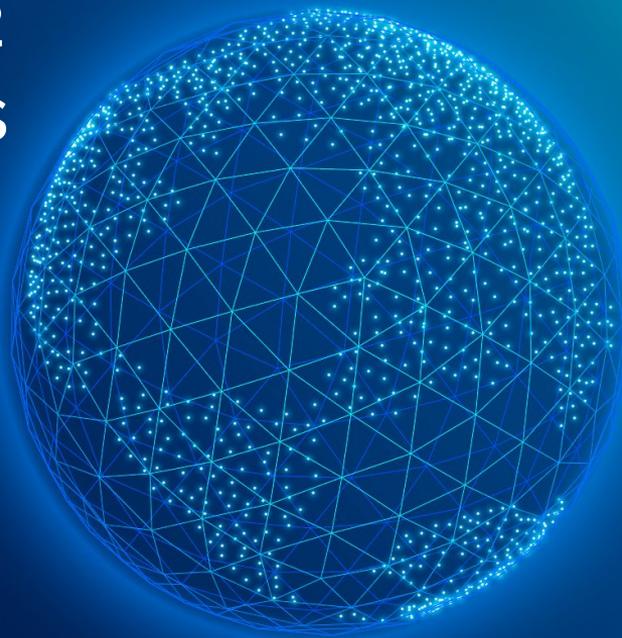


Resultados del 1S 2022 y avance de resultados del 3T 2022

Presentación a inversores
José Antonio Martínez Aguilar
CEO Making Science

16 de noviembre de 2022



Aviso legal

Este documento y la conferencia de resultados (incluyendo el turno de preguntas y respuestas) pueden contener declaraciones o información de carácter prospectivo (en adelante, la “Información”) relativas a MAKING SCIENCE GROUP, S.A (en adelante, “Making Science” o la “Compañía”). Esta información puede incluir previsiones y estimaciones financieras basadas en suposiciones o declaraciones sobre planes, objetivos y expectativas que hacen referencia a diferentes asuntos, como la base de clientes y su evolución, el crecimiento orgánico, las posibles adquisiciones, los resultados de la Compañía y otros aspectos relacionados con la actividad y la situación financiera de la Compañía. La información puede identificarse en algunos casos mediante el uso de palabras como “previsión”, “expectativa”, “anticipación”, “proyección”, “estimaciones”, “plan” o expresiones similares o variaciones de dichas expresiones.

La Información refleja el punto de vista actual de Making Science con respecto a eventos futuros y, como tal, no representa ninguna garantía de cumplimiento futuro, y está sujeta a riesgos e incertidumbres que podrían causar que los desarrollos y resultados finales difieran materialmente de los expresados o implícitos en dicha Información. Estos riesgos e incertidumbres incluyen los identificados en los documentos que contienen información más completa presentada por Making Science, como las Cuentas Anuales o el Documento Informativo (enero de 2020).

Salvo en la medida en que lo requiera la ley aplicable, Making Science no asume ninguna obligación de actualizar públicamente el resultado de cualquier revisión que pudiera realizar de estas manifestaciones para adaptarla a hechos o circunstancias posteriores a este documento, incluidos, entre otros, cambios en el negocio de la Compañía, en su estrategia de desarrollo de negocio o cualquier posible circunstancia sobrevenida.

Este documento y la conferencia de resultados (incluyendo el turno de preguntas y respuestas) puede contener información financiera resumida, non-GAAP o información no auditada. La información contenida en el mismo debe leerse en su conjunto y en conjunto con toda la información pública disponible sobre la Compañía, incluyendo, en su caso, otros documentos emitidos por la Compañía que contengan información más completa. Ni este documento y la conferencia de resultados (incluyendo el turno de preguntas y respuestas) ni nada de lo aquí contenido constituye una oferta de compra, venta o canje, o una solicitud de una oferta de compra, venta o canje de valores, o una recomendación o asesoramiento sobre ningún valor.

Presentación a Inversores

Resultados del 1S 2022 y avance
de resultados del 3T 2022

- 01** Visión general de Making Science
 - 02** Estrategia de Crecimiento
 - 03** Inversiones: E-Commerce & Products
 - 04** S1 2022 y Actualización financiera
 - 05** Avance de resultados del 3T 2022
- Anexos

01. Visión general de Making Science



Making Science Group es una consultora de Marketing y Tecnología que ayuda a las empresas a acelerar sus capacidades digitales

Making Science es una empresa de aceleración digital internacional con más de 1.000 empleados y presencia en 13 países.

El negocio de Making Science se enfoca en los mercados en alto crecimiento de publicidad digital, analítica de datos, comercio electrónico y cloud.

1100+ Empleados	600+ Clientes
13 Países	20 Oficinas
€142M Ingresos en 9M 2022 (Negocio Core)	€7,8M EBITDA en 9M 2022 (Negocio Core)



1000
Europe's Fastest
Growing Companies



2022

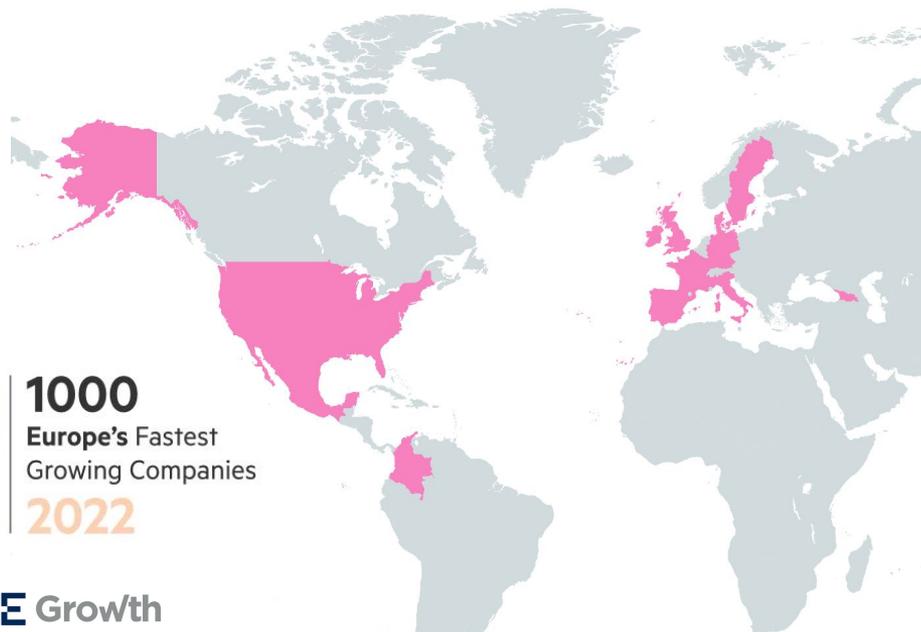
BME Growth



EURONEXT

Compañía cotizada

Ticker: MAKS (BME)



making science

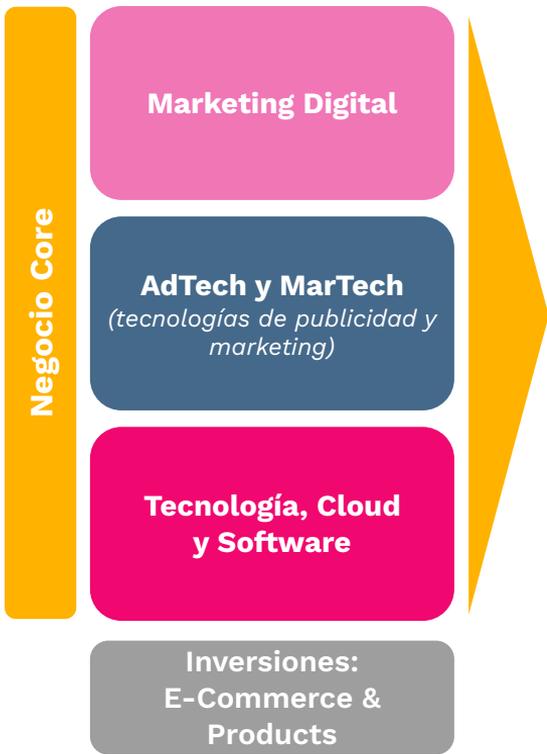
Capacidades 360° en todos los aspectos de los servicios de Marketing Digital

