

MEDIA INVESTMENT OPTIMIZATION, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES**INFORME DE GESTION INTERMEDIO CONSOLIDADO A 30 DE JUNIO DEL EJERCICIO 2024****1.- Exposición de la evolución de negocios, de la situación del Grupo y de la evolución del mismo.**

La evolución del Grupo durante el ejercicio 2024 debe considerarse como una continuación de la estrategia de crecimiento y expansión internacional desarrollada desde la salida a bolsa en el verano de 2021.

Las cifras del primer semestre de 2024 pueden entenderse como los primeros resultados fruto de la integración de las 11 compañías adquiridas en los últimos años para añadir capacidad al grupo y completar toda la cadena de valor del sector de marketing y ventas donde operamos. En estos meses estamos trabajando para que nuestro expertise en medios, creatividad y procesos se combinen de forma eficiente y sinérgica para ofrecer una oferta integral y diferenciadora a cada uno de nuestros clientes, siempre al servicio de la innovación y la tecnología.

Los resultados del ejercicio demuestran, por tanto, la apuesta del Grupo por el talento, la tecnología y la integración de servicios para construir una propuesta que aporte un valor añadido. Esta estrategia se apoya en la marca MIO One, que transmite y refleja la visión integrada de servicios de marketing que ofrece el grupo y que representa esa propuesta de valor única que se ofrece al mercado. En esta línea, el primer semestre de 2024 ha supuesto un significativo impulso al desarrollo del negocio en torno a la Inteligencia Artificial, apoyado de manera importante por SuperReal, la compañía que se incorporó al grupo en el primer semestre de 2023 y que desarrolla sus servicios en el área de la inteligencia artificial generativa. Esta inversión de MIO Group representa una apuesta decidida por una tecnología que, según todos los analistas, será completamente disruptiva en el mercado del marketing y las ventas; y ha permitido la incorporación de innovadores servicios al portafolio del grupo, así como ser un importante elemento transformador de la estructura de producción en múltiples áreas del grupo, como la creación de contenidos y la producción creativa. El impacto en el negocio durante este primer semestre de 2024 ha sido aún limitado, ya que, al tratarse de una tecnología incipiente, la mayoría de los proyectos se acometen en formato piloto o prueba de concepto. No obstante, los excelentes resultados obtenidos ya perfilan proyectos de mayor envergadura para los clientes, que serán abordados en el corto y medio plazo. Esta incorporación también está suponiendo un agente de cambio para nuestros clientes que se abordan como proyectos de transformación estratégica.

Adicionalmente, otro de los principales aspectos a resaltar en el primer semestre del año ha sido la evolución del negocio internacional, especialmente tras la incorporación de una nueva sede en Colombia en 2023. Esta sede, además de ayudar al desarrollo comercial en Latinoamérica, se ha establecido también como un centro de producción de servicios del grupo. Esta iniciativa ha requerido una significativa inversión en recursos, que ya está comenzando a producir retornos, tanto en negocio como en eficiencia de las operaciones.

Desde esta perspectiva, en los resultados destacan especialmente los siguientes aspectos:

MEDIA INVESTMENT OPTIMIZATION, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES**INFORME DE GESTION INTERMEDIO CONSOLIDADO A 30 DE JUNIO DEL EJERCICIO 2024****a. Crecimiento sostenido del margen bruto**

El grupo ha alcanzado un margen bruto de 11,34 millones de euros en el primer semestre de 2024, lo que representa un incremento superior al 3% respecto al mismo periodo del año anterior.

Este aumento en el margen bruto contrasta con la reducción de la cifra de negocio total, que ha sido de 31,3 millones de euros frente a los 35,4 millones de euros del primer semestre de 2023. Este resultado se explica por la contracción experimentada en la inversión publicitaria. Si bien no se ha producido una pérdida significativa de clientes de este tipo de servicios durante el periodo, estos no han cumplido los presupuestos previstos de inversión debido a situaciones coyunturales y a una perspectiva global con cierta incertidumbre. Si bien la inversión publicitaria tiene un impacto muy significativo en la cifra de negocio, no afecta de la misma manera al margen bruto del ejercicio, ya que involucra gastos importantes con terceras partes.

