

Madrid, a 24 de mayo de 2022

MEDIA INVESTMENT OPTIMIZATION, S.A. (la "Sociedad", la "Compañía", el "Grupo", o "MioGroup") en virtud de lo previsto en el artículo 17 del Reglamento (UE) nº 596/2014 sobre abuso de mercado y en el artículo 227 del texto refundido de la Ley de Mercado de Valores, aprobado por el Real Decreto Legislativo 4/2015, de 23 de octubre, y disposiciones concordantes, así como en la Circular 3/2020 del segmento BME Growth de BME MTF Equity, por medio de la presente pone en conocimiento la siguiente información:

OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

Publicación de la presentación que se utilizará mañana 25 de mayo a las 13.30 en el salón de actos de la Bolsa de Madrid, con motivo de la participación de MioGroup en el Discovery Meeting del Foro MedCap 2022 organizado por BMEGrowth.

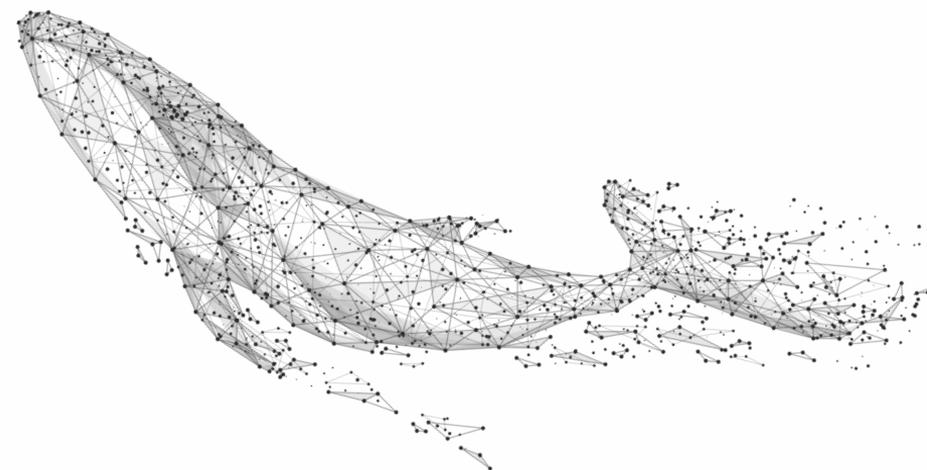
La presentación corporativa será expuesta por Francisco Jiménez-Alfaro Larrazábal (VP Desarrollo Internacional de MioGroup).

De conformidad con lo dispuesto en la citada Circular 3/2020 se indica que la información comunicada por la presente ha sido elaborada bajo la exclusiva responsabilidad de la Sociedad y sus administradores.

D. Yago Gonzalo Arbeloa Coca
Presidente y Consejero Delegado de
Media Investment Optimization, S.A.



MIOGROUP
EMPRESA COTIZADA EN BME GROWTH



MIOGROUP

Presentación a Inversores

Foro MedCap Mayo 2022

1 Evolución

2 Oportunidad de Mercado

3 Modelo de negocio y diferenciales

4 Resultados Financieros 2021

1 | Evolución



MioGroup: Antecedentes y dimensión actual



Consultora estratégica experta en la integración de servicios de marketing y transformación digital, orientada a aportar un impacto medible en la cuenta de resultados de sus clientes mediante el uso de la tecnología

220

empleados
(30.04.2022)