One-stop shop y socio estratégico en todas las etapas



Visión general de los servicios de Making Science

Líneas de actividad



Ejemplos de servicios



Nuestro Flywheel

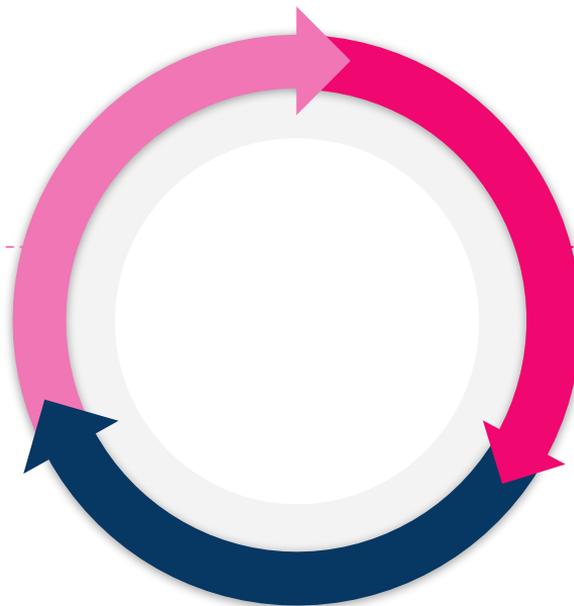
Líneas de actividad complementarias y de alto crecimiento que refuerzan la propuesta de valor al cliente

Marketing Digital

Nuestro acceso a los negocios de los clientes y nuestras asociaciones tecnológicas generan más ideas y oportunidades para nuevas aplicaciones de nuestra experiencia en marketing digital

Tecnología, Cloud y Software

Contamos con un gran número de ingenieros de software, ingenieros de datos y científicos de datos que desarrollan plataformas digitales y tecnología propia



AdTech y MarTech (tecnologías de publicidad y marketing)

Nuestras capacidades de MarTech, AdTech y Datos nos diferencian de las agencias tradicionales

Algunos de nuestros clientes

Creamos valor a través de soluciones integradas para ofrecer una experiencia 360 grados, orientada a resultados

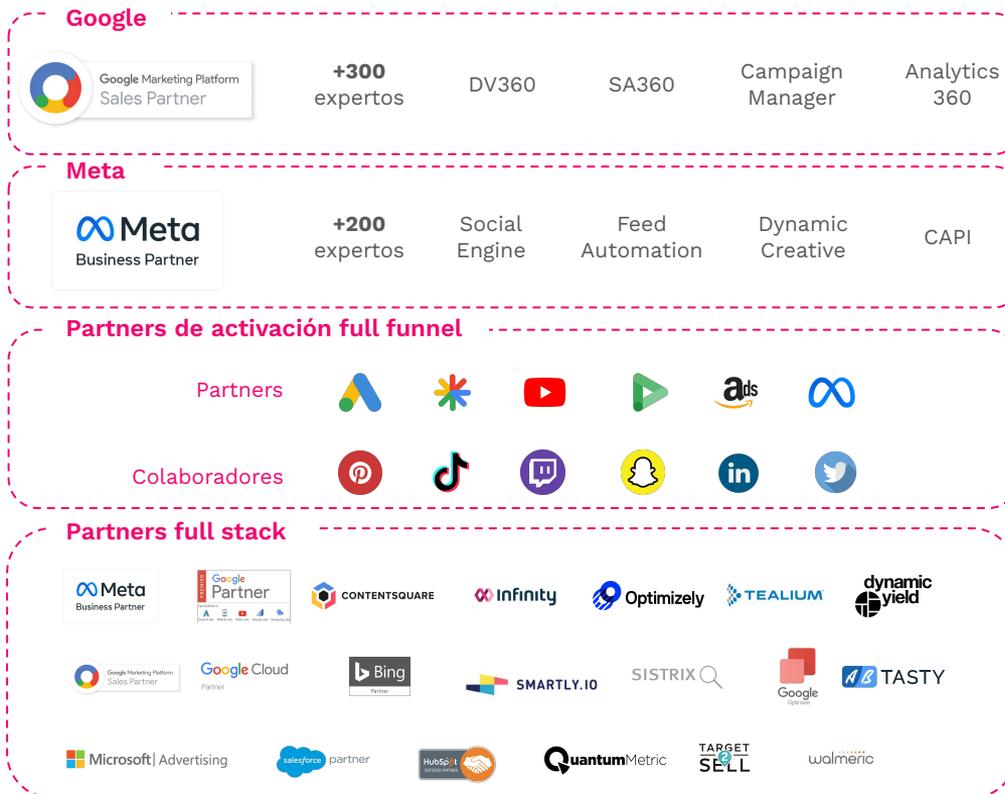


Trabajando en asociación con las mayores plataformas mundiales

Tenemos experiencia en todos los canales del ecosistema digital

Somos partners de los principales actores tecnológicos del sector, lo cual nos brinda una visión completa del ecosistema de la publicidad digital.

Nuestra forma de trabajo está ligada al partner de tecnología, de manera que podemos ofrecer las últimas novedades del mercado y el mejor trato por parte de los partners.



¿Por qué los clientes eligen Making Science?

Aprovechando nuestras ventajas competitivas para ofrecer una propuesta diferenciada

Clientes quieren	Making Science ofrece
1 Presencia local	 <p>Equipo y oficinas locales en los países en los que opera</p>
2 Integración de equipos especialistas	 <p>1100+ consultores de publicidad y analítica de datos, creativos, programadores e ingenieros</p>
3 Proveedor integral <i>(One-Stop Shop)</i>	 <p>Servicios integrados de 360º en todos los aspectos de la estrategia digital</p>
4 Capacidades tecnológicas	 <p>350+ ingenieros, programadores y desarrolladores, con excelentes capacidades técnicas</p>
5 Partner principal en las mayores tecnologías	 <p>Uno de los pocos partners de Google en todo el mundo certificados para ofrecer Google Marketing Platform</p>

Asociación estratégica



¿Por qué invertir en Making Science?



**making
science**

1

Combinación única de negocios sinérgicos uniendo marketing digital, analítica de datos y tecnología cloud y software

2

Fuerte crecimiento orgánico, **superando las altas tasas de crecimiento del sector**

3

Sólido historial de ejecución de fusiones y adquisiciones, **acelerando el rendimiento de las empresas adquiridas** justo después de la incorporación

4

Alto nivel de diversificación en todas las dimensiones: negocios, clientes, sectores y geografías

5

Sólido modelo de negocio basado en la **recurrencia de los ingresos, asociaciones estratégicas** de primer nivel, **tecnología propia** y **desarrollo del talento**

6

Nativos digitales en un sector de rápido crecimiento con resiliencia a las condiciones económicas como un **habilitador de eficiencias para nuestros clientes**

7

Equipo directivo reconocido, gobernanza corporativa adecuada y un **conjunto de valores culturales perfectamente alineados** con la estrategia

8

Enfoque financiero disciplinado, capital circulante bien gestionado y **altas tasas de generación de caja**

02. Estrategia de Crecimiento



Nuestra estrategia de crecimiento en múltiples frentes

1

Seguir persiguiendo **Crecimiento Orgánico** elevado y rentable

- Mantener y ampliar cuota de mercado en el mercado de alto crecimiento de publicidad digital
- Impulsar la expansión de los márgenes mediante las eficiencias y las economías de escala
- Foco en crecer de forma rentable y acelerar el crecimiento de las compañías adquiridas

2

Expansión global a través de **Adquisiciones**

- Aumentar la escala mediante expansión geográfica y adquisiciones (M&A) en mercados globales atractivos y de alto crecimiento
- Empresas digitales con servicios complementarios o agencias tradicionales
- Enfoque disciplinado en la evaluación de potenciales adquisiciones estratégicas

3

Utilizar **Innovación y Tecnología** para impulsar el éxito de los clientes

- Mantener asociaciones tecnológicas sólidas que nos permitan mejorar los resultados de los clientes e innovar
- Utilizar las tecnologías innovadoras propiedad de Making Science para proporcionar una oferta de servicios diferenciada, desarrollando soluciones de última generación que llenan los vacíos que dejan las grandes empresas tecnológicas

4

Crear **Alianzas** para Acelerar el crecimiento Global

- Seguir trabajando con Local Planet y socios individuales para desarrollar la red y competir por negocios cada vez más grandes
- Aprovechar la red para crear alianzas con otras empresas con capacidades complementarias que puedan añadir valor

Nuestro objetivo es ser una de las principales empresas de consultoría de publicidad y tecnología en el mundo, con fuerte presencia internacional



¿Por qué la internacionalización?