En cualquier caso, la caída de cifra de negocio asociada a la publicidad en medios de pago se ha visto compensada con el crecimiento de los servicios asociados a la consultoría de marketing digital, y muy especialmente a la línea de negocio de creatividad y contenidos, que se ha visto impulsada por la aplicación de tecnología apoyada en IA.

Los servicios consultivos aportan un mayor valor añadido a los clientes, por lo que tienen un mayor impacto en el margen bruto y, no solo compensan la pérdida asociada a la publicidad, sino que posibilitan el crecimiento total indicado.

b. Mejora del porcentaje de margen bruto sobre la cifra de negocios, reflejo de la apuesta por la prestación de servicios de mayor valor a los clientes

El margen bruto del primer semestre de 2024 representa el 36,3% del importe neto de la cifra de negocios, lo que supone una mejora de 5,3 puntos porcentuales respecto al mismo periodo del año 2023, cuando esta cifra representaba el 31%. Este incremento refleja una tendencia positiva que se explica por un mejor posicionamiento de la propuesta del grupo en términos de diferenciación frente a la competencia y una oferta de servicios de mayor valor percibido por el cliente. Esta mejora en el ratio de margen bruto sobre la cifra de negocios consolida la tendencia positiva observada en los últimos tres ejercicios.

La compañía continúa reequilibrando su mix de servicios y diversificando hacia líneas de negocio relacionadas con la consultoría estratégica en marketing y ventas. La contribución al margen bruto de la actividad de consultoría estratégica de marketing digital ha aumentado al 81% del total, frente al 77% registrado en el primer semestre de 2023.

c. Crecimiento significativo del negocio internacional

La estrategia de internacionalización de MIO Group se centra en acompañar a sus clientes en los mercados en los que operan, al mismo tiempo que se desarrollan nuevos mercados donde se detectan oportunidades de negocio atractivas. Por este motivo, en 2023 se reforzó la estructura de ventas y operaciones internacionales en los mercados europeos y americanos.

MEDIA INVESTMENT OPTIMIZATION, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES**INFORME DE GESTION INTERMEDIO CONSOLIDADO A 30 DE JUNIO DEL EJERCICIO 2024**

Este esfuerzo de internacionalización se está viendo reflejado de forma paulatina en los resultados de la compañía, evidenciando un incremento del negocio proveniente de geografías distintas a la española.

Así, el negocio internacional ha crecido un 21,8% respecto al mismo periodo del año anterior y ya constituye un 22,3% del volumen de negocio global del grupo. Esto representa un incremento de 6,2 puntos porcentuales respecto a 2022, cuando el negocio internacional representaba un 16,1%.

En términos de localización, el 81% del negocio internacional proviene de mercados de la Unión Europea, y el 19% de otros mercados, principalmente Latinoamérica, donde empieza a notarse el negocio proveniente de la nueva oficina en Colombia.

Esta apertura a mercados distintos al español abre nuevas vías de crecimiento para el negocio, al tiempo que reduce el riesgo país de operar únicamente en el mercado nacional y los efectos económicos coyunturales que podrían afectar transitoriamente a la base de clientes.

d. Crecimiento significativo en las líneas de negocio de consultoría estratégica

El incremento en la facturación y margen bruto se ha registrado principalmente en la línea de negocio de consultoría estratégica, la cual ha experimentado un crecimiento del 10% en comparación con el primer semestre de 2023, pasando de 9,4 millones de euros a 10,4 millones de euros. Esta línea de negocio es, además, la que aporta mayor valor, ya que aproximadamente el 88% de los ingresos se consolidan como margen bruto.

