 31/03/2026.

2025/2026					
CONTRATOS		Indefinido		Temporal	
		Jornada Completa	Jornada Parcial	Jornada Completa	Jornada Parcial
Edad	<30	171,6	29,3	33,0	10,4
	30-50	414,1	33,4	30,0	4,1
	>50	33,0	1,2	0,0	1,1
Total		618,7	63,9	63,0	15,5
Sexo	Hombre	304,4	25,3	18,0	4,0
	Mujer	314,3	38,6	45,0	11,5
Total		618,7	63,9	63,0	15,5
Clasificación profesional	Directores	1,0	0,0	0,0	0,0
	Administración	31,3	1,1	1,0	0,0
	Encargados de tienda	162,6	4,0	0,0	0,0
	Otros empleados	423,8	58,8	62,0	15,5
Total		618,7	63,9	63,0	15,5

Por otro lado, durante el ejercicio 2025/2026, se produjeron 110 despidos de empleados en el grupo MGI, frente a los 125 del ejercicio anterior. La tasa de rotación durante este ejercicio ha sido

del 15,5 %. A continuación, se muestra esta información desagregada por sexo, rango de edad y categoría profesional:

Tabla 14 - Número total de despidos por sexo, rango de edad y categoría profesional.

DESPIDOS		2025/2026	2024/2025	2023/2024
Sexo	Hombres	55	61	58
	Mujeres	55	64	77
Rango de edad	<30	48	62	49
	30-50	59	55	77
	>50	3	8	9
Categoría profesional	Administración	3	1	1
	Encargados de tienda	16	15	12
	Otros empleados	91	109	122

Organización del 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 14:00/14:30 y de 15:30/16:00 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 ejercicio anterior se realizó un **protocolo específico de desconexión digital** que permite 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 15 - Horas naturales de absentismo laboral registradas.

	2025/2026	2024/2025	2023/2024 ⁵
Horas anuales de absentismo laboral	187.039	196.343,00	152.560,62

Salud y seguridad de los trabajadores

En Grupo MGI promovemos una cultura preventiva que busca proteger la seguridad, la salud y el bienestar de todas las personas que forman parte de la organización. Para ello, integramos la prevención de riesgos laborales en el desarrollo de nuestras actividades, creando entornos de trabajo seguros y saludables que contribuyan a minimizar los riesgos laborales y fomentar la mejora continua.

Nuestra **Política de Prevención de Riesgos Laborales** es de aplicación a todos los centros de trabajo y empleados del Grupo. Esta política, accesible tanto para la plantilla como para las partes interesadas, establece el compromiso de desarrollar la actividad conforme a criterios preventivos, garantizar unas condiciones de trabajo seguras, eliminar o reducir los riesgos laborales siempre que sea posible, y asegurar el cumplimiento de la normativa vigente y demás compromisos asumidos por el Grupo. Asimismo, es objeto de revisión periódica para garantizar su adecuación a nuestras necesidades.

Como parte de este compromiso, todos los profesionales reciben información y formación sobre los riesgos asociados a sus funciones y las medidas preventivas aplicables a sus puestos de

⁵ Se produce el recalcu del dato del ejercicio 2023/2024 para las horas anuales de absentismo laboral.

trabajo. Además, el Grupo destina los recursos humanos, técnicos y organizativos necesarios para asegurar la correcta implantación y seguimiento de las actuaciones preventivas.

La gestión preventiva cuenta con el apoyo de un **Servicio de Prevención Ajeno (SPA)**, encargado de prestar asesoramiento técnico y especializado en materia de prevención de riesgos laborales. Entre sus principales funciones se encuentran la elaboración y actualización del Plan de Prevención, la evaluación periódica de riesgos, la investigación de accidentes e incidentes, el diseño de protocolos de actuación ante situaciones de emergencia y el seguimiento de la planificación preventiva. Asimismo, el SPA elabora el programa anual de actividades preventivas y la memoria anual correspondiente, favoreciendo el seguimiento y la mejora continua del sistema de gestión.