Los beneficios de la escala global en nuestra industria



Presencia local

El equipo local facilita la comunicación y el conocimiento del mercado local, incluyendo las operaciones locales de los clientes globales



Relaciones con los mayores socios globales

Aumentar colaboración con los mayores socios globales como Google y Meta, utilizados en todo el mundo por los grandes clientes



Oportunidades de nuevos negocios y cuota de mercado

Capacidad para ofrecer servicios de Making Science a clientes en nuevos mercados, incluyendo los mayores mercados de publicidad digital



Proveedor Integral (One-stop shop)

Conjunto completo de servicios que no dependen de terceros; capacidad de aprovechar el talento en todo el mundo para cualquier función



Tamaño y escala ayudan a generar negocio

Mayor conocimiento y posicionamiento de la marca; más referencias y solicitudes de ofertas de marcas mundiales y capacidad para satisfacer necesidades complejas



Ahorro de costes

Escalar los procesos existentes para aumentar la eficiencia; uso conjunto de los recursos; relaciones más sólidas con los proveedores

Diversificación Global: Expandiendo el alcance internacional

Nuestra aspiración es estar presentes en los 20 principales mercados publicitarios mundiales



Diversificación Global: EBITDA y empleados

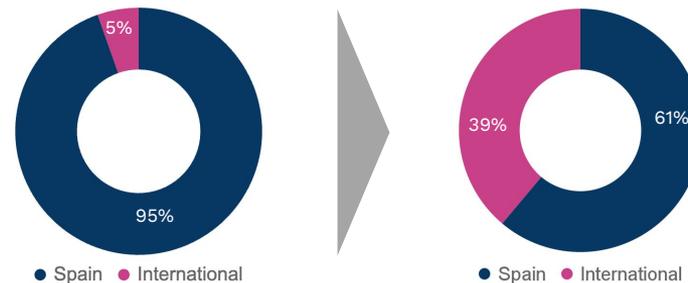
Nuestra aspiración es estar presentes en los 20 principales mercados publicitarios mundiales



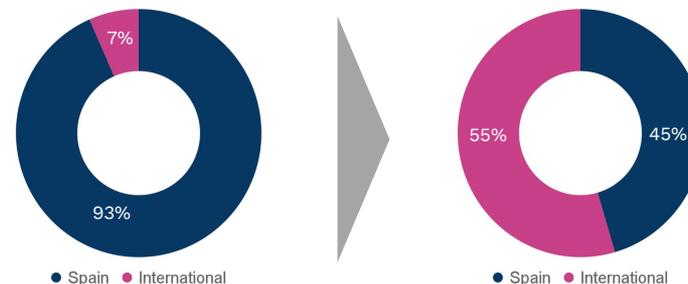
Making Science ha hecho un progreso significativo en la diversificación en toda Europa y en la economía global.

- En 2020, el 95% del EBITDA procedía de España; en el primer semestre de 2022, esa cifra se ha reducido a sólo el 60%
- A medida que Making Science se ha expandido internacionalmente, su base de empleados se ha diversificado más globalmente con más de la mitad de los empleados ahora fuera de España

EBITDA por Región (2020 vs. 9M 2022)¹



Empleados por Región (2020 vs. 30 junio 2022)



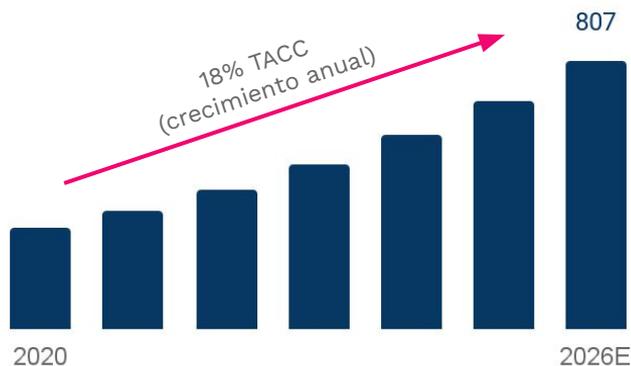
1. Basado en el desglose entre los segmentos de España e Internacional de la actividad principal (negocio Core) publicado por la compañía sobre una base contable.

1 Crecimiento Orgánico: Atractiva oportunidad de mercado

La demanda global de servicios digitales seguirá creciendo

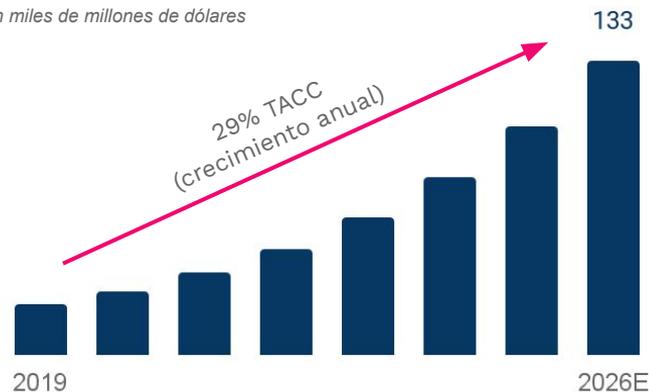
Mercado global de publicidad digital¹

En miles de millones de dólares



Mercado global de analítica de datos²

En miles de millones de dólares



El crecimiento en los principales mercados mundiales representa una gran oportunidad para los especialistas en marketing digital que cuentan con **capacidades integradas** en los mundos de AdTech, MarTech, Cloud y Software

1. Fuente: Expert Market Research (2021)

2. Fuente: Market Research Future (2021)

2 Estrategia de Adquisiciones: Visión general

Amplia experiencia en la adquisición e integración de empresas para acelerar su crecimiento

Criterios de Adquisición

- ✓ Empresas digitales o agencias tradicionales
- ✓ Historial probado de crecimiento y fuertes márgenes
- ✓ Capacidad de MS de acelerar el crecimiento de la empresa
- ✓ Ubicación geográfica complementaria
- ✓ Equipo directivo y fundador con experiencia
- ✓ Sinergias a través de modelo de servicio integrado
- ✓ Perfil financiero atractivo

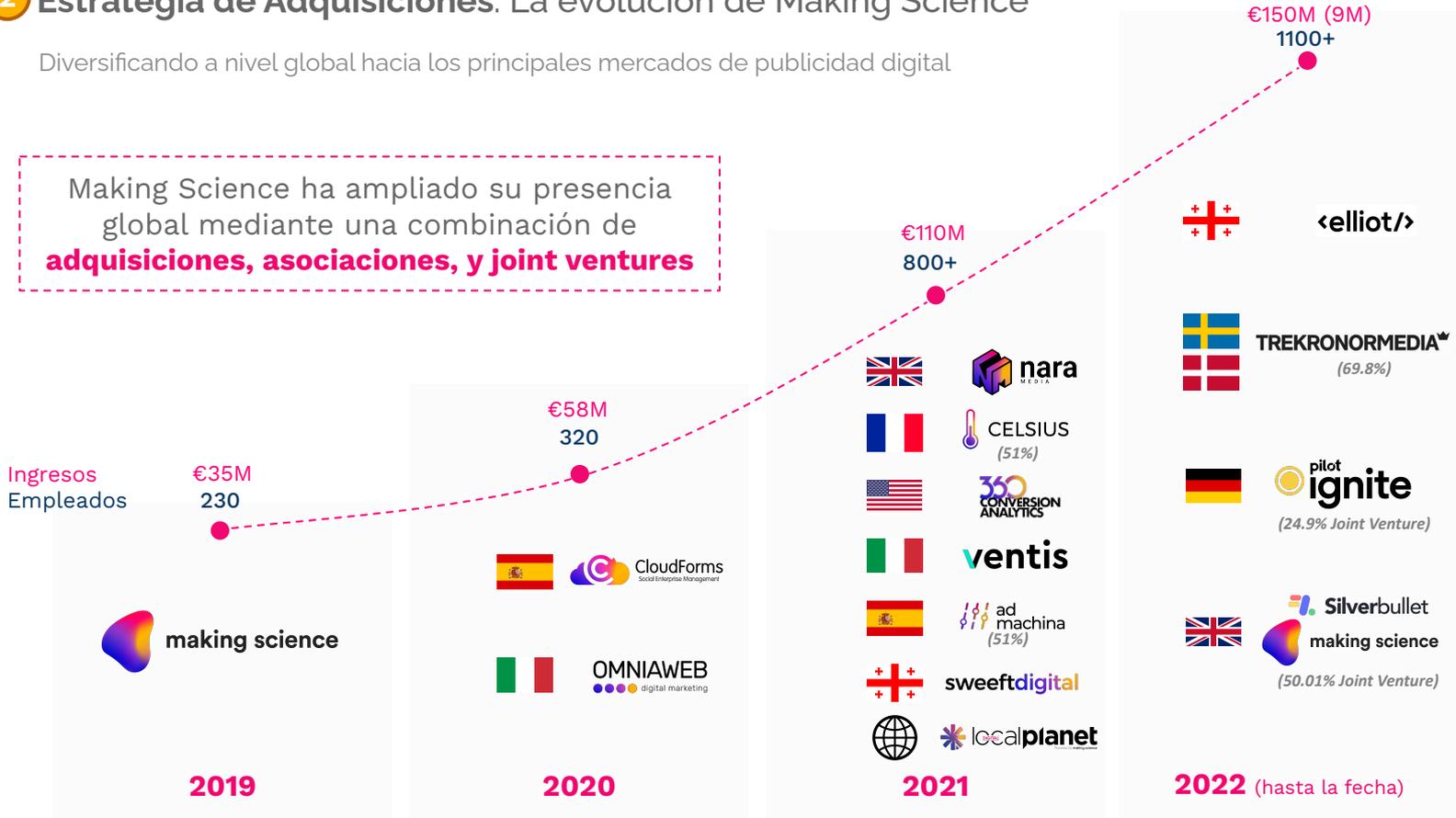
Sólido historial de integración y realización de sinergias en empresas adquiridas