Dentro de la línea de consultoría, destaca el crecimiento del área de creatividad y contenido, que ha aumentado en un 41%. Este crecimiento se debe, tanto al negocio aportado por FIRMA como al impulso a las capacidades de producción creativa y generación de contenidos del Grupo que ha supuesto la incorporación de tecnología de inteligencia artificial generativa proveniente de la recientemente adquirida SuperReal.

El resto de las actividades incluidas en el área de consultoría, tales como la inteligencia de datos, la estrategia y la tecnología, se han mantenido en niveles similares a los del periodo anterior.

e. El EBITDA recurrente alcanza los 806 mil euros

El EBITDA se ha mantenido en cifras positivas, alcanzando los 509 mil euros. Eliminando los gastos excepcionales no recurrentes, como por ejemplo el programa de retención de talento que afecta a 58 personas del equipo, el EBITDA recurrente alcanza los 806 mil euros. Este resultado demuestra la capacidad que sigue manteniendo el Grupo de seguir generando recursos propios con su operativa.

MEDIA INVESTMENT OPTIMIZATION, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES**INFORME DE GESTION INTERMEDIO CONSOLIDADO A 30 DE JUNIO DEL EJERCICIO 2024**

La cifra de EBITDA de este primer semestre de 2024 es 493 mil euros inferior a la del primer semestre del año 2023. Este descenso estaba previsto debido a las inversiones realizadas en 2023 para la expansión de la compañía. Así, se ha registrado un incremento del 5% en los costes de personal (405 mil euros) y un 15,4% en otros costes de explotación (429 mil euros) debido a la incorporación de la nueva filial en Colombia y de Super Real, que no se encontraban en las cuentas del primer semestre de 2023 porque se incorporaron en el segundo semestre.

En este aspecto, es importante considerar que aún no se han aprovechado ni las sinergias motivadas por la adquisición e integración de varias de las compañías incorporadas recientemente al grupo, ni las eficiencias operativas que se van a obtener por la integración de equipos, deslocalización de la producción entre España y Colombia, y adopción de tecnología de Inteligencia Artificial en los procesos. Se está implantando ya en una nueva organización para 2025 que aprovechará todas estas sinergias no recuperadas, y que mejorará significativamente la competitividad del grupo.

Adicionalmente, hay que considerar que se ha minusvalorado el resultado por la provisión de 278K€ debido a clientes de dudoso cobro. MIO Group continuará desarrollando las labores necesarias para que esta deuda sea satisfecha, pero por el principio de prudencia, se ha contabilizado el posible impago.

f. Resultado negativo del EBIT

El EBIT (Resultado de explotación) ha arrojado unas pérdidas en el primer semestre del año de 615K€. Al impacto del incremento de masa salarial y de otros gastos de explotación ya mencionados en la explicación del EBITDA, hay que añadir un factor muy relevante que explica ese resultado: la amortización de 851K€ que proviene principalmente del fondo de comercio de FIRMA. Debido a la compra de la compañía FIRMA se van a incorporar a las cuentas de este y siguientes ejercicios un importe por la amortización de su fondo de comercio. De nuevo, es un efecto esperado y motivado por la estrategia de inversión y crecimiento de la compañía.

g. Adopción decidida de nuevas tecnologías, apuesta estratégica por la Inteligencia Artificial y desarrollo de nuevas herramientas

MIO Group siempre ha considerado la tecnología como un factor diferencial en la prestación de los servicios a sus clientes. Las nuevas tendencias relacionadas con la inteligencia artificial se consideran además un factor estratégico para el éxito en el futuro próximo y su adopción en el ámbito del grupo se considera una prioridad. La inclusión de la tecnología, tanto en el portfolio de servicios como en la operativa de MIO Group, se apoya en tres aproximaciones diferentes:

MEDIA INVESTMENT OPTIMIZATION, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES**INFORME DE GESTION INTERMEDIO CONSOLIDADO A 30 DE JUNIO DEL EJERCICIO 2024**