Por su parte, los **Delegados de Prevención** representan a las personas trabajadoras en esta materia y colaboran en la promoción de condiciones de trabajo seguras. Las responsabilidades preventivas se distribuyen entre los distintos niveles de la organización: la Dirección garantiza la integración de la prevención en la actividad empresarial; la persona responsable de coordinar el Plan de Prevención actúa como enlace con el SPA; los responsables de cada centro velan por la aplicación de las medidas preventivas; y todas las personas trabajadoras participan activamente cumpliendo las obligaciones establecidas en la Ley 31/1995, de Prevención de Riesgos Laborales.

La formación constituye uno de los pilares de nuestra gestión preventiva. Por ello, impartimos acciones formativas en modalidades presencial, semipresencial, a distancia y *online*, incluyendo formación de acogida para nuevas incorporaciones y acciones de reciclaje periódico, con el objetivo de reforzar el conocimiento de los riesgos y promover una cultura preventiva en toda la organización.

Durante el año fiscal 2025/2026, se han registrado un total de 58 accidentes laborales, de los cuales 38 resultaron en bajas temporales para la recuperación de los empleados afectados (frente a los 41 y 27 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 20,54 mientras que el índice de gravedad es de 0,57, (frente al año anterior 25,9 y 0,75 respectivamente). El ratio de accidentes registrables por cada 100 empleados se sitúa en 4⁶. A continuación, se presentan los resultados de estos índices desglosados por sexo para el ejercicio 2025/2026.

Tabla 16 - Indicadores de accidentalidad.

ÍNDICES ACCIDENTABILIDAD		2025/2026	2024/2025	2023/2024
Nº de accidentes (con baja)	Hombres	16	16	18
	Mujeres	16	11	17
Índice Frecuencia	Hombres	21,45	28,58	32,15

⁶ Por primer año, se calcula el ratio de accidentes registrables por cada 100 empleados a tiempo completo siguiendo la metodología indicada en el Estándar Voluntario de la Directiva Europea de Reporte de Sostenibilidad (CSRD). El ratio considera total de accidentes laborales con baja, entre las horas trabajadas por 200.000.

	Mujeres	19,71	23,22	35,89
Índice Gravedad	Hombres	0,56	0,73	0,99
	Mujeres	0,58	0,77	1,14
Nº víctimas mortales como consecuencia de lesiones y problemas de salud relacionados con el trabajo ⁷	Hombres	0	-	-
	Mujeres	0	-	-

Respecto a las enfermedades profesionales vinculadas a las actividades de la compañía, en el año 2025/2026 no se ha registrado ningún caso confirmado, al igual que en el ejercicio anterior.

Retribución, negociación colectiva y formación de los trabajadores

Remuneración⁸

En el Grupo MGI aplicamos criterios objetivos en materia retributiva, procurando que la compensación de nuestros profesionales sea coherente con las funciones desempeñadas, el nivel de responsabilidad y la contribución al desarrollo de la organización.

Tabla 17 - Remuneraciones medias del Grupo MGI durante 2025/2026 y ejercicios anteriores.

REMUNERACIONES MEDIAS ⁹ (€)		2025/2026		2024/2025		2023/2024	
		Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Administración	<30	18.658,56 €	18.566,04 €	-	18.756,89 €	24.722,64 €	17.532,08 €
	30-50	26.116,14 €	25.840,64 €	22.766,35 €	23.340,16 €	28.762,53 €	27.636,15 €
	>50	25.620,76 €	33.480,86 €	34.867,41 €	28.152,20 €	15.382,50 €	48.309,46 €
Encargados de tienda	<30	20.408,64 €	19.605,43 €	20.234,49 €	18.747,39 €	17.193,97 €	20.055,79 €
	30-50	21.859,41 €	22.517,82 €	21.738,36 €	22.555,51 €	18.537,12 €	29.093,16 €
	>50	27.394,87 €	34.772,00 €	25.802,90 €	25.802,90 €	19.891,30 €	24.969,80 €
Otros empleados	<30	17.612,73 €	17.671,57 €	17.323,64 €	17.105,85 €	16.085,09 €	16.445,90 €
	30-50	17.831,33 €	19.955,07 €	17.460,47 €	20.044,34 €	17.942,58 €	25.181,95 €
	>50	17.045,76 €	20.016,36 €	12.230,00 €	21.839,40 €	20.830,32 €	18.962,07 €

⁷ Este indicador se recoge por primer año con motivo de la adaptación del reporte al Marco establecido por la Directiva Europea de Reporte de Sostenibilidad (CSRD) en su estándar voluntario.