2 Estrategia de Adquisiciones: La evolución de Making Science

Diversificando a nivel global hacia los principales mercados de publicidad digital

Making Science ha ampliado su presencia global mediante una combinación de **adquisiciones, asociaciones, y joint ventures**



3 Innovación y Tecnología: Gauss

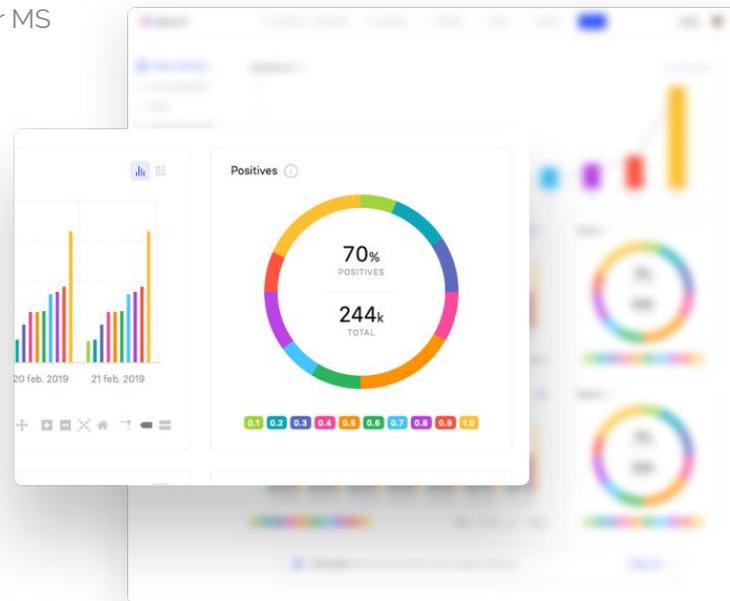
Tecnología innovadora de Inteligencia Artificial (IA) desarrollada por MS



Producto desarrollado por Making Science que proporciona una fácil **activación de datos** a través de **Inteligencia Artificial**. Diseñado para proporcionar soluciones para el marketing digital y las ventas.

Gauss AI ayuda a resolver:

- ¿Comparará o no este visitante?
- ¿Cuál será el próximo producto que comprará este cliente?
- ¿Debo pujar por esta cookie?
- ¿Cuál será la tasa de conversión el próximo mes?



Ejemplos de servicios

GAUSS Smart Advertising

Para mejorar las señales a lo largo del marketing funnel en un contexto de ofertas basadas en el valor.

GAUSS Data Quality & Alerts

Supervisar la calidad de los datos que estamos activando para garantizar su integridad, precisión, coherencia y validez.

GAUSS Connector

Intercambio bidireccional de datos con plataformas de marketing para enriquecer los informes, la atribución y el *smart bidding* (estrategias de pujas automáticas mediante IA para mejorar las conversiones)

GAUSS Attribution + Media Mix Modelling

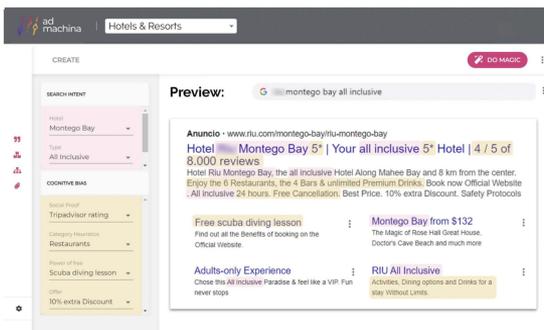
Toma de decisiones basadas en las mejores acciones que conducen a la conversión utilizando tanto datos de los usuarios como integraciones de modelos propios
Making Science Group, SA - Confidential

3 Innovación y Tecnología: Ad-Machina

Tecnología punta de automatización e campañas para Google Ads

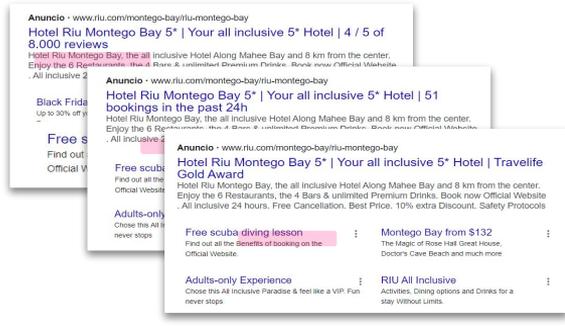


“**Tecnología de generación de lenguaje natural** que transforma las fuentes de datos en campañas avanzadas de Google Ads, generando **más ventas y a un menor coste.**”



Generar anuncios a gran escala

Cientos de miles de anuncios automatizados con tasas de conversión optimizadas en diferentes idiomas



Crear anuncios personalizados para las campañas de Google Ads

Hiper-personalización de los anuncios en tiempo real para cada usuario y cada búsqueda, según el precio y la disponibilidad del producto



Proporcionar a los usuarios páginas de inicio personalizadas

Las páginas de inicio (*landing page*) se adaptan para mejorar la satisfacción del cliente al mejorar la precisión del mensaje

4 Alianzas: Local Planet

Reforzando nuestra posición como operador global



En octubre de 2021, Making Science se unió a Local Planet como su socio especialista en consultoría digital.

Con el alcance global de Local Planet, Making Science ha podido ofrecer nuestras soluciones de marketing digital a una gama más amplia de clientes internacionales y trabajar en colaboración para ganar clientes.

Visión general de Local Planet

Red de 62 agencias presente en 85 mercados que ofrecen soluciones de medios, marketing y comunicación

\$17.000 millones en gasto gestionado en medios de comunicación

Participación de Making Science

11,9% de participación en el holding
(Incluyendo la participación a través de Tre-Kronor Media)



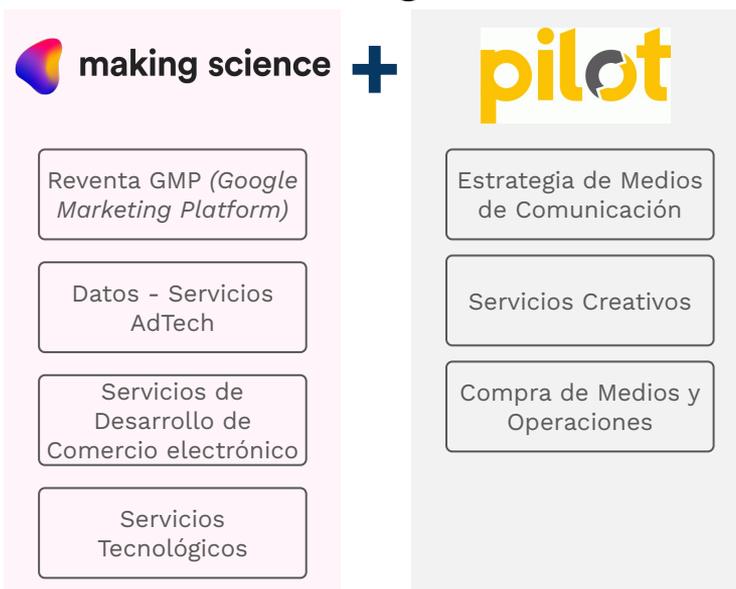
4 Alianzas: Pilot Ignite (*joint-venture*)