1. Apuesta decidida por tecnologías de Inteligencia Artificial. Debido a su carácter estratégico, la fuerte apuesta por la integración de la IA se está abordando desde diversos ámbitos:
 - Inversión en la empresa SuperReal. Compañía que se incorporó al grupo en el segundo semestre de 2023 para aportar experiencia en el área de inteligencia artificial generativa aplicada al marketing de procesos creativos y contenidos. SuperReal aporta soluciones y servicios al portafolio como influencers sintéticos, asistentes o avatares virtuales y creación de contenidos a escala asistidos por IA. Además, SuperReal está contribuyendo a la transformación completa del proceso productivo de las áreas de creación del grupo, permitiendo ser más eficientes en la producción de contenidos para clientes, mejorando los tiempos de entrega, el volumen de trabajo y empleo de recursos necesarios para producirlos
 - Desarrollo propio de un portafolio de servicios de IA aplicados a la marca (IA-for -Brands) y al negocio (IA-for-Business)
 - Aplicación de tecnología de IA a la activación de medios (IA-for-Media) con objeto de mejorar la operativa y optimizar los resultados de los clientes de publicidad en medios, bien con tecnología propia o a través de acuerdos de colaboración con empresas innovadoras en ese ámbito.
 - Establecimiento de un equipo de trabajo para la creación de un modelo de desarrollo, adopción y gobierno, tanto interno como hacia cliente de tecnologías de inteligencia artificial (IA Lab).
2. Partnership con líderes tecnológicos del mercado. MIO Group invierte en la capacitación de sus equipos en la utilización de las herramientas líderes del MarTech y la IA. En el primer semestre de 2024 se han continuado tres partnerships estratégicos, ampliando el nivel de certificación de los equipos y la empresa en:
 - Adobe. Se ha potenciado la relación existente en su tecnología de analítica, personalización, customer journey y CDP, así como su propuesta de valor en torno a la generación de contenido a escala mediante aplicaciones basadas en IA (Content Suply Chain, Digital Assets Management, Sensei, Firefly, etc.).
 - Microsoft. Se han desarrollado múltiples proyectos basados en la plataforma líder de mercado Azure IA (apoyado en tecnología de OpenIA), que se añade a la ya amplia experiencia en servicios sobre las plataformas de datos de Microsoft en Azure, y se complementa además con una importante apuesta en Xandr como DSP.
 - Google. Adicionalmente al amplio conocimiento de las tecnologías publicitarias y de analítica de Google, a través de la empresa Datarmony se dispone de la

MEDIA INVESTMENT OPTIMIZATION, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES**INFORME DE GESTION INTERMEDIO CONSOLIDADO A 30 DE JUNIO DEL EJERCICIO 2024**

certificación de Partner en Google Cloud Platform, lo que permite ofrecer servicios de infraestructura sobre la nube de Google.

3. Desarrollo de tecnologías propias. MIO Group dispone de un equipo de desarrollo propio que se focaliza en crear herramientas en aquellos ámbitos específicos donde los productos de mercado no nos proporcionan una solución adecuada.
 - Integración de plataformas de marketing y optimización de tareas operativas, gracias a nuestra plataforma miOS que permite la automatización de comunicaciones y procesos entre las principales plataformas de los vendors como Google o Facebook, los sistemas propios del cliente, y los equipos de planificación y operación de MIO Group.
 - Medición del impacto publicitario, reporting de resultados y optimización de las inversiones, con soluciones como MioCompetitors o SPOON que utilizan modelos avanzados de analítica y machine learning para entender el impacto publicitario en el valor de la marca y en el negocio de los anunciantes y permitir la toma de decisiones de planificación basadas en datos.
 - Desarrollo de una plataforma tecnológica apoyada en inteligencia artificial generativa, que permite establecer un proceso de producción creativa y de contenidos mucho más eficiente en tiempos y costes para los clientes.

h. Impulso a la internacionalización

En el primer semestre de 2024 se ha seguido impulsando el proceso de internacionalización del Grupo. La estrategia inicial se orientaba a acompañar a la cartera de clientes existentes en aquellos mercados donde tienen presencia y posteriormente desarrollar también actividad dirigida al mercado local. Toda esta actividad se coordinando desde la filial de Mio Group en Portugal, creada expresamente para liderar el desarrollo internacional del grupo.