⁸ Debido al cambio en el sistema de gestión de personas, en el presente ejercicio las remuneraciones medias se han calculado utilizando el número de empleados de cada categoría, en lugar del criterio FTE empleado en ejercicios anteriores. Por este motivo, los datos no son comparables.

⁹ Algunos datos de remuneraciones no se muestran en la tabla por confidencialidad.

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 5% frente al 7% en el año anterior. Por otro lado, el consejo está formado por un único administrador y su retribución media anual durante el ejercicio 2025/2026 fue de 107.739 € (104.959 € en 2024/2025).

Negociación colectiva

Para garantizar un entorno justo y cooperativo, 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

Formación

En MGI entendemos la formación como una herramienta fundamental para el desarrollo del talento, y para dar respuesta a la evolución del entorno empresarial y a las nuevas necesidades del mercado. Por ello, promovemos el aprendizaje continuo de nuestros profesionales, favoreciendo la adquisición de conocimientos y el desarrollo de competencias que contribuyan tanto a su crecimiento profesional como al fortalecimiento de la organización.

Con este objetivo, elaboramos anualmente un plan de formación adaptado a las necesidades detectadas en los distintos puestos de trabajo, que combina contenidos técnicos, normativos y de desarrollo en competencias. Asimismo, continuamos reforzando la capacitación en herramientas digitales para facilitar la transformación de los procesos de trabajo.

Durante el ejercicio 2025/2026, se impartieron acciones de formación orientadas al desarrollo profesional de la plantilla y al fortalecimiento de competencias clave. Entre ellas, destacan las formaciones en experiencia del cliente y fidelización, desarrollo de habilidad y gestión de equipos, protección de datos personales (LOPD) y derechos digitales, así como prevención del acoso, en línea con las medidas contempladas en el Plan de Igualdad. En total, se impartieron 5.043 horas, frente a las 3.711 horas registradas en el ejercicio anterior.

Tabla 18 - Horas de formación anuales.

		2025/2026		2024/2025		2023/2024	
HORAS FORMACIÓN ANUALES		Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Rango de edad	<30	450	575	486	365	585	415
	30-50	1.698	2.020	1.236	1.329	1.075	1.290
	>50	161	139	186	109	130	55
Categoría profesional	Administración	84	80	179	87	620	20
	Encargados de tienda	1.647	2.051	620	577	600	725
	Otros empleados	578	603	1.109	1.139	570	1.015
TOTAL		2.309	2.734	1.908	1.803	2.238	1.790

Igualdad e inclusión

En Grupo MGI estamos comprometidos con mantener un entorno de trabajo diverso, inclusivo y basado en la igualdad de oportunidades, convencidos de que la diversidad de personas y perspectivas contribuye a fortalecer nuestros equipos y a mejorar el desempeño de la organización.

Durante el ejercicio 2025/2026, continuamos desarrollando las medidas contempladas en el **Plan Transversal de Igualdad del Grupo Empresarial Master Gift Import**, manteniendo nuestro compromiso con la igualdad efectiva entre hombres y mujeres, el cumplimiento de la normativa vigente y la consolidación de una cultura organizativa basada en el respeto y la no discriminación.

Asimismo, mantenemos nuestro compromiso con la inserción laboral de los jóvenes mediante la colaboración con diferentes centros educativos. A través de convenios de prácticas, ofrecemos a los estudiantes la posibilidad de adquirir experiencia profesional en áreas relacionadas con nuestra actividad, como comercio, atención al cliente, ventas, logística y gestión de almacenes. Estas prácticas facilitan la aplicación de los conocimientos adquiridos durante su formación y, en aquellos casos en los que existe un buen desempeño y disponibilidad de vacantes, puede convertirse en una vía de incorporación al Grupo, favoreciendo el relevo generacional y el desarrollo de talento.

Prevención del acoso laboral

Contamos con distintos protocolos que nos ayudan a construir un entorno donde se respete plenamente la dignidad y la no discriminación y a abordar situaciones de acoso, cuando sea necesario.

