

## MioGroup presenta resultados de 2021 con 62 millones de euros de negocio, un crecimiento histórico para la compañía

La eficiencia operativa del grupo ha permitido un incremento del 119% en el EBITDA recurrente, duplicar la cifra del resultado operativo hasta los 2,4 millones de euros y conseguir una sólida posición financiera con 5,3 millones de caja neta

El pasado mes de julio la compañía comenzó a cotizar en BME Growth tras un debut con una sobresuscripción de 5,5 veces la oferta y cerró el año con una revaloración del 44% en el precio de la acción

Siguiendo su estrategia de crecimiento inorgánico, MioGroup ha completado la adquisición de cuatro compañías desde enero de 2021: Artyco, Dendary, Zond.tv y, en marzo de este año, Datarmony

Adicionalmente, en su estrategia de innovación ha seguido desarrollando su portfolio de tecnologías propietarias: Twync (advocacy digital), Dendary App (automatización en Amazon), Wanasee (videoasistencia comercial) y la plataforma MiOS (martech, que incluye módulos comerciales como Spoon y MiOS Competitors)

**Madrid. 4 de abril de 2022.** MioGroup, consultora estratégica de servicios de marketing y transformación digital, ha presentado las cifras y principales hitos de 2021. La compañía ha crecido un 37% con respecto al ejercicio anterior, logrando 62,6 millones de euros frente a los 45,7 millones de euros de 2020. Además, este año ha celebrado su salida a Bolsa con una sobresuscripción de 5,5 veces la oferta y una revaloración del 44% del precio de la acción a cierre de año, y ha anunciado la adquisición de cuatro compañías desde enero de 2021: Artyco, Dendary, Zond.tv y en marzo de este año, Datarmony.

MioGroup ha logrado duplicar la cifra de resultado operativo hasta 2,4 millones de euros creciendo en las dos áreas principales de actividad del Grupo: la consultoría estratégica y la publicidad en medios de pago. Así, ha conseguido un registro histórico para el Grupo, alcanzando un EBITDA recurrente -calculado restando todos aquellos gastos incurridos con la salida a Bolsa y las operaciones corporativas realizadas en la estrategia de crecimiento inorgánico- de 2,8 millones de euros en 2021, más del doble de los 1,3 millones de euros de 2020. De esta forma, el peso de este resultado sobre el margen bruto del Grupo ha pasado de suponer un 13% en 2020 a suponer un 21% en el presente año.

### Principales cifras

(millones de euros)

	2021	2020
Ventas	62,6	45,7
Margen Bruto	13,8	9,7
EBITDA Recurrente	2,8	1,3
Posición neta de deuda / (Caja)	-5,3	0,09

Yago Arbeloa, Presidente de MioGroup, ha asegurado que "2021 ha sido un año en el que hemos registrado el mayor crecimiento, unas cifras históricas, en parte, resultado de entrar a cotizar en BME Growth, que nos ha permitido impulsar las adquisiciones e invertir en el desarrollo de herramientas y productos propietarios para seguir ampliando servicios altamente especializados, ir un paso más allá y mantener el liderazgo en innovación. Parte de los resultados de este año se deben a las medidas que tomamos durante 2020, encaminadas a apoyar a nuestros clientes en los acelerados procesos de digitalización para enfrentarse a una nueva situación y a atender la demanda que llegaría tras la recuperación del consumo".

La eficiencia operativa ha conseguido alcanzar una sólida posición financiera con 5,3 millones de caja neta, apoyada por la generación de flujo de operaciones superior a los 5 millones y a la ampliación de capital realizada por valor de 3 millones de euros en el momento de la salida a Bolsa.

# MIOGROUP

En esta línea de crecimiento, MioGroup ha cerrado la integración de Artyco, Dendary, Zond.tv y, en marzo de este año, Datarmony. Artyco es una empresa experta en gestión, tratamiento y explotación de datos, convirtiéndolos en información y conocimiento para diseñar y ejecutar estrategias y acciones de marketing digital personalizadas y automatizadas. Dendary es una agencia de Marketing Digital especializada en Amazon, y ZOND.tv es pionera en proyectos de Branded Content en España, especializada en la creación de contenido de marca. Por último, la adquisición de Datarmony, una compañía de soluciones de explotación de datos basadas en inteligencia artificial y machine learning, refuerza y complementa la propuesta de valor en torno a servicios de datos donde ya dispone de servicios de medición y analítica avanzada, inteligencia de negocio y conocimiento de cliente, CRM y CDP, entre otros.