En este proceso de internacionalización se ha puesto foco en dos geografías:

- América. La estrategia en el mercado americano se ha estado sustentado por la filial con la que MIO Group opera en México desde hace cuatro años, por la operación comercial que la compañía FIRMA mantiene en su filial de Estados Unidos y por la nueva filial creada en Colombia a mediados de 2023. Esta nueva filial en Colombia actuará tanto como oficina comercial como de hub de operaciones. A pesar de ser aún una delegación muy joven, se han concretado ya un significativo número de contratos que constituyen una base sólida para el negocio local y auguran un buen crecimiento futuro. Por otro lado, este hub ya dispone de un equipo propio que permite al grupo proporcionar servicio en horario local, ampliar el horario de atención a los clientes europeos, mejorar la disponibilidad y flexibilidad, y disponer

MEDIA INVESTMENT OPTIMIZATION, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES**INFORME DE GESTION INTERMEDIO CONSOLIDADO A 30 DE JUNIO DEL EJERCICIO 2024**

de un polo adicional de captación de talento para acelerar el crecimiento orgánico del grupo. Se han preparado oficinas con margen de crecimiento ya que este equipo se ampliará en los próximos años de acuerdo a las necesidades y evolución del servicio.

- Europa. En este inicio de 2024 se ha seguido desarrollado la alianza establecida en 2022 con varias compañías independientes que operan en el mercado europeo para poder dar servicio a aquellas marcas que necesiten estrategias globales con una gestión centralizada en distintos países, entre ellos, España, Reino Unido, Italia y Alemania. Esta alianza ha permitido a Mio Group acompañar a algunos de sus clientes en su expansión internacional, pero también generar negocio adicional proporcionando a las agencias de la alianza servicios para sus clientes en España.

i. Integración de capacidades de las compañías adquiridas

El panorama del marketing y las ventas se está volviendo cada vez más dinámico. Constantemente emergen nuevas áreas de especialización a lo largo de toda la cadena de valor, lo que obliga a los clientes a contratar diversos proveedores, como consultoras, agencias de publicidad, firmas creativas y estratégicas, entre otros. En MIO Group consideramos que esta situación dificulta la consolidación eficaz de la información y la generación de sinergias. Por ello intentamos absorber esta complejidad y proporcionar a nuestros clientes un sistema de información que les permita controlar sus inversiones, comprender su retorno y analizar la interacción entre las distintas palancas, ofreciendo un modelo de servicio y remuneración alineado con los objetivos de negocio del cliente.

En los últimos años, hemos observado una constante consolidación de empresas en el mercado español. Estas empresas están formando grupos mediante la fusión de consultoras digitales, agencias de marketing, comunicación y creativas, con el fin de ampliar su cartera de servicios y fortalecer sus capacidades para satisfacer la demanda de servicios integrados.

Adicionalmente, en el último año se ha podido ver como la tecnología, y en especial la inteligencia artificial generativa, ha irrumpido en todos los sectores económicos con un tremendo efecto transformador. Y según todos los analistas, serán precisamente el marketing y las ventas, junto con el desarrollo software, los sectores donde se prevé un impacto mayor. La tecnología ha formado siempre una parte del ADN de MIO Group, y, junto con el talento, han sido los dos pilares sobre los que se ha sustentado nuestra propuesta de valor. La adopción de la tecnología IA se vislumbra por tanto como algo completamente natural para MIO Group a la vez que puede constituir un importante diferencial de nuestra propuesta.

En línea con esta visión, el objetivo de convertir a MIO Group en una consultora estratégica de servicios de marketing y transformación digital, apoyada en IA, pasa por seguir creciendo de forma orgánica, como lo ha estado haciendo todos estos años, y además crecer también inorgánicamente complementando su actual oferta de servicios y presencia geográfica.