10

compañías
integradas

+100
clientes

Oficinas en
España,
México y
Portugal

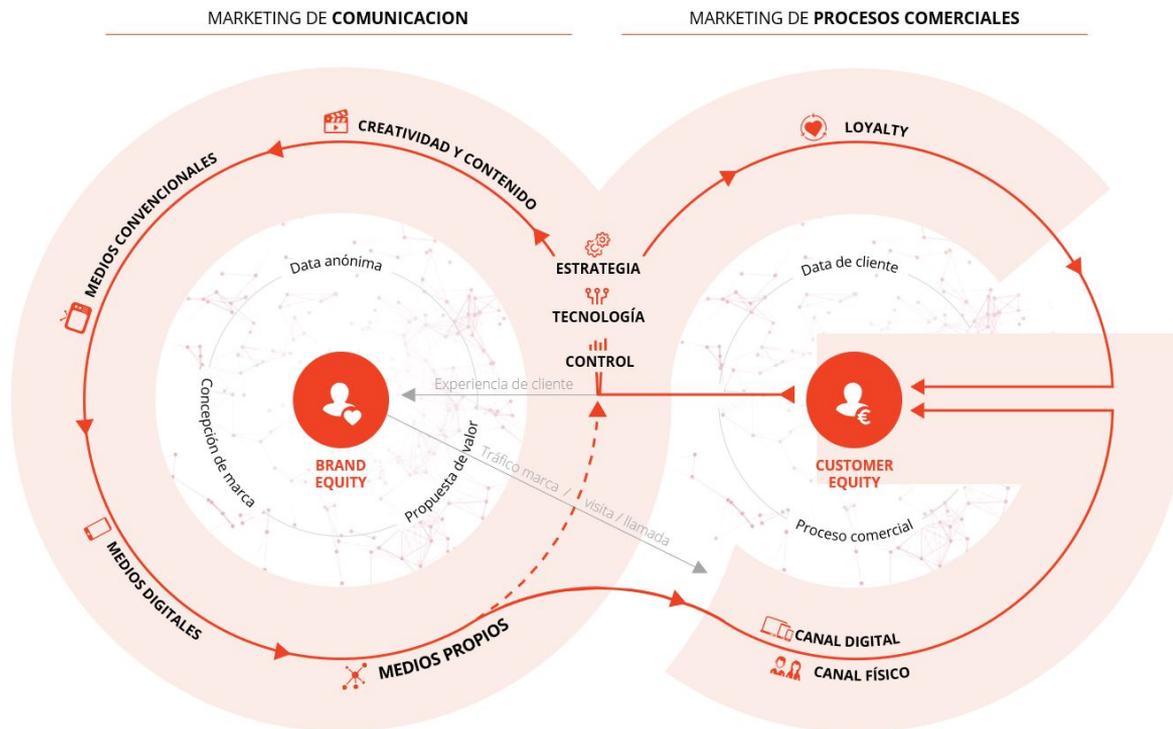
**Great
Place
To
Work®**

Certified

JUL 2021–JUL 2022

ESP

Propuesta de valor: integración de procesos de marketing y ventas



Nuestra ventaja competitiva es la capacidad de **integrar todos los procesos** relacionados con el marketing de clientes y dotarlos de herramientas de seguimiento basadas la **tecnología** y el **análisis avanzado de datos**



Solidez financiera

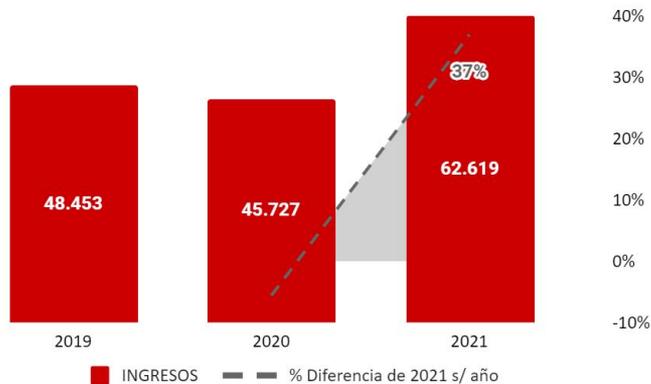
MioGroup cuenta con un histórico de resultados positivos año tras año con una fuerte generación de caja fruto de su operativa. La compañía se encuentra preparada para acometer nuevas operaciones de M&A.

(cifras en euros)

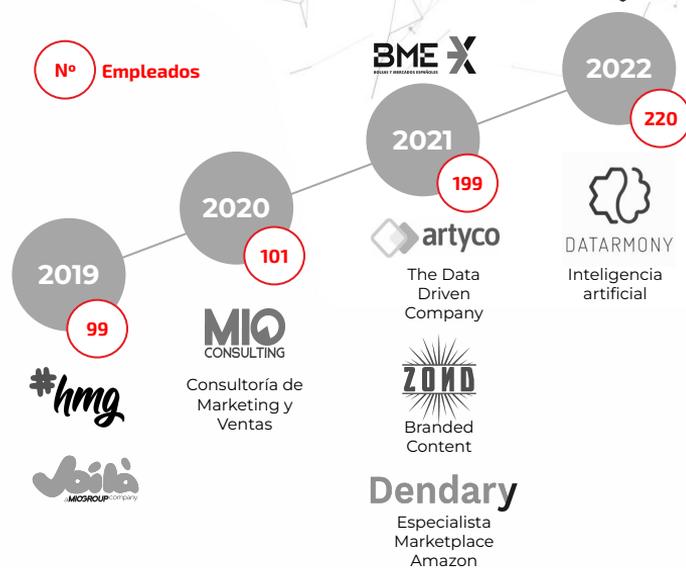


Crecimiento orgánico e inorgánico

INGRESOS (miles de euros)



Holding MioGroup





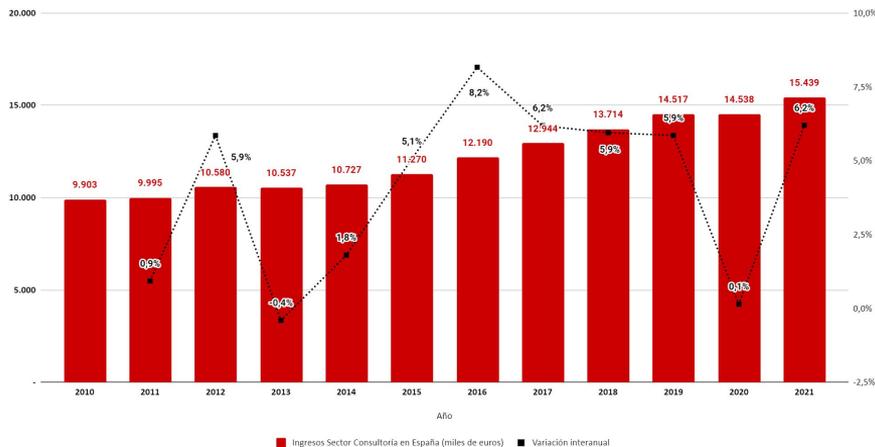
2 | Oportunidad de Mercado

El mercado de la consultoría y de la inversión publicitaria

El mercado de la consultoría en España crece sólidamente al 6% anual, impulsado por la necesidad de las empresas de invertir en transformación digital y consultoría de negocio digital, cuyo crecimiento anual se estima muy superior.