El protocolo para la prevención del acoso laboral detalla las acciones para la sensibilización, prevención, comunicación y gestión de posibles casos de acoso laboral. Incluyendo la adopción de medidas correctoras o sancionadoras.

El protocolo para la prevención del acoso sexual y por razón de sexo establece un marco de medidas para prevenir el acoso sexual y por razón de sexo y otras conductas contrarias a la libertad sexual y la integridad moral. Además, se el Protocolo de prevención y actuación para la atención del acoso y la violencia contra las personas LGTBIQ+ en el ámbito laboral, profundiza en esta materia.

Por último, el Protocolo para la protección de las víctimas de violencia de género establece el compromiso del Grupo con la erradicación de este tipo de violencia, así como el marco de medidas para garantizar los derechos laborales y de confidencialidad de las mujeres que la sufren.

En el periodo correspondiente a este informe, se ha recibido una denuncia por acoso laboral o sexual.

Accesibilidad a las personas con discapacidad

En Grupo MGI trabajamos para garantizar un entorno laboral inclusivo y accesible, asegurando el cumplimiento de la normativa vigente en materia de accesibilidad. Durante el ejercicio, no ha sido necesario implantar medidas específicas de adaptación de puestos de trabajo; no obstante, mantenemos el compromiso de adoptar las actuaciones que resulten necesarias para atender las necesidades de nuestra plantilla cuando estas se presenten.

Tabla 19 - N° de personas con discapacidad en plantilla.

	2025/2026	2024/2025	2023/2024
Personas con discapacidad en plantilla	12	9	3

Políticas y procesos en materia de derechos humanos

Código de conducta o política de derechos humanos

Contamos con una **Política de Responsabilidad Social Corporativa**, en la que se incluyen diversos compromisos como respeto a los derechos humanos, el rechazo del trabajo infantil, el trabajo forzoso y cualquier forma de vulneración de los derechos fundamentales, la promoción de la igualdad de oportunidades y la no discriminación, la protección de la seguridad y salud de las personas trabajadoras, la actuación ética y transparente, la lucha contra la corrupción y el soborno, así como el respeto al medio ambiente y la promoción de una cadena de suministro responsable.

También contamos con un **Código Ético**, actualmente en proceso de revisión y actualización, que establece los principios éticos y las normas de actuación que deben regir el comportamiento de todas las personas trabajadoras de la organización. En el ejercicio, hemos trabajado en la creación de un Código Ético de proveedores, que está previsto aprobar en el próximo ejercicio, que reforzará nuestro compromiso con los derechos humanos en toda nuestra cadena de suministro.

Como complemento a este marco, durante el próximo ejercicio está prevista la aprobación de una **Política de Sostenibilidad**, que integrará y reforzará de forma expresa los compromisos del Grupo en materia de DDHH, condiciones laborales, diversidad e igualdad de oportunidades, así como demás compromisos ambientales y de buen gobierno corporativo.

Incidentes negativos graves en materia de derechos humanos

Durante este ejercicio, no se han reportado incidentes graves ni denuncias en materia de derechos humanos. En 2024/2025 tampoco se registró ninguna incidencia al respecto.

3.2 Desarrollo sostenible y comunidad local

En Grupo MGI mantenemos un firme compromiso con el desarrollo de las comunidades en las que operamos, contribuyendo al impulso de iniciativas que favorecen el ámbito social, cultural, deportivo y las tradiciones locales. A través de este compromiso, buscamos generar un impacto positivo en nuestro entorno y fortalecer las relaciones con los diferentes agentes de la comunidad.

Asimismo, formamos parte de organizaciones sectoriales como la Asociación Española de Codificación Comercial (AECOC) y la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEFJ), participando activamente en iniciativas que promueven la colaboración, el intercambio de buenas prácticas y el desarrollo sostenible del sector.

Aportaciones a entidades sociales

Las distintas sociedades que forman Grupo MGI han realizado donaciones de tipo dinerario y en especie a lo largo del periodo 2025/2026.

Las aportaciones económicas para apoyar a ayuntamientos y entidades locales han alcanzado un total de 17.420 € este ejercicio (frente a los 5.161,60 € en 2024/2025).

Mantenemos nuestro compromiso con el impulso de la comunidad local, apoyando proyectos culturales, deportivos o de promoción de la salud. 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 20 - Aportaciones dinerarias.