Making Science y Pilot han creado una empresa conjunta (*joint-venture*) para entrar en el mercado alemán

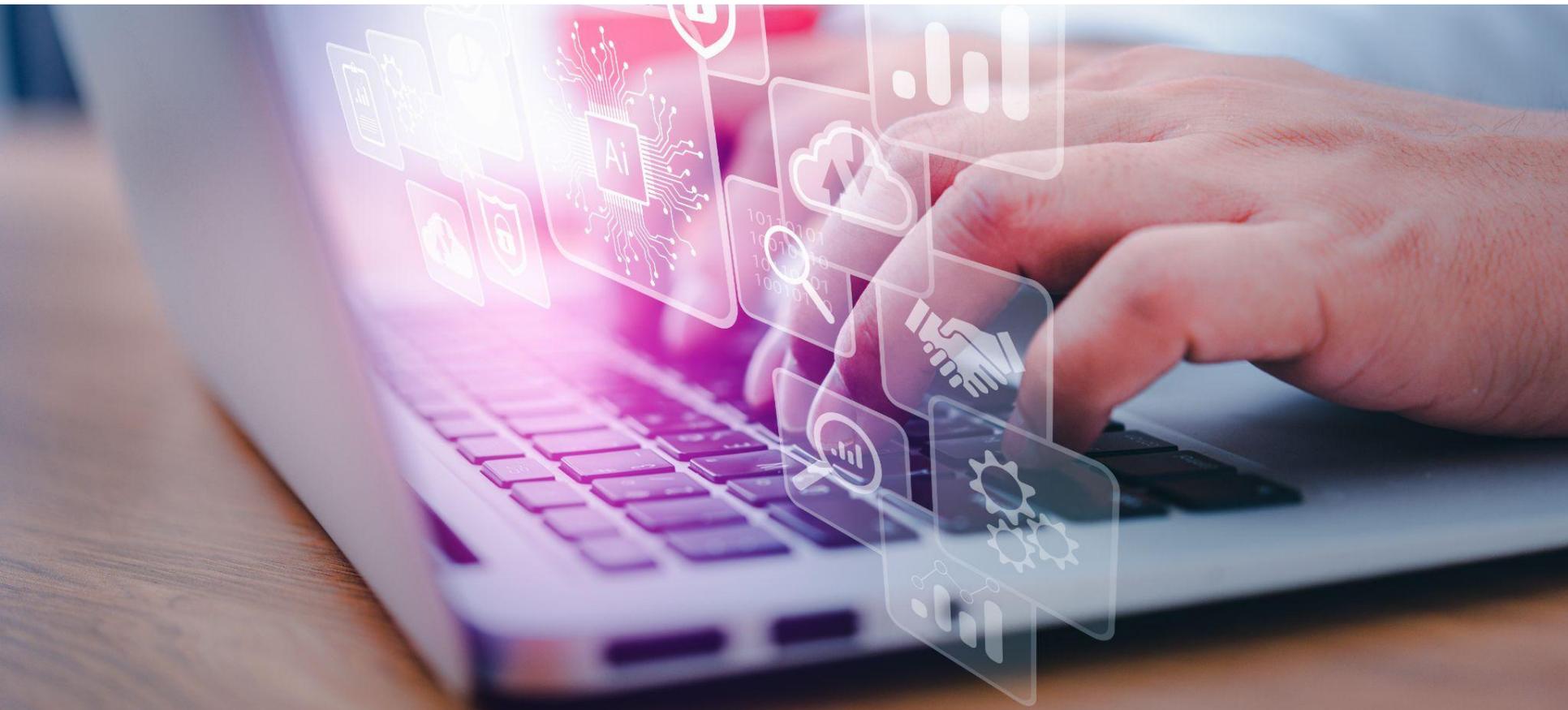
pilot ignite es una nueva agencia para empresas en crecimiento que aborda las necesidades específicas de marcas retadoras en las áreas de *Direct-to-Consumer* (directo al consumidor) y Comercio electrónico.

Sede de la JV	Hamburgo, Alemania
Participación de Making Science	24.9%
Socio JV: pilot	Agencia líder en Alemania Foco en marketing tradicional Miembro de Local Planet
Objetivo	Conseguir nuevos clientes que sean atendidos por los equipos y recursos existentes en los socios

Nueva Marca: **pilot ignite**



03. Inversiones: E-Commerce & Products



Visión general de Ventis

Negocio de comercio electrónico (*e-commerce*) con un potencial significativo de creación de valor



Ventis es un negocio de e-commerce adquirido por Making Science en mayo de 2021 que opera en Italia y España

Categorías de producto

Moda, Hogar y Gourmet

Países

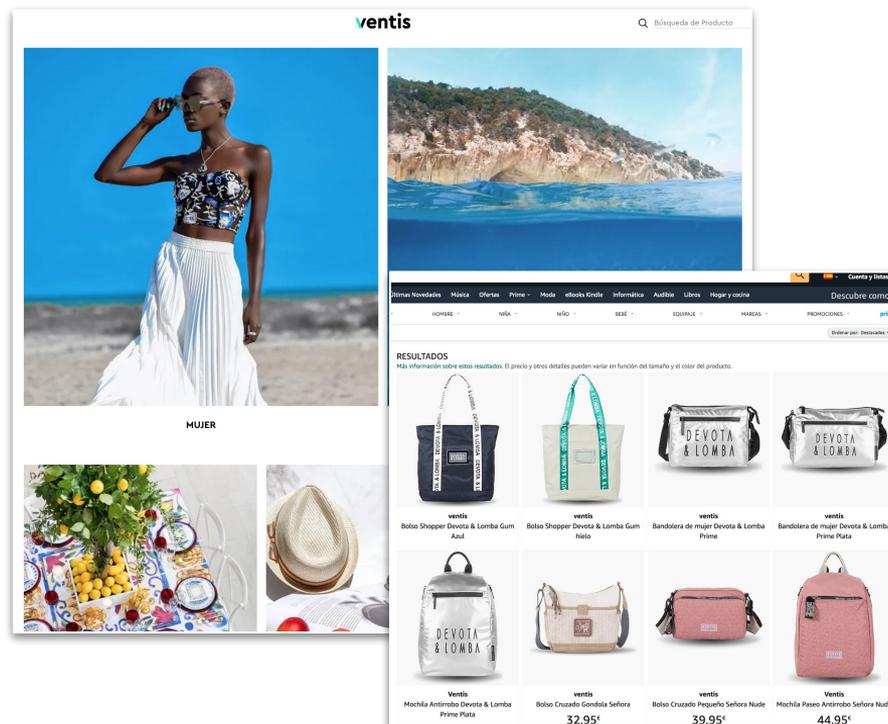
Sede en Italia
Lanzado en España en Q4 2021

Valor bruto de la mercancía (GMV)

€12M (2021)

Caso de Inversión

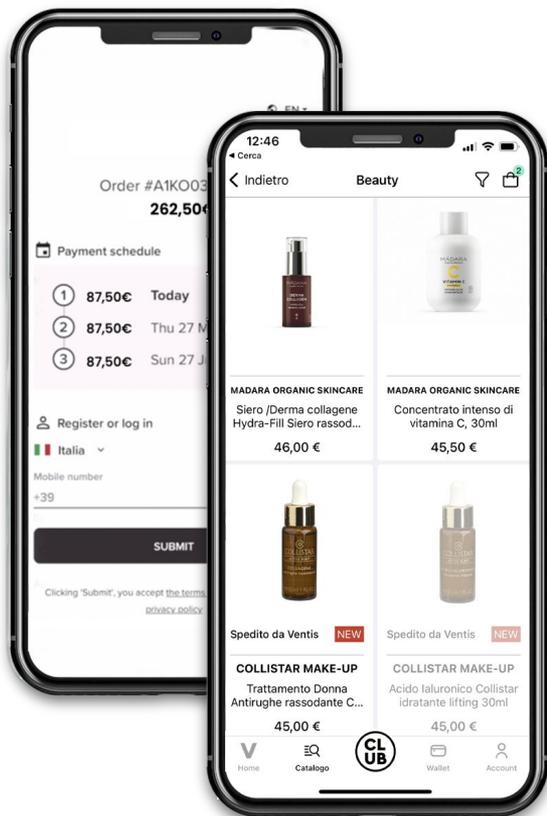
- ✓ Precio atractivo
- ✓ Estructura de pagos diferidos a largo plazo
- ✓ Sinergias por uso de nuestra pericia en marketing digital
- ✓ Creciente industria digital con buenas perspectivas



Nota: Precio de adquisición de 9,5 millones de euros pagados a plazos durante los próximos 5 años; 8,5 millones de euros pendientes de pago.