MEDIA INVESTMENT OPTIMIZATION, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES**INFORME DE GESTION INTERMEDIO CONSOLIDADO A 30 DE JUNIO DEL EJERCICIO 2024**

Si bien en el primer semestre de 2024 no se han incorporado nuevas compañías al perímetro del grupo, sí que se ha seguido trabajando, como se comentaba anteriormente, en la integración de las nuevas capacidades incorporadas en 2022 y 2023 en la oferta global que ofrece MIO Group. En especial, en este semestre se ha trabajado de forma muy intensa con SuperReal para incorporar toda la innovación en torno a la inteligencia artificial generativa como elemento transformador fundamental en los procesos de marketing de MIO Group y sus clientes. La creatividad, la generación de contenidos, la automatización de interacciones en redes sociales o con los clientes finales son solo algunos de los aspectos donde la inteligencia artificial está revolucionando ya los métodos de trabajo, las capacidades y la productividad.

2.- Actividad

Véase apartado anterior.

3.- Gastos de investigación y desarrollo

Durante 2024 se ha seguido invirtiendo en desarrollos informáticos de forma interna tal y como se ha detallado en el punto 1.d anterior. El importe activado este año asciende a 91 mil euros.

4.- Acontecimientos posteriores

Hashtag Media Group América acordó su disolución y entrada en estado de liquidación el 16 de junio de 2023 mediante acuerdo de la Asamblea de Accionistas. Dicho acuerdo ha quedado inscrito en la Cámara de Comercio de Bogotá el 24 de abril de 2024.

5.- Adquisición de participaciones propias

Véase nota 13 de la memoria consolidada en la que se detalla las operaciones con acciones propias de la Sociedad dominante.

A fecha de formulación de las presentes cuentas el porcentaje de capital social ostentado en autocartera asciende a un 2,3 %.

6.- Uso de instrumentos financieros

El Grupo no tiene instrumentos financieros distintos a lo detallados en las notas de la memoria consolidada.

7.- Riesgos Financieros

MEDIA INVESTMENT OPTIMIZATION, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES**INFORME DE GESTION INTERMEDIO CONSOLIDADO A 30 DE JUNIO DEL EJERCICIO 2024**

Los principales riesgos financieros a los que está expuesta el Grupo se describen en la Nota 5 de la memoria consolidada.

8. Operaciones vinculadas.

En relación con las transacciones con empresas vinculadas nos referimos a la información divulgada en la nota 23 de la memoria, donde se describen cada una de las transacciones que realiza el Grupo con otras partes vinculadas.

9.- Recursos Humanos

El número medio de personas se ha incrementado hasta los 307 empleados de media (286 empleados al cierre del ejercicio 2023), fundamentalmente por la incorporación al perímetro de consolidación de Superreal S.L y Miogroup America S.A.S

También, como parte de su estrategia en torno a la atracción y retención del talento, se está abordando un programa de recompra de acciones para la ejecución de un plan de incentivos para la remuneración de empleados clave.

Con fecha 13 de enero de 2023 se han concedido cartas de invitación para participar en el Plan de Incentivos a determinados empleados y colaboradores conforme a lo establecido en el referido Plan, y con una fecha de consolidación de 31 de enero de 2025.

10.- Período medio de pago

Según se puede comprobar en la Nota 15, la Sociedad se va adaptando a la Ley 15/2010, de 5 de julio, y a las modificaciones introducidas en la Disposición Adicional Octava de la Ley 18/2022.

11.- Definiciones de indicadores relevantes

A continuación, se detallan dos indicadores relevantes para el Grupo, así como su conciliación con cifras de determinados epígrafes del balance consolidado y de la cuenta de pérdidas y ganancias consolidada de los estados financieros intermedios del primer semestre de 2024:

EBITDA: ("Earnings Before Interests, Tax, Depreciation and Amortization") o resultado bruto de explotación, es el resultado neto antes de intereses, impuestos, amortizaciones y las pérdidas por deterioro de todo tipo de activos.

DFN: Deuda financiera neta es la diferencia entre todas las deudas financieras menos el efectivo y las inversiones temporales y otros activos líquidos convertibles en efectivo a corto plazo.

MEDIA INVESTMENT OPTIMIZATION, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

INFORME DE GESTION INTERMEDIO CONSOLIDADO A 30 DE JUNIO DEL EJERCICIO 2024

EBITDA RECURRENTE: es el EBITDA eliminando otros gastos de explotación no recurrentes y partidas extraordinarias.

Euros	30/06/2024	30/06/2023
RESULTADO CONSOLIDADO DEL EJERCICIO	(1.250.288)	(529.974)
Impuestos sobre beneficios	73.190	(45.149)
Ingresos financieros	52.446	2.107
Gastos financieros	(311.830)	(398.316)
Diferencia en cambio	(75.346)	(4.022)
Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	-	-
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales	(278.742)	(188.705)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por instrumentos financieros	(372.775)	(80.544)
Diferencias de combinaciones de negocio	-	-
Amortización del inmovilizado	(851.530)	(830.799)
Imputación de subvenciones de inmovilizado	4.555	13.405
EBITDA	509.744	1.002.049
Otros gastos explotación no recurrentes	(296.772)	(377.198)
Partidas de gasto extraordinarias		
EBITDA recurrente	806.516	1.379.247

Euros	30/06/2024	30/06/2023
Deudas con entidades de crédito a largo plazo	1.568.143	3.160.904
Acreeedores por arrendamiento financiero a largo plazo	191.596	290.537
Otros pasivos financieros a largo plazo	-	-
Deudas a empresas vinculadas a largo plazo	-	150.000
Deudas con entidades de crédito a corto plazo	10.160.294	7.522.066
Acreeedores por arrendamiento financiero corto plazo	98.941	95.306

MEDIA INVESTMENT OPTIMIZATION, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

INFORME DE GESTION INTERMEDIO CONSOLIDADO A 30 DE JUNIO DEL EJERCICIO 2024

Otros pasivos financieros a corto plazo	-	-
Deudas a empresas vinculadas a corto plazo	-	-
Inversiones financieras a corto plazo	(69.129)	(46.075)
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	(7.201.444)	(7.720.341)
DFN	4.748.401	3.452.397

DFN/ EBITDA Recurrente	5,9	2,5
------------------------	-----	-----

Euros	30/06/2024	30/06/2023
--------------	-------------------	-------------------

Deudas con entidades de crédito a largo plazo	1.568.143	3.160.904
Acreeedores por arrendamiento financiero a largo plazo	191.596	290.537
Otros pasivos financieros a largo plazo	2.612.551	4.319.389
Deudas a empresas vinculadas a largo plazo	-	150.000
Deudas con entidades de crédito a corto plazo	10.160.294	7.522.066
Acreeedores por arrendamiento financiero corto plazo	98.941	95.306
Otros pasivos financieros a corto plazo	-	1.319.145
Deudas a empresas vinculadas a corto plazo	-	-
Inversiones financieras a corto plazo	(69.129)	(46.075)
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	(7.201.444)	(7.720.341)
DFN con adquisiciones	7.360.952	9.090.931

DFN con adquisiciones/ EBITDA Recurrente	9,1	6,6
--	-----	-----

12. Estado de Información No Financiera

En virtud de la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, en materia de información no financiera y diversidad, el Grupo está obligado a la divulgación de información no financiera. Dicha información se encuentra recogida dentro de un informe independiente anexo a las cuentas anuales consolidadas del ejercicio 2023, denominado "Estado de Información No Financiera Media Investment Optimization, S.A. 2023"

MEDIA INVESTMENT OPTIMIZATION, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

**INFORME DE GESTION INTERMEDIO CONSOLIDADO A 30 DE JUNIO DEL
EJERCICIO 2024**