ASOCIACIÓN BENEFICIARIA (€)	2025/2026
BENAOJAN	120,00 €
Club La Torrecilla	50,00 €
Asociación Española contra el Cáncer (Málaga)	500,00 €
C.D. Ronda Union Deportiva	12.100,00 €
C.D. Arunda Hawks	2.500,00 €
Organización Cultural "Peña El CATITE"	150,00 €
Fundación de la Mutualidad de Previsión Social de la Policía	1.500,00 €
Hermanidad de los Gitanos	500,00 €
TOTAL	17.420,00 €

Además, se ha aportado el equivalente a 13.889,12 € en donaciones en especie (7.964,86 € 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 21 - Aportaciones en especie.

ASOCIACIÓN BENEFICIARIA (€)	2025/2026
Centro de Dinamización "IRUA"	875,62 €
Donación para la Legión de Ronda	237,77 €
Asociación Española Contra el Cáncer	12.775,73 €
TOTAL	13.889,12 €

3.3 Consumidores y clientes

Nuestros clientes son uno de los principales grupos de interés de Grupo MGI y son clave para el éxito y el desarrollo sostenible de nuestra organización. Nuestro compromiso se centra en ofrecer una amplia gama de productos que respondan a las necesidades del mercado, garantizando elevados estándares de calidad, seguridad y cumplimiento normativo, con el objetivo de generar relaciones de confianza y una experiencia de compra satisfactoria.

Con el fin de minimizar los riesgos para la salud y seguridad de los consumidores, todos los productos comercializados por el Grupo cumplen con la normativa aplicable y disponen de la documentación y el etiquetado exigidos en función de su tipología. Asimismo, los productos incorporan la información necesaria para un uso adecuado, incluyendo, cuando resulta de aplicación, el marcado CE, instrucciones de uso, advertencias de seguridad y las garantías correspondientes.

La relación con nuestros clientes se basa en una comunicación cercana y en la atención de sus consultas, sugerencias e incidencias. Para ello, Grupo MGI dispone de distintos canales de atención al cliente, así como de hojas de reclamaciones en aquellos establecimientos en los que la normativa lo exige, facilitando que los consumidores puedan trasladar cualquier incidencia relacionada con los productos o el servicio recibido.

Actualmente, no disponemos de un sistema formalizado para el registro y seguimiento de reclamaciones. No obstante, todas las comunicaciones recibidas son analizadas y atendidas de manera individualizada con el objetivo de proporcionar una respuesta adecuada y contribuir a la mejora continua de nuestros productos, servicios y procesos.

4. GOBERNANZA

En Grupo MGI entendemos que una gestión responsable requiere integrar los principios de buen gobierno, ética empresarial y respeto por los derechos humanos en el desarrollo de todas nuestras actividades. Estos principios guían nuestra forma de actuar y son la base para generar relaciones de confianza con nuestros empleados, clientes, proveedores y el resto de nuestros grupos de interés.

Este compromiso se materializa a través de nuestra Política de Responsabilidad Corporativa, que promueve el respeto a los derechos humanos y laborales, la igualdad de trato y la protección de la dignidad de las personas. Asimismo, y en línea con los compromisos recogidos en nuestra Hoja de Ruta de Sostenibilidad, estos principios quedarán también recogidos en la nueva Política de Sostenibilidad del Grupo, cuya entrada en vigor está prevista a partir del próximo ejercicio.

Nuestra Política de Responsabilidad Corporativa se encuentra alineada con la legislación aplicable y con los principales referentes internacionales en la materia, entre ellos los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas.

Con el objetivo de seguir reforzando nuestra cultura de integridad y cumplimiento, mantenemos el Canal Ético y de Denuncias, un mecanismo confidencial, seguro y accesible para que empleados y demás grupos de interés puedan comunicar posibles incumplimientos normativos, conductas contrarias al Código Ético o cualquier otra irregularidad, garantizando su adecuada gestión y tratamiento conforme a los principios de confidencialidad, imparcialidad y protección del informante.

Durante el ejercicio 2025/2026 se han iniciado diversas iniciativas para reforzar la gestión sostenible del Grupo, entre ellas el mapeo de proveedores, el fortalecimiento de la gobernanza ESG y la elaboración del presente Estado de Sostenibilidad conforme al estándar VSME. En los próximos ejercicios, el Grupo continuará avanzando en la implantación de los hitos definidos en su Hoja de Ruta de Sostenibilidad, con el objetivo de seguir integrando los criterios ESG en la gestión y fortalecer su modelo de gobernanza, gestión de riesgos, cadena de suministro y cultura de ética y cumplimiento.

4.1 Corrupción y soborno

Promovemos una cultura basada en la ética empresarial y la tolerancia cero frente a cualquier práctica de corrupción o soborno, apoyándonos en los principios recogidos en nuestra Política de Responsabilidad Corporativa y nuestro Código ético.

Durante el ejercicio 2025/2026, igual que en el año anterior, no se ha registrado ninguna denuncia, incidencia o multa relacionada con casos de corrupción o soborno, lo que refleja el compromiso del Grupo con el desarrollo de una actividad responsable y conforme a la legalidad.

4.2 Ingresos de determinadas actividades y exclusión de los índices de referencia de la UE

Grupo MGI no obtiene ingresos procedentes de actividades excluidas de los índices de referencia climáticos de la Unión Europea y no se encuentra excluido de ningún índice de referencia de la UE alineado con el Acuerdo de París, de conformidad con lo previsto en el apartado 177 del Anexo II de la Recomendación (UE) 2024/2143.

4.3 Subcontratación y proveedores

En Grupo MGI entendemos que una cadena de suministro responsable es clave para garantizar una gestión sostenible de nuestra actividad. Por ello, promovemos relaciones basadas en la ética, la transparencia y el cumplimiento de los principios recogidos en nuestra Política de Responsabilidad Corporativa, que establece el marco de actuación esperado para nuestros proveedores en materia social, ambiental y de buen gobierno.

Actualmente, el Grupo no dispone de mecanismos formales de homologación, supervisión o auditoría de proveedores, ni de un sistema específico de seguimiento de productos a lo largo de la cadena de suministro. No obstante, las decisiones de compra se adoptan de forma coordinada entre los departamentos implicados, correspondiendo la decisión final al Administrador.

Con el fin de avanzar hacia un modelo de gestión de proveedores más robusto, durante el ejercicio 2025/2026 hemos iniciado un proceso de mapeo y categorización de proveedores, con el objetivo de mejorar el conocimiento de nuestra cadena de suministro e identificar aquellos proveedores considerados críticos en función de criterios como la categoría de producto o el país de origen. Este trabajo constituye el primer paso para reforzar progresivamente la gestión de riesgos asociados a la cadena de valor y desarrollar mecanismos de seguimiento acordes con el crecimiento y las necesidades del Grupo,

Asimismo, durante el ejercicio se ha iniciado la revisión del Código de Conducta de Proveedores, cuya aprobación está prevista para el próximo ejercicio. Este documento establecerá los principios y requisitos mínimos que deberán cumplir nuestros proveedores en aspectos relacionados con la ética empresarial, el respeto de los derechos humanos y laborales, la protección del medio ambiente y el cumplimiento normativo, reforzando así nuestro compromiso con una cadena de suministro responsable.

Contamos con una red de aproximadamente 380 proveedores, especializados en todo tipo de productos, entre ellos juguetes, productos de hogar, textil, electrónica, mascotas, entre otros. Algunos de estos proveedores actúan como intermediarios comerciales internacionales (*traders*), facilitando el aprovisionamiento y la gestión de productos a través de distintos fabricantes y mercados.

Nuestra cadena de suministro combina proveedores nacionales e internacionales. Aproximadamente el 53% de los proveedores se encuentran en España, mientras que cerca del 20% operan en China, manteniendo el resto presencia en otros mercados internacionales, especialmente europeos y asiáticos. Asimismo, aproximadamente el 71% de los proveedores mantienen una relación comercial recurrente con el Grupo, lo que contribuye a reforzar la estabilidad del aprovisionamiento y la continuidad operativa.

4.4 Información fiscal

A continuación, se detallan los beneficios obtenidos por el Grupo MGI en el ejercicio 2025/2026 y los impuestos sobre beneficios pagados. El incremento de los beneficios registrado durante el ejercicio se debe principalmente al aumento de las ventas y a la apertura de nuevos puntos de venta. Por otro lado, durante el ejercicio, Jesmar Toys ha recibido una subvención de 11.639,55 € mientras que en el ejercicio 2024/2025, la misma sociedad recibió una subvención de 1.720,00 €.

Tabla 22 - Información fiscal.

	2025/2026	2024/2025	2023/2024
Beneficios obtenidos antes de impuestos (€)	34.260.827,93 €	24.768.723,62 €	17.989.676,86 €
Impuestos sobre beneficios pagados (€)	5.942.869,87 €	5.671.125,56 €	2.315.735,07 €

ANEXO I

Índice de contenidos requeridos por la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades 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.

Ámbitos	Soporte adicional (GRI u otros)	Marco de reporting (VSME)	Referencia	Comentarios/ Razón de la omisión
Ámbitos generales				
Descripción del modelo de negocio:				
Entorno empresarial				
Organización y estructura				
Mercados en los que opera				
Objetivos y estrategias				
Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución	GRI 2-1, 2-6, 2-22, 3-3	Estrategia: Modelo de Negocio y Sostenibilidad – Iniciativas Conexas (C1)	5-15	
Principales riesgos e impactos identificados	GRI 3-3	-	9-13	
Análisis de riesgos e impactos relacionados con cuestiones clave	GRI 3-3	-	9-13; 20	
Cuestiones medioambientales				
Gestión medioambiental				
Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa	GRI 3-3,2-23	Políticas y medidas para la transición hacia una economía más sostenible (B2 – C2)	15-17	
Procedimientos de evaluación o certificación ambiental	GRI 3-3,2-23	Bases para la elaboración (B1)	4	
Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales	GRI 3-3,2-23	-	17-18	
Aplicación del principio de precaución	GRI 3-3,2-23	-	17	
Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales	GRI 3-3,2-23	-	21	
Contaminación				
Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono (incluye también ruido y contaminación lumínica)	GRI 3-3, 305-7	Prácticas, políticas e iniciativas futuras para la transición hacia una economía más sostenible (B2-C2)	18; 20-21	
Economía circular y prevención y gestión de residuos				
Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos	GRI 3-3	Prácticas, políticas e iniciativas futuras para la transición hacia una economía más sostenible (B2-C2)	21-24	
Acciones para combatir el desperdicio de alimentos	-	-	23	
Uso sostenible de los recursos				

Consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	GRI 303-1, 303-2, 303-3	Agua (B6)	21
Consumo de materias primas y medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso	GRI 303-1, 303-2, 303-3	Uso de recursos, economía circular y gestión de residuos (B7)	23-24
Consumo, directo e indirecto, de energía	GRI 302-1, 302-2, 302-3, 302-4, 302-5	Energía y emisiones de gases de efecto invernadero (B3)	17-18
Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética	GRI 302-1, 302-2, 302-3, 302-4, 302-5	Prácticas, políticas e iniciativas futuras para la transición hacia una economía más sostenible (B2-C2)	18, 20
Uso de energías renovables	GRI 302-3	Energía y emisiones de gases de efecto invernadero (B3)	18-19
Cambio climático			
Elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generadas	GRI 305-1, 305-2, 305-3, 305-4	Energía y emisiones de gases de efecto invernadero (B3)	19-20
Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático	GRI 305-5	Metas de reducción de GEI y transición climática (C3)	13-14, 20
Protección de la biodiversidad			
Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad	GRI 304-1, 304-3	Prácticas, políticas e iniciativas futuras para la transición hacia una economía más sostenible (B2-C2)	21
Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas	GRI 304-1, 304-2	Biodiversidad (B5)	21
Cuestiones sociales y relativas al personal			
Empleo			
Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y categoría profesional	GRI 2-7	Características generales de los trabajadores (B8)	26-27
Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo	GRI 2-7	Características generales de los trabajadores (B8)	26-27
Promedio anual de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial por sexo, edad y categoría profesional	GRI 405-1	-	26-27
Número de despidos por sexo, edad y categoría profesional	GRI 3-3, 401-1	-	27-28
Brecha salarial	GRI 405-2	Retribución, negociación colectiva y formación (B10)	31
Remuneración media por sexo, edad y categoría profesional	GRI 401-2	Retribución, negociación colectiva y formación (B10)	31
Remuneración media de los consejeros por sexo	GRI 3-3	-	31
Remuneración media de los directivos por sexo		-	31
Implantación de políticas de desconexión laboral	GRI 201-3, 401-3	Prácticas, políticas e iniciativas futuras para la transición hacia una economía más sostenible (B2-C2)	29
Empleados con discapacidad	GRI 405-1	-	34
Organización del trabajo			
Organización del tiempo de trabajo	GRI 3-3	-	28-29

Número de horas de absentismo	GRI 403-2	-	29
Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores	GRI 3-3, 401-3	Prácticas, políticas e iniciativas futuras para la transición hacia una economía más sostenible (B2-C2)	25, 28-29
Salud y seguridad			
Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	GRI 3-3, 403-1 a 403-8	-	29-30
Número de accidentes de trabajo y enfermedades laborales por sexo, tasa de frecuencia y gravedad por sexo	GRI 403-2, 403-3	Salud y seguridad de los trabajadores (B9)	30
Relaciones sociales			
Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos	GRI 3-3	Prácticas, políticas e iniciativas futuras para la transición hacia una economía más sostenible (B2-C2)	12-31
Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país		Retribución, negociación colectiva y formación (B10)	31-32
Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo	GRI 2-30	-	31-32
Formación			
Políticas implementadas en el campo de la formación	GRI 404-2	Prácticas, políticas e iniciativas futuras para la transición hacia una economía más sostenible (B2-C2)	25, 32
Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.	GRI 404-1	Retribución, negociación colectiva y formación (B10)	33
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad			
Discapacidad	GRI 3-3	-	34
Igualdad			
Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres	GRI 406-1	Prácticas, políticas e iniciativas futuras para la transición hacia una economía más sostenible (B2-C2)	14, 33
Planes de igualdad medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo	GRI 3-3	-	33.34
Integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad	GRI 3-3	-	34
Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	GRI 3-3	Prácticas, políticas e iniciativas futuras para la transición hacia una economía más sostenible	33-34
Información sobre el respeto de los derechos humanos			
Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos	GRI 2-23, 2-24, 2-26	Políticas y procesos de derechos humanos (C6)	34
Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso,			34-37

medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos			
Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	GRI 406-1	3-3, Incidentes negativos en materia de derechos humanos (C7)	34-35
Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la OIT relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva, la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación, la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio y la abolición efectiva del trabajo infantil	GRI 407-1, 409-1, 408-1	3-3, Políticas y procesos de derechos humanos (C6)	34, 37
Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno			
Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	GRI 3-3	Condenas y multas por corrupción y soborno (B11)	37
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	GRI 3-3, 2-23,2-24,2-26,205-1	Condenas y multas por corrupción y soborno (B11)	37
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	GRI 2-28,201-1, 415-1	-	35-36
Información sobre la sociedad			
Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible			
Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local	GRI 203-1b, 203-2, 204-1, 413-1, 413-2	Prácticas, políticas e iniciativas futuras para la transición hacia una economía más sostenible (B2-C2)	14-15, 35
Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio	GRI 203-1b, 203-2, 204-1	Prácticas, políticas e iniciativas futuras para la transición hacia una economía más sostenible (B2-C2)	35
Relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos	GRI 2-29,413-1	-	12, 35
Acciones de asociación o patrocinio	GRI 3-3,201-1	-	35
Subcontratación y proveedores			
Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	GRI 3-3,308-1,414-1	Prácticas, políticas e iniciativas futuras para la transición hacia una economía más sostenible (B2-C2)	15-16, 38
Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	GRI 308-1, 414-1, 308-2, 414-2	-	38
Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	GRI 2-6, 308-2, 414-2	-	38
Consumidores			
Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores	GRI 3-3, 416-1	Prácticas, políticas e iniciativas futuras para la transición hacia una economía más sostenible (B2-C2)	36

Sistemas de reclamación	GRI 3-3,418-	-	12, 36
Quejas recibidas y resolución de las mismas	1	-	36
Información fiscal			
Beneficios obtenidos país por país	GRI 3-3, 207-2	-	39
Impuestos sobre beneficios pagados	GRI 3-3,207-4	-	39
Subvenciones públicas recibidas	GRI 201-4	-	39