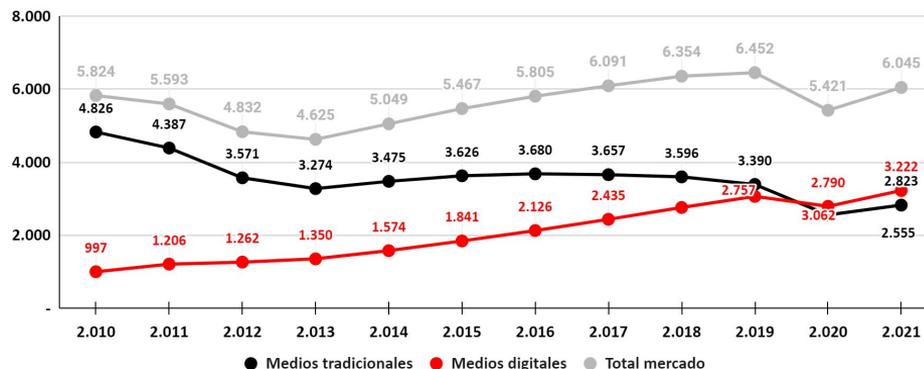
A lo largo de 2021, la inversión publicitaria creció un 14%, siendo una de las industrias que más se ha recuperado en España tras el impacto del Covid-19, especialmente impulsada por la inversión digital.

Ingresos Sector Consultoría en España (millones de euros)



Fuente: Asociación Española de Consultoría (AEC)

Evolución de la inversión publicitaria 2010-2021 (millones de euros)



Source: i2p, Arce Media, Mediahotline

La oportunidad para construir un líder nacional



Desventajas del ecosistema actual

- Choque cultural y de modelo de negocio
- Modelos de retribución perversos con cliente
- Gestión dispersa de la cadena de valor
- Conflictos de intereses
- Ignoran el efecto de la publicidad convencional

Nuestra visión y plan estratégico

Percepción actual del cliente del ecosistema de marketing y ventas:



Nuestra visión es la de consolidar el mercado nacional mediante la construcción de un **integrador líder de servicios de consultoría y marketing digital**.

Este camino nos posicionará como la única empresa española independiente con un enfoque integral end-to-end.

1. Adquisición de compañías líderes como vía para completar la propuesta de valor con servicios especializados
2. Incrementar la presencia en zonas geográficas complementarias
3. Maximizar las sinergias de la fuerza comercial y de las operaciones