Iniciativas recientes

Making Science está ejecutando un giro a nivel operativo (*turnaround*) para mejorar el crecimiento y la rentabilidad de Ventis



MARKETING

- Mejorada estructura SEO
- Actualizada estrategia de medios, ahora incluida en los resultados de búsqueda de Google Shopping
- Asociaciones con portales de Bienestar y Beneficios Corporativos
- Nuevos canales de distribución

PRODUCTO

- Proceso de automatización para acelerar la incorporación de proveedores, lo que permite un crecimiento masivo del catálogo
- Lanzamiento de Belleza y Bienestar
- Integración de nuevos proveedores para Moda

TECNOLOGÍA

- Renovada Experiencia de Usuario (*UX*) con mejoras en la navegación, programa de fidelización y de referidos
- Nuevo proceso de pago
- Implantación de la solución “Compra Ahora Paga Después” (*Scalapay*)
- Aplicación móvil mejorada

EXPERIENCIA DEL CLIENTE

- Mejorados los procesos de envío y devolución y atención al cliente
- Reducidos los plazos desde el click a la entrega
- Proceso de devolución simplificado
- Nuevo centro internacional de atención al cliente

EXPERIENCIA DE LOS PROVEEDORES

- Automatizado el proceso para importar catálogos de varias fuentes
- Nuevo centro de proveedores para que revisen los pedidos, impriman las etiquetas e inicien el envío

RENTABILIDAD DE LOS PEDIDOS

- Reducidos los productos en almacén y aumentado el dropshipping gracias a mejora de backend
- Nuevo cuadro de mando (*dashboard*) de rotación y rentabilidad de productos
- Reducidos los costes de envío y los gastos generales

Métricas operativas clave del plan de rentabilización (*turnaround*)

Trayectoria clara hacia la rentabilidad para final de año

Objetivos del plan	Principales indicadores (1S 2022 vs. 1S 2021)	
Aplicar la experiencia en Marketing Digital para aumentar las Ventas	ROAS incremental ¹ +17%	Tasa de conversión de clientes potenciales (%) +14%
Mayor Selección de Productos	Crecimiento del catálogo de productos +43%	Catálogo de productos 38,000+ <small>At 30 de junio, 2022</small>
Mejora de la Experiencia del Cliente	Compradores repetidores +5%	Nuevos compradores +21%
Mejora de la Rentabilidad de los Pedidos (<i>Order Economics</i>)	Valor medio por pedido +35%	Margen de los pedidos (% de Ingresos) ² +7%

INICIATIVAS CLAVE EN H2

- Transmisión en tiempo real de los pedidos a los proveedores
- Nueva implementación de motor de búsqueda
- Nueva oficina y almacén en el mismo edificio
- Herramienta interna para que los gestores de contenidos aprueben, revisen y optimicen los catálogos de proveedores
- Transición a Google Cloud
- Conversión del modelo de negocio a marketplace con automatización y tecnología

1. ROAS incremental (Retorno incremental de la Inversión Publicitaria) representa las ventas de nuevos clientes divididas entre el gasto publicitario

2. Representa el cambio en el margen sobre los productos vendidos tras el impacto de los descuentos; excluye los gastos de envío, marketing, personal y otros costes operativos

04. S1 2022 y Actualización financiera



Lo más destacado de la Compañía

1S 2022

Equipo Making Science

Más de 1.000 Empleados

90 Promociones en 1S 2022



Integración de Tre Kronor Media

TREKRONORMEDIA



Adquirida

Febrero 2022

MS % Participación

69,8%

Fundada

2007

Empleados

50

Oficinas

Suecia:
Gotemburgo
Estocolmo
Dinamarca:
Copenhague

Nueva oficina en Alicante

Abierta en julio de 2022

800m² con capacidad para acoger a más de 100 empleados

Impulsa las capacidades en Cloud, Desarrollo de Software, Datos y Analítica



Nuevos clientes destacados



Resumen de la cuenta de resultados (GAAP)

Resultados del primer semestre de 2022

- Crecimiento de los ingresos del 111% y del margen bruto del 98% en el primer semestre de 2022, gracias al crecimiento orgánico e inorgánico
- Crecimiento del EBITDA recurrente del 33% debido a la incorporación de los 6 meses completos de Ventis en el primer semestre de 2022; en el negocio Core, el EBITDA recurrente aumentó un 57%
- Pérdida neta consolidada de 1,2 millones de euros en el primer semestre de 2022, frente a una pérdida neta de 0,8 millones de euros en el primer semestre de 2021, debido principalmente al impacto de la amortización de las inversiones y el fondo de comercio y al aumento de los gastos financieros

1. Representa las inversiones en tecnologías propias de la empresa.

2. Incluye otros gastos de explotación, otros ingresos de explotación, otros resultados y deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado.

3. Incluye el impacto de los gastos no recurrentes (2,2 millones de euros en el primer semestre de 2021 y 0,7 millones de euros en el primer semestre de 2022).

Resumen de la cuenta de resultados

<i>En millones de euros</i>	1S 2021	1S 2022
Importe neto de la cifra de negocios	€46,3	€97,6
Aprovisionamientos	(€33,4)	(€72,0)
Margen Bruto	€12,9	€25,6
Trabajos realizados para el activo ¹	€1,1	€1,7
Gastos de personal	(€9,7)	(€16,3)
Otros resultados de explotación ²	(€3,3)	(€7,4)
EBITDA³	€1,1	€3,7
<i>EBITDA (Recurrente)</i>	<i>€3,3</i>	<i>€4,3</i>
Amortización	(€1,4)	(€3,5)
Resultado de Explotación (EBIT)	(€0,3)	€0,2
Resultado financiero	(€0,4)	(€1,2)
Participación en beneficios de sociedades puestas en equivalencia	–	€0,0
Impuestos sobre beneficios	(€0,1)	(€0,2)
Resultado consolidado	(€0,8)	(€1,2)
<i>Resultado atribuido a la Sociedad Dominante</i>	<i>(€0,9)</i>	<i>(€1,5)</i>
<i>Resultado atribuido a Socios Externos</i>	<i>€0,1</i>	<i>€0,3</i>

Resumen del balance (GAAP)

Resultados del primer semestre de 2022

- 25,9 millones de euros en efectivo a 30 de junio de 2022, que proporciona flexibilidad para alcanzar los objetivos corporativos
- El saldo neto del capital circulante sigue siendo negativo, ya que los pagos de los clientes se reciben antes de que se realicen los pagos a los proveedores
- Crecimiento de los activos intangibles impulsado por las adquisiciones y las inversiones de la empresa en su tecnología propia

Resumen del balance

<i>En millones de euros</i>	2021	1S 2022
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	€30,2	€25,9
Deudores comerciales	€29,7	€44,5
Otros activos corrientes	€3,6	€5,8
Activo corriente	€63,5	€76,2
Inmovilizado intangible	€39,7	€47,0
Otros activos no corrientes	€2,2	€2,5
Total activo	€105,5	€125,8
Deudas a corto plazo	€19,7	€18,9
Acreedores comerciales	€33,2	€47,4
Periodificaciones a corto plazo	€6,3	€3,8
Total pasivo corriente	€59,1	€70,1
Deudas a largo plazo	€34,1	€38,1
Otros pasivos no corrientes	€0,5	€0,2
Total pasivo no corriente	€93,7	€108,5
Patrimonio neto	€11,8	€17,3
Total patrimonio neto y pasivo	€105,5	€125,8

Resumen del flujo de caja (GAAP)

Resultados del primer semestre de 2022

- Disminución del saldo de caja de 4,3 millones de euros en el primer semestre de 2022 debido a las adquisiciones y al aumento del capital circulante neto
 - Se espera que el aumento del capital circulante se revierta parcialmente a finales de año
- Los gastos de capital orgánico consisten principalmente en inversiones en tecnologías propias de la empresa
 - La mayor parte de las inversiones en capex y adquisiciones consiste en fusiones y adquisiciones (M&A)

Resumen del flujo de caja

<i>En millones de euros</i>	H1 2021	H1 2022
EBITDA recurrente	€3,3	€4,3
Otros gastos de explotación no recurrentes	(€2,2)	(€0,7)
Cambios en el capital circulante	€8,7	(€5,4)
Pagos de intereses, impuestos y otros flujos operativos	(€0,0)	(€1,0)
Flujo de caja de las operaciones	€9,7	(€2,7)
Capex y adquisiciones (neto)¹	(€20,0)	(€11,6)
Variación deuda con entidades bancarias y bono	€9,7	€1,1
Ampliación de capital dineraria	–	€9,3
Otros flujos de financiación	(€0,1)	(€0,3)
Flujo de caja	(€0,7)	(€4,3)

1. Representa el flujo de efectivo de las actividades de inversión, neto de la porción pagada en instrumentos de patrimonio y deuda por earn-outs.