## Evolución de los negocios

(Millones de euros)	2021	2020	%
<b>VENTAS</b>	<b>62,6</b>	<b>45,7</b>	<b>37</b>
Consultoría estratégica	10,2	6,1	67
Publicidad en medios de pago	52,4	39,6	32

Para el desarrollo de dichos productos propios, durante el año 2021 ha invertido 187.000 euros que permiten al Grupo diferenciarse de la competencia. Se ha evolucionado Twync, una de las mayores comunidades de habla hispana dedicada a la generación y amplificación de contenidos online con influencers, desarrollando a partir de ella, una plataforma de “advocacy digital” dirigida a empresas con el objetivo de que sus empleados puedan generar contenido en sus redes sociales propias como prescriptores de la compañía. Se ha seguido invirtiendo en el desarrollo de Dendary App, un desarrollo que permite conectar a la Data de Amazon Marketplace para extraer información del rendimiento de las campañas y poder automatizar el proceso de reporting de la evolución del negocio digital de los clientes en dicho marketplace; al igual que en Wanasee, un sistema de videollamada y chat integrado en la web que mejora el proceso comercial incrementando la conversión.

Por último, dentro de la plataforma “MiOS” que ofrece servicios tecnológicos de Martech, se ha evolucionado el módulo comercial llamado “Spoon”, una herramienta que dispone de modelos econométricos y tecnología de automatización para optimizar las inversiones publicitarias de forma continua y que permite recomendar a los clientes el marketing mix model más adecuado para lograr sus objetivos de negocio. Durante 2021, junto a la capacidad de medir la atribución a negocio de las inversiones en campañas de TV, se ha incorporado la funcionalidad de medir también las campañas de radio, siendo pioneros en disponer de una herramienta propietaria que permite tener una medición de todo el espectro publicitario, tanto en medios digitales como convencionales en nuestro país. Asimismo, se ha desarrollado una nueva funcionalidad en miOS para el seguimiento de la actividad publicitaria de la competencia, llamada “MiOS Competitors”.

Para poder afrontar con garantías tanto el crecimiento inorgánico como la expansión internacional, el grupo ha reestructurado su directiva, reforzando las áreas claves de la compañía con el objetivo de aportar estabilidad y maximizar este potencial crecimiento. Así, Francisco Jiménez-Alfaro, el que fuera consejero delegado del grupo, asume la posición de VP Desarrollo Internacional para situarse al frente de la filial que el grupo ha abierto en Portugal y liderar una estrategia de internacionalización y crecimiento. En su lugar, Álvaro Cabrera, adquiere el cargo de CEO España de MioGroup para liderar el crecimiento del negocio en su principal mercado. Por otro lado, Antonio Requejo asume la posición de Director General de MIO Consulting, se ha incorporado a Jacobo Álvarez como Director Jurídico & Legal de MioGroup, y a Daniel Casal como Director Estratégico y Alianzas de MioGroup.

Así, las medidas adoptadas durante 2021 han estado orientadas a reforzar la estructura organizativa del Grupo, preparándola para la salida a Bolsa y acoger el crecimiento inorgánico, sin dejar de poner foco en el crecimiento orgánico, lo que ha permitido a la compañía registrar unos resultados históricos, que permiten mantener el desarrollo de negocio y seguir invirtiendo en el desarrollo e innovación de nuevas tecnologías.

# MIOGROUP

## Sobre MioGroup

MioGroup es una 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. El Grupo ha logrado un rápido crecimiento desde su creación en 2012, con una facturación superior a 62 millones de euros en 2021 y 200 empleados. El crecimiento ha venido de la mano tanto de una estrategia de crecimiento orgánico e inorgánico, adquiriendo compañías con servicios o tecnologías diferenciales para incorporar y expandir su cartera de servicios para acabar así construyendo un líder nacional. MioGroup está compuesto por diferentes compañías altamente especializadas en distintos ámbitos del marketing y la publicidad: creatividad, compra de medios, analítica de datos, social media, desarrollo web, marketing automation y tecnología. Actualmente, las principales marcas que forman parte del Grupo son: HMG, Voilà Media, MIO Consulting, Zond, artyco, Dendary y Datarmony, entre otros forman parte del Grupo. Para más información, visite: [mio.es](http://mio.es)

### **Contacto de prensa**

Fabiola Amador  
[famador@mio.es](mailto:famador@mio.es)  
902 333 654

### **Harmon**

Álvaro Troyano  
[atroyano@harmon.es](mailto:atroyano@harmon.es)  
91 765 75 80