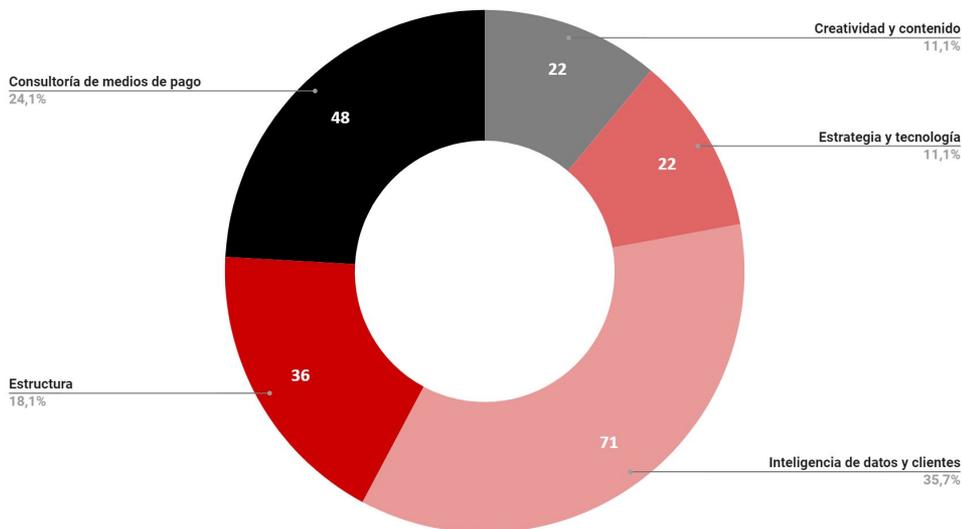


3 | Modelo de negocio y diferenciales

Equipo sólido y multidisciplinar

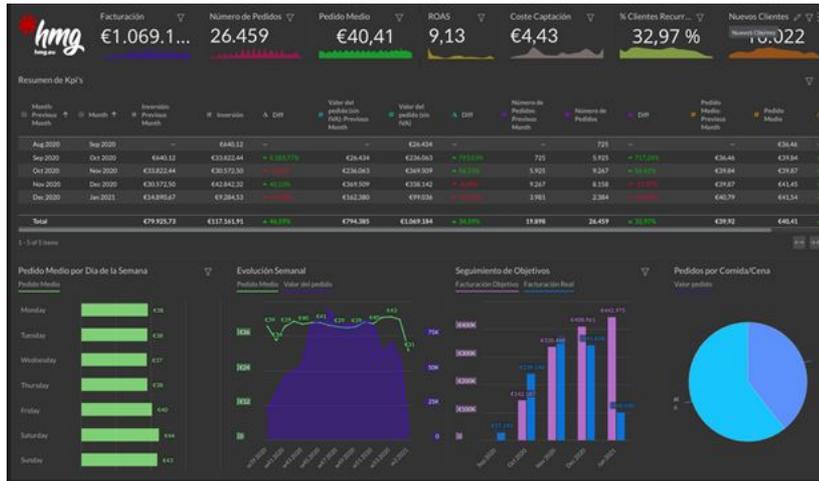
220 empleados
48%H 52% M
37,5 años edad
+3 años antigüedad
+120 certificaciones

Distribución plantilla por línea de negocio (31.12.2021)



Absorción de la complejidad

Prestación de un servicio integrado y flexible que permita al cliente optimizar sus inversiones según la evolución de su negocio y en la que la percepción de valor esté en la vinculación de la retribución al retorno logrado



Capacidad de innovación & tecnología propietaria



Marketing Mix Model

Conjunto de modelos econométricos y tecnología de automatización para optimizar las inversiones publicitarias de forma continua (ON + OFF)



Plataforma de Martech de MIOGROUP

Plataforma de integración de tecnología comercial y de marketing sobre la que construimos servicios de valor agregado (por ejemplo, integración automática de audiencia, planificador de medios, procesamiento de clientes potenciales, análisis de competencia, API de CRM ...)



Marketplace de marketing de influencia en Twitter, Facebook e Instagram

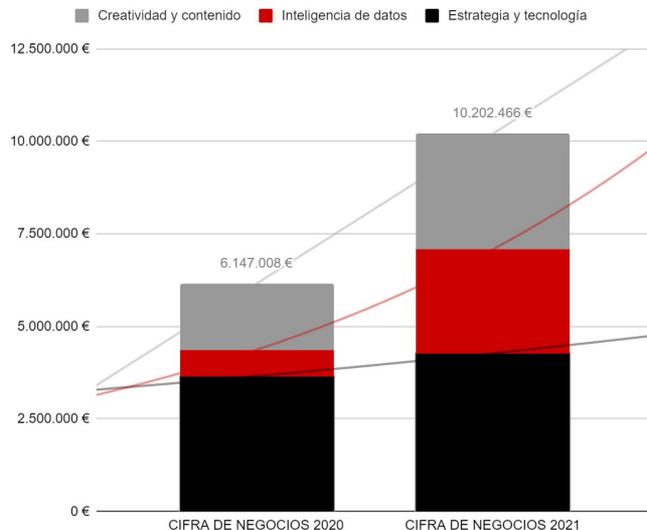
Plataforma segura y transparente donde influencers y promotores participan en campañas generando contenido natural y original para las marcas. Advocacy digital para empleados en proyectos de comunicación corporativa.



Sistema de videollamada y chat para mejora del proceso comercial

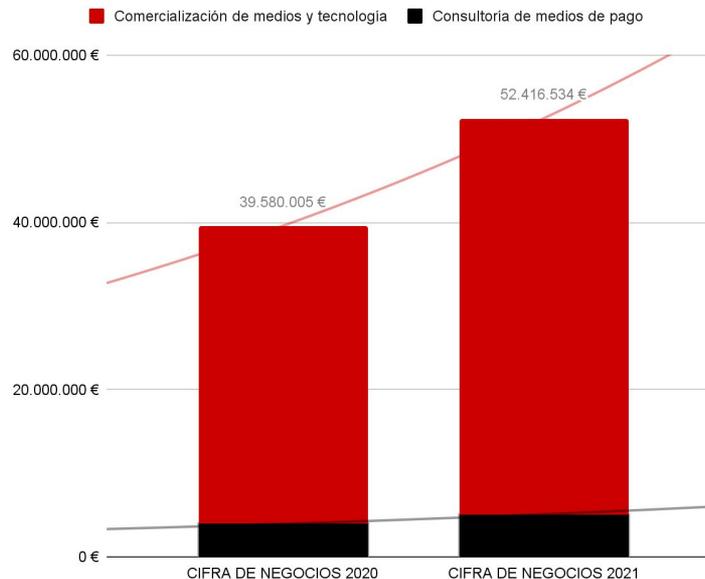
Herramienta de videollamada integrada en la web para aumentar la conversión web que permite al cliente iniciar directamente una interacción en vivo con un representante de la empresa

Las líneas de negocio complementarias que crecen por encima de mercado



+66%
Consultoría estratégica de marketing digital

x3
Inteligencia de datos



+37%
Publicidad en medios de pago

+47M €
Compra de medios y tecnología gestionados

Clientes relevantes con servicios integrados

CONSULTORÍA	CONTENIDO DE MARCA	CAMPAÑAS DE PAGO	INTELIGENCIA DE DATOS	TECNOLOGÍA Y OPTIMIZACIÓN
<p>CREATIVIDAD</p> <p>ESTRATEGIA DE NEGOCIO DIGITAL</p> <p>INVESTIGACIÓN DE MERCADOS</p> <p>ESTRATEGIA DE CONTENIDO DIGITAL</p>	<p>DESARROLLO WEB</p> <p>REDES SOCIALES</p> <p>PRODUCCIÓN DIGITAL</p> <p>MARKETING DE INFLUENCIA</p> <p>SEO</p>	<p>MEDIOS DE BRANDING</p> <p>MEDIOS DE PERFORMANCE</p> <p>CONVENCIONAL</p> <p>DIGITAL</p>	<p>ANALYTICS</p> <p>BI & IA</p> <p>DASHBOARDS</p> <p>MODELOS DE ATRIBUCIÓN</p> <p>DATA COACHING</p>	<p>MARKETING MIX MODEL</p> <p>CRO</p> <p>DATA SCIENCE</p> <p>MARKETING AUTOMATION</p>
				
				
				
				
				
				
				

+50% de clientes con una permanencia media superior a 3 años

El 87,0% de los clientes califican el servicio como "excelente"

El 56% de los clientes tienen contratados 3 ó más servicios diferentes

Caso de estudio

metrovacesa

Metrovacesa nos trasladó unos retos estratégicos con su salida a Bolsa y el relanzamiento de su marca, debíamos acompañar al departamento de marketing en el desarrollo de su presencia digital para dar apoyo a la venta de sus viviendas.

El resultado ha sido más de 5 años trabajando juntos en la estrategia global de la compañía, desde la estrategia para el proceso comercial digital hasta las campañas de medios, la medición y reporting de datos, la creatividad, el diseño de su web y app, y la ejecución de sus campañas de marketing automatizadas.

CPL Vs. objetivo

-48%

Leads generados

+275%

Ventas*

+350%

Coordinar y ejecutar toda la presencia digital de la marca, homogeneizar la comunicación digital con todos los stakeholders, plantear un concepto creativo global para dar una imagen única en todas las fases de comercialización, acompañado de activaciones creativas con la innovación como seña de identidad.



Elaborar un cuadro de mandos de toda la actividad de marketing a nivel nacional para ofrecer información actualizada para sus más de 60 promociones en venta.

Un proyecto integrado, donde intervienen todos los departamentos de producción de MioGroup con más de 20 perfiles distintos de la compañía involucrados en las tareas de apoyo.



Caso de estudio



Parques Reunidos ha sido históricamente un anunciante eminentemente offline en todos los mercados europeos. En 2020 la dirección se plantea migrar las inversiones a medios digitales que sean 100% medibles.

Los servicios de consultoría de business intelligence se centraron en la obtención de un modelo de atribución tanto digital como de conversiones offline en taquilla.

El reto consiste en asumir el riesgo de migrar de un mix de medios eminentemente offline a uno prácticamente digital que implica una alta incertidumbre. ¿Cómo afectará esto al recuerdo espontáneo?

Centralización de la gestión de los medios publicitarios en Europa a través de la tecnología para la mayor optimización.



Solución:

Con nuestra herramienta SPOON medimos el impacto de toda la actividad en medios con el objetivo de poder hacer un modelo avanzado de atribución que permita tomar decisiones a tiempo real en cada uno de los mercados y en cada uno de los parques. Adicionalmente, medimos cómo asisten los medios offline en la actividad de performance.

Caso de estudio



Mahou San Miguel buscaba entender a sus consumidores a través de la relación generada con ellos y las interacciones que tienen en diferentes dispositivos y puntos de contacto, para tomar decisiones de negocio, acciones de marketing y comunicación basadas en datos.

Los servicios de consultoría de datos y estrategia se centraron en la realización del perfilado del consumidor y la accionabilidad en el resto de áreas de la compañía, mediante el trabajo de analistas de datos y científicos de datos.

El trabajo se inicia con la integración de todas las fuentes de información en real-time para posteriormente clusterizar y segmentar a sus usuarios a través de modelos de inteligencia ad-hoc en función de su interacción con la marca, sus intereses o información cognitiva y de personal insights.

Realizamos los dashboards y paneles de analítica, para la visualización de datos.



Solución:

Con estos datos, somos capaces de decir, a quién, de qué manera, con qué mensaje, en qué canal, con qué tono, etc. debemos comunicarnos. Extraer perfiles para la captación de usuarios similares y accionar las diferentes palancas de la compañía basándose en dicha información.

Caso de estudio

CLARINS

Clarins, uno de los principales referentes en “*belleza selectiva*”, tiene el reto de mantenerse como líder en la categoría de *Skincare* y el de posicionarse como experto en *Makeup*.

Todo ello, en un mercado donde se ve obligado a competir con marcas que tienen actividad fuera de la categoría y que además cuentan con presupuestos mucho más elevados para dedicar a sus campañas publicitarias.

En este contexto, para Clarins es clave entender perfectamente al consumidor y cuál es la actividad publicitaria del resto de competidores para así poder optimizar la inversión y maximizar los resultados.

VENTAS

+15%

AHORRO TV

-25%

AHORRO PRINT

-8%

Responsables de definir toda la estrategia de medios de la marca para 10 de sus productos.

La complejidad está en definir subestrategias para cada uno de ellos, respondiendo a retos diferentes en cuanto al target y el consumo de medios, con campañas distribuidas durante todo el año y con objetivos diferentes.



Solución:

Definición de plan de medios por producto para maximizar la cobertura y notoriedad sobre cada target y generar ventas en el PDV y el ecommerce (+15% vs objetivo).

Condiciones cerradas con los soportes (TV y Print) para eficientar la compra de medios y ser competitivos vs al mercado (-25% y -8% de mejora respectivamente).



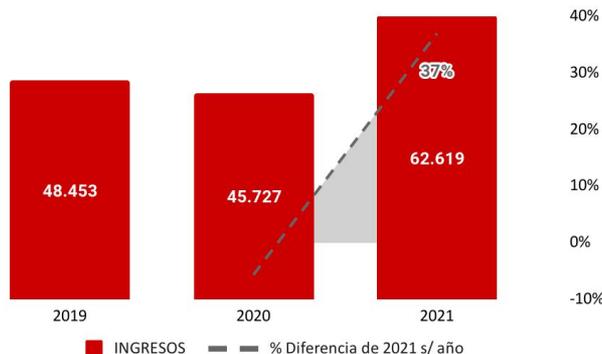


4 | Resultados financieros 2021

Éxito comercial y rentabilidad

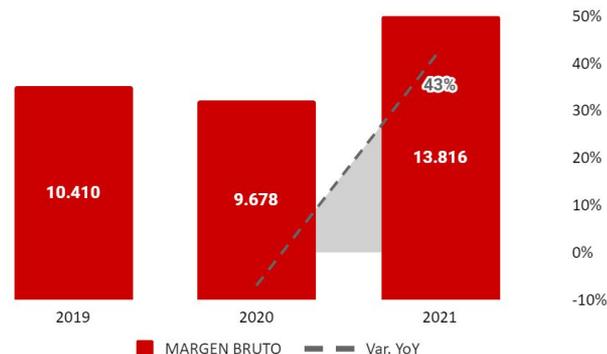
MioGroup ha obtenido los mejores resultados de su historia, superando incluso los niveles pre-Covid, empujados especialmente por el crecimiento orgánico.

INGRESOS (miles de euros)



Importe aislando el impacto de las compañías incorporadas al perímetro en 2021: 60.174 (miles de euros)

MARGEN BRUTO (miles de euros)



Importe aislando el impacto de las compañías incorporadas al perímetro en 2021: 11.672 (miles de euros)

+62M €

La cifra de negocios supera los 62M euros por primera vez

+37%

Un crecimiento en la cifra de negocios del 37% frente a 2020 y del 29% frente a 2019

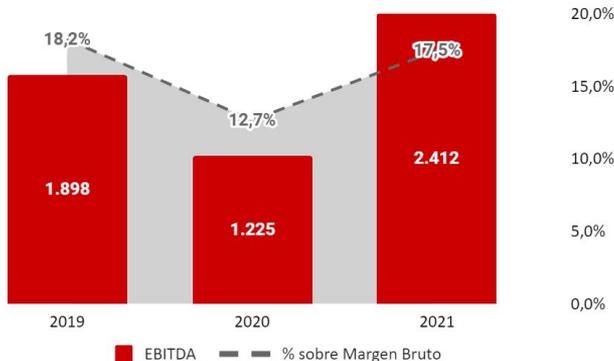
+43%

Incremento del margen bruto sobre 2020 y un 33% sobre 2019

Mejor resultado histórico

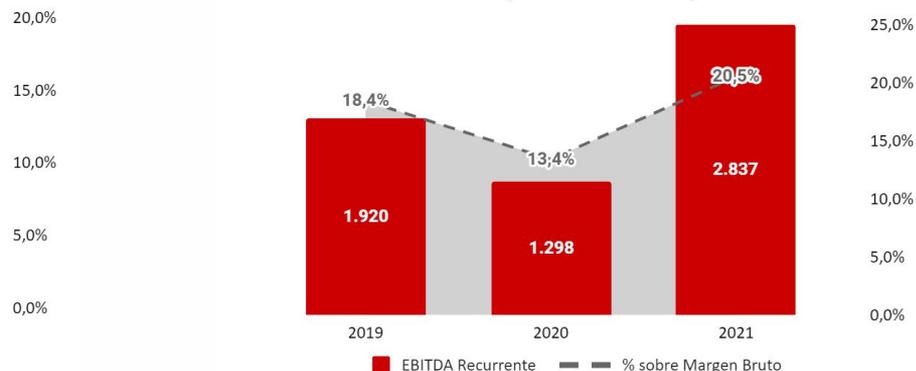
La eficiencia operativa ha permitido más que duplicar el EBITDA recurrente, alcanzando los 2,8M de euros, manteniendo el indicador de margen bruto sobre EBITDA por encima del 20%