Deuda financiera neta

Uso disciplinado de la financiación a través de deuda y pagos variables por objetivos (earn-outs) para acelerar el crecimiento

- La deuda neta ha aumentado debido a las adquisiciones realizadas en el primer semestre de 2022, así como a un aumento estacional del capital circulante
- Las adquisiciones se han financiado con una combinación de acciones, dinero en efectivo y pagos variables por objetivos (earn-outs) basados en el rendimiento de los negocios adquiridos
- Los beneficios relacionados con las adquisiciones se registran como deuda, aunque los pagos futuros dependen de los resultados de los negocios adquiridos

Deuda financiera neta ¹		
<i>En millones de euros</i>	2021	1S 2022
Deuda con entidades bancarias ²	€24,6	€25,7
Bono	€11,8	€11,8
Compromisos M&A (pagos aplazados y earn-out reconocido) ³	€17,3	€19,5
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	(€30,2)	(€25,9)
Inversiones financieras a corto plazo	(€0,2)	(€1,6)
Deuda financiera neta	€23,3	€29,4

1. Valores contables a 30 de junio de 2022.

2. Incluye un importe mínimo de arrendamientos financieros.

3. Los pagos restantes por la adquisición de Ventis constituían 8,5 millones de euros del saldo tanto a finales de 2021 como a S1 2022.

Perfil crediticio

Making Science está bien posicionada para financiar su estrategia de crecimiento

Calendario de vencimiento de la deuda

M&A-Related Payments and Other Fin. Liab. Bonds Bank Debt (ex. Facilities)¹



Posición de crédito

Deuda Neta Ajustada (Covenant Bono)² **36,1 millones de euros**

Covenant Bono MARF (ejercicio 2022) **3x Deuda Neta / EBITDA**

Calificación crediticia (EthiFinance)³ **BB (Positivo)**

Coste promedio de la deuda (Deuda bancaria y Bonos) **~4,4%**

Coste promedio de la deuda (Total)⁴ **~2,9%**

- **Calendario de vencimientos escalonado** con una mezcla de deuda bancaria a corto plazo, bonos a largo plazo y pagos escalonados a varios años relacionados con operaciones de fusiones y adquisiciones (M&A)
- La combinación equilibrada de pagos por M&A mediante pago variable por objetivos (earn-out) y pago en acciones **conserva el capital al tiempo que reduce el riesgo** de caída de los resultados de las empresas adquiridas

1. Excluye las líneas de crédito y otras deudas sin reembolso programado del principal.

2. La deuda neta ajustada para el pacto de bonos de 12 millones de euros incluye el 100% del máximo de ganancias a pagar, incluidas las partes no reconocidas en los estados financieros auditados de 5,1 millones de euros, y excluye las inversiones financieras a corto plazo.

3. Fecha de la última calificación crediticia: 13 de junio de 2022.

4. Toda la deuda, incluyendo los pagos relacionados con las fusiones y adquisiciones y otros pasivos financieros.

Información sobre accionistas

Inversión continua y significativa de los principales stakeholders de la empresa

Información sobre las acciones

BME Growth
(Madrid)

EURONEXT
(Paris)

Número de acciones 8.285.967

Precio por acción 11 de noviembre de 2022 €10,85

Capitalización bursátil €90M

Composición accionarial



Álvaro Verdeja
(Director de
GlobalTech & Data)

Total Equipo Directivo y Fundadores = 83%

Total Autocartera = 3% (aprox. €3M)

Total Otros Accionistas (Free Float) = 14%

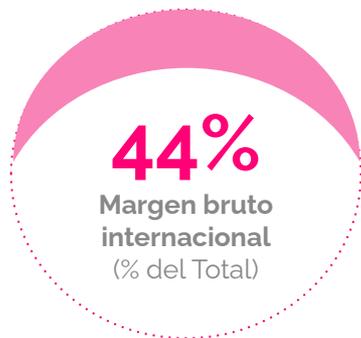
La dirección y los empleados de Making Science poseen colectivamente el **~83%** de las acciones en circulación, lo que garantiza el **alineamiento financiero con los accionistas**

05. Avance de resultados del 3T 2022



Aspectos financieros destacados

3T 2022



€2,5M

3T EBITDA
recurrente

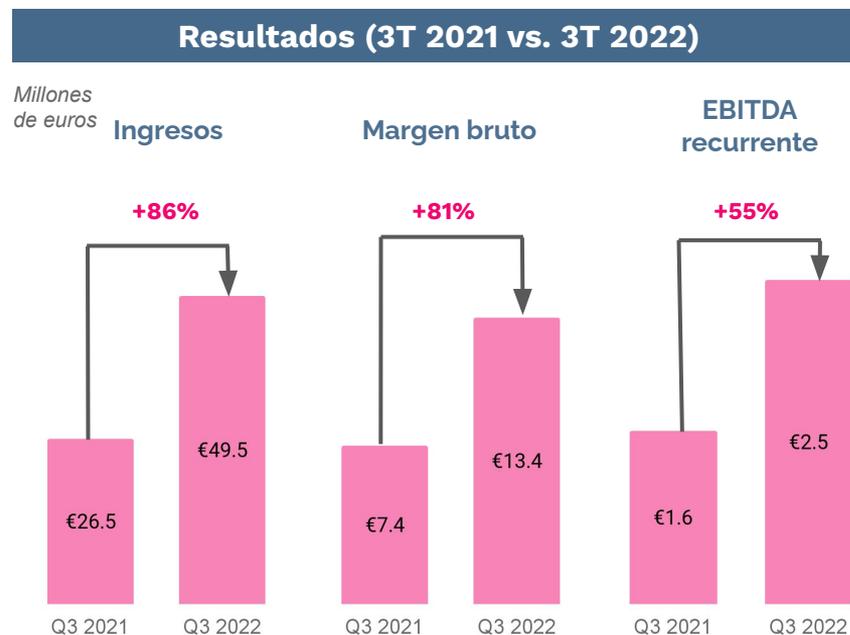


Nota: resultados del negocio Core.

Resultados 3T 2022: Negocio Core

El crecimiento significativo en nuestro negocio demuestra la fortalezas de nuestras operaciones principales (negocio Core)

- Los ingresos y el margen bruto crecieron un 86% y un 81% en el tercer trimestre de 2022, hasta 49,5 millones de euros y 13,4 millones de euros, respectivamente
- **El EBITDA recurrente creció un 55% hasta los 2,5 millones de euros**, incluyendo el impacto negativo de los gastos de internacionalización e integración¹

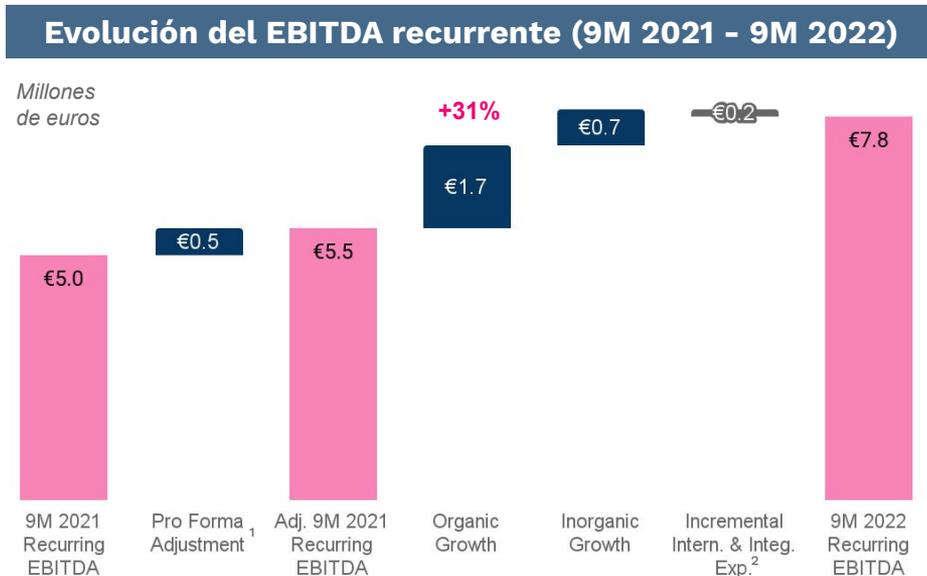


1. Los gastos de internacionalización incluyen la dotación de estructura a los equipos de los países (Finanzas, MarCom y Personas), las licencias de software para las plataformas corporativas y la implantación de programas de integración interna.