EBITDA (miles de euros)



Importe aislando el impacto de las compañías incorporadas al perímetro en 2021: 2.492 (miles de euros)

EBITDA RECURRENTE (miles de euros)



Importe aislando el impacto de las compañías incorporadas al perímetro en 2021: 2.917 (miles de euros)

+2,8M €

Por primera vez la cifra de EBITDA recurrente alcanza 2.8 M euros

+119%

EBITDA recurrente frente a 2020 y del 48% frente a 2019

+21%

Peso del EBITDA recurrente sobre el margen bruto

P&G Consolidado

Cifras en Euros	2021	2020	%Var. YoY
Importe neto cifra de negocios	62.619.000	45.727.013	37%
Margen bruto	13.816.492	9.678.369	43%
Trabajos realizados por la empresa para su activo	179.656	183.335	-2%
Otros ingresos de explotación	120.067	57.669	108%
Gastos de personal	-7.935.301	-6.150.448	29%
Otros gastos de explotación	-3.768.798	-2.543.898	48%
Resultado Bruto de Explotación (EBITDA)	2.412.116	1.225.027	97%
EBITDA recurrente	2.837.396	1.279.763	122%
% EBITDA Recurrente/Margen Bruto	21%	13%	55%

Los “Gastos de personal” y “Otros gastos de explotación” aumentan principalmente por la incorporación de las nuevas sociedades al perímetro de consolidación.

x2 EBITDA

El crecimiento de las ventas se ha trasladado al resultado operativo. El EBITDA se ha doblado respecto al año 2020.

El margen del EBITDA recurrente sobre el margen bruto del Grupo alcanza el 21% frente al 13% de 2020.

Deuda Financiera Neta

Cifras en Euros	2021	2020
Deudas con entidades de crédito a largo plazo	3.200.146	4.155.027
Acreedores por arrendamiento financiero a largo plazo		20.616
Otros pasivos financieros a largo plazo		
Deudas a empresas vinculadas a largo plazo		25.000
Deudas con entidades de crédito a corto plazo	2.555.023	2.785.383
Acreedores por arrendamiento financiero corto plazo	20.616	20.356
Otros pasivos financieros a corto plazo	50.250	
Inversiones financieras a corto plazo	-1.699.203	-1.740.039
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	-9.394.487	-5.177.618
Deuda Financiera Neta	-5.267.655	88.725

Mantiene una posición neta de caja positiva en 5,3 millones de euros.

DFN -5M

En 2021, la deuda bancaria se ha reducido en más de 1 millón de euros.

+1M REDUCCIÓN DEUDA

El total de tesorería y activos líquidos disponibles asciende a 11 millones de euros

+11M CASH Y ACTIVOS LÍQUIDOS

La compañía se encuentra preparada para acometer nuevas operaciones corporativas en línea con su estrategia de crecimiento inorgánico.

Flujo de caja

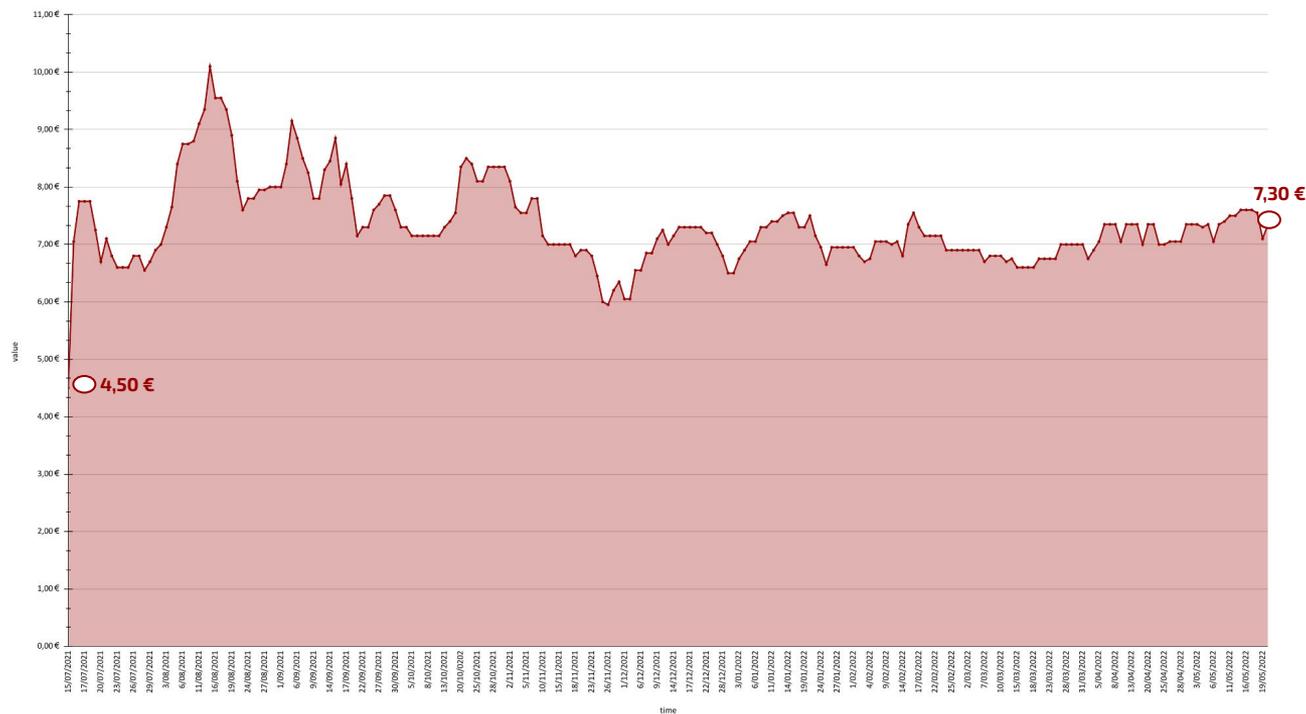
<i>Cifras en Euros</i>	2021	2020
Efectivo o equivalentes al inicio del ejercicio	5.177.618	3.913.272
Flujo de explotación	5.761.127	743.332
Flujo neto de inversión	-2.636.190	-2.768.969
Flujo de financiación	1.091.932	3.289.983
Aumento (disminución) del efectivo o equivalentes	4.216.869	1.264.346
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio	9.394.487	5.177.618

Destaca la fuerte generación de flujo de operaciones apoyada por el incremento de las ventas.

Evolución Valor de la acción

MIOGROUP
EMPRESA COTIZADA EN BME GROWTH

Market Prices



MIO

Capitalización:

€47,00 M

Revalorización:

63,00%

Precio de cierre (20.5.22):

7,30 €

Principales riesgos y medidas

Retos	Medidas
Retención empleados clave y adquisición talento	Plan de incentivos con acciones y planes de carrera
Seguir por delante de otros competidores en innovación	Plan de inversiones en I+D y lanzamiento de servicios
Adquirir dimensión suficiente para tener poder de negociación con partners	Crecimiento de negocio y concentración de proveedores
Ser activos en la consolidación del mercado español	Plan de adquisiciones de empresas
Realizar operaciones de M&A con sentido económico	Buscamos completar el portfolio sin perjuicio de nuestra solidez financiera
Erosión de márgenes y comoditización	Incremento de la percepción de valor vinculando la retribución al retorno logrado

Calendario previsto

Junta de Accionistas

22 junio 2022

MIDCAP Event de París

23-24 de junio 2022

Resultados Financieros 1er Semestre 2022

septiembre/octubre 2022

MIOGROUP
EMPRESA COTIZADA EN BME GROWTH



Definiciones de KPIs

EBITDA: resultado bruto de explotación, o resultado neto antes de intereses, impuestos, amortizaciones y deterioros

EBITDA Recurrente: EBITDA eliminando otros gastos de explotación no recurrentes y partidas extraordinarias

DFN: La deuda financiera neta es la diferencia entre toda la deuda financiera menos la tesorería y las inversiones temporales y otros activos líquidos convertibles en tesorería a corto plazo.

Disclaimer

Este documento se ha preparado exclusivamente por Media Investment Optimization, S.A. para su uso durante esta presentación. La información contenida en este documento tiene únicamente fines informativos, se facilita por Media Investment Optimization, S.A. únicamente para ayudar a posibles interesados a hacer un análisis preliminar de Media Investment Optimization, S.A. y es de naturaleza limitada, sujeta a completarse y cambiarse sin aviso previo.

Este documento puede contener proyecciones o estimaciones relativas al desarrollo y los resultados futuros de los negocios de Media Investment Optimization, S.A., las cuales podrían no haber sido verificadas o revisadas por los Auditores de Media Investment Optimization, S.A. Estas estimaciones corresponden a las opiniones y expectativas futuras de Media Investment Optimization, S.A. y, por tanto, están sujetas a y afectadas por riesgos, incertidumbres, cambios en circunstancias y otros factores que pueden provocar que los resultados actuales difieran materialmente de los pronósticos o estimaciones. Media Investment Optimization, S.A. no asume ninguna responsabilidad al respecto ni obligación de actualizar o revisar sus estimaciones, previsiones, opiniones o expectativas. La distribución de este documento en otras jurisdicciones puede estar prohibida, por ello los destinatarios de este documento o aquellos que accedan a una copia deben estar advertidos de estas restricciones y cumplir con ellas. Este documento ha sido facilitado con fines informativos únicamente y no constituye, ni debe ser interpretado, como un ofrecimiento para vender, intercambiar o adquirir o una solicitud de oferta para comprar ninguna acción de Media Investment Optimization, S.A.. Cualquier decisión de compra o inversión en acciones debe ser realizada sobre la base de la información contenida en los folletos completados, en cada momento, por Media Investment Optimization, S.A.



MIOGROUP

EMPRESA COTIZADA EN BME GROWTH

Media Investment Optimization S.A.

MioGroup Building

C/ Alfonso XI, 3

28014 Madrid

+34 902 333 654

ir@mio.es