Resultados 3T 2022: Negocio Core

Acelerar el crecimiento orgánico e inorgánico manteniendo la rentabilidad

- Crecimiento orgánico sólido y sostenido en los primeros **9 meses de 2022** en comparación con el mismo periodo de 2021, con un EBITDA *Like-for-Like* de 7,2 millones de euros que representa una **tasa de crecimiento orgánico del 31%**
- Las adquisiciones internacionales realizadas entre el 1 de octubre de 2021 y el 30 de septiembre de 2022 aportaron 0,7 millones de euros de EBITDA recurrente



1. Representa el efecto en el EBITDA contable de las adquisiciones completadas antes del 30 de septiembre de 2021, como si hubieran formado parte del ámbito de Making Science desde el 1 de enero de 2021, para hacer la comparación sobre la misma base.

2. Los gastos de internacionalización incluyen la dotación de estructura a los equipos de los países (Finanzas, MarCom y Personas), las licencias de software para las plataformas corporativas y la implantación de programas de integración interna.

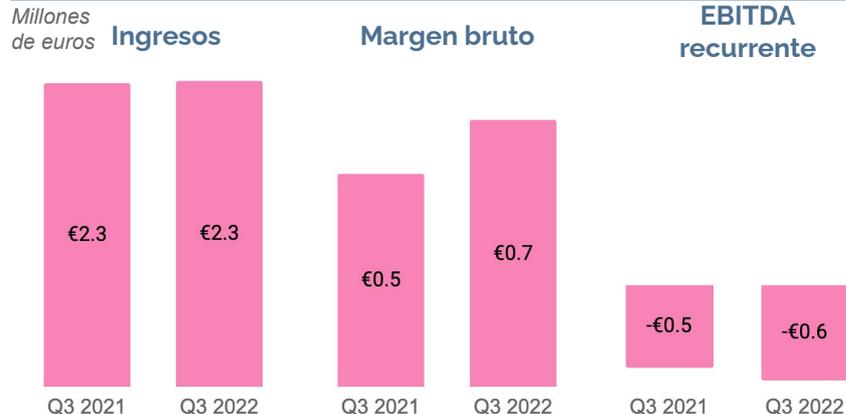
Resultados 3T 2022: Inversiones: E-Commerce & Products

Importante oportunidad de creación de valor en la mejora operativa de Ventis

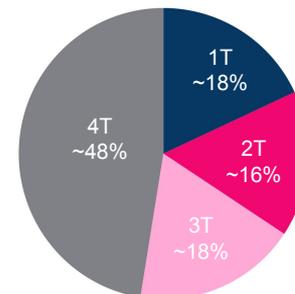
- Los ingresos netos se mantuvieron estables en el tercer trimestre, pero **el margen bruto aumentó un 25%**, ya que las iniciativas de mejora de la rentabilidad de la empresa empezaron a surtir efecto
 - El cambio a un modelo *marketplace* se traduce en una reducción de los ingresos, pero en un mayor margen
- En el tercer trimestre se aplicaron importantes iniciativas de ahorro de costes, cuyos efectos se verán en el cuarto trimestre y adelante
- El cuarto trimestre es el más importante, ya que ha representado históricamente casi la mitad de las ventas

1. Basado en los datos históricos disponibles de Ventis.

Resultados (3T 2021 vs. 3T 2022)



Estacionalidad de los ingresos¹



iGracias!



The Digital Acceleration Company

Anexos



Resultados 9M 2022 por segmento

Miles de euros	9M 2021					9M 2022					9M '21-'22 Var.		
	España	Int'l	Negocio Core	Invers.	Total	España	Int'l	Negocio Core	Invers.	Total	España	Int'l	Negocio Core
Importe Neto de la Cifra de Negocios	60.175	12.102	72.277	2.843	75.120	83.134	58.465	141.599	8.229	149.828	38%	383%	96%
Aprovisionamientos	-45.556	-6.741	-52.297	-2.106	-54.403	-61.996	-42.145	-104.141	-6.024	-110.165	36%	525%	99%
Margen Bruto	14.619	5.361	19.980	737	20.717	21.138	16.320	37.458	2.205	39.662	45%	204%	87%
% del importe neto de la cifra de neg.	24,3%	44,3%	27,6%	25,9%	27,6%	25,4%	27,9%	26,5%	26,8%	26,5%			
Trabajos realizados para el Activo	1.651	0	1.651	190	1.841	1.979	0	1.979	373	2.352	20%	n/a	20%
Gastos de Personal	-10.198	-2.100	-12.298	-541	-12.839	-13.858	-9.502	-23.361	-1.426	-24.786	36%	352%	90%
% del margen bruto	69,8%	39,2%	61,6%	73,4%	62,0%	65,6%	58,2%	62,4%	64,7%	62,5%			
Otros gastos de explotación	-2.955	-805	-3.760	-982	-4.742	-4.090	-2.749	-6.840	-2.669	-9.509	38%	241%	82%
% del margen bruto	20,2%	15,0%	18,8%	133,2%	22,9%	19,4%	16,8%	18,3%	121,1%	24,0%			
Otros ingresos de explotación	192	53	245	0	245	208	57	265	2	267	8%	8%	8%
EBITDA recurrente antes de gastos de internacionalización	3.309	2.508	5.817	-596	5.221	5.377	4.125	9.502	-1.516	7.986	62%	64%	63%
% del margen bruto	22,6%	46,8%	29,1%	-80,9%	25,2%	25,4%	25,3%	25,4%	-68,8%	20,1%			
Gastos de internacionalización/integración	0	-823	-823	0	-823	-601	-1.087	-1.688	0	-1.688			
EBITDA recurrente	3.309	1.685	4.994	-596	4.398	4.776	3.038	7.814	-1.516	6.297	44%	80%	56%
% del margen bruto	22,6%	31,4%	25,0%	-80,9%	21,2%	22,6%	18,6%	20,9%	-68,8%	15,9%			
Gastos de explotación no recurrentes	-2.200	-53	-2.253	-122	-2.375	-587	-222	-810	-219	-1.028			
EBITDA	1.109	1.632	2.741	-718	2.023	4.188	2.816	7.004	-1.735	5.269	278%	72%	156%
% del margen bruto	7,6%	30,4%	13,7%	-97,4%	9,8%	19,8%	17,3%	18,7%	-78,7%	13,3%			

Resultados 3T 2022 por segmento

Miles de euros	3T 2021					3T 2022					3T '21-'22 Var.		
	España	Int'l	Negocio Core	Invers.	Total	España	Int'l	Negocio Core	Invers.	Total	España	Int'l	Negocio Core
Importe Neto de la Cifra de Negocios	21.767	4.770	26.537	2.257	28.794	29.083	20.406	49.489	2.278	51.767	34%	328%	86%
Aprovisionamientos	-16.510	-2.621	-19.131	-1.727	-20.858	-21.630	-14.474	-36.104	-1.615	-37.719	31%	452%	89%
Margen Bruto	5.257	2.149	7.406	530	7.936	7.453	5.932	13.385	663	14.047	42%	176%	81%
% del importe neto de la cifra de neg.	24,2%	45,1%	27,9%	23,5%	27,6%	25,6%	29,1%	27,0%	29,1%	27,1%			
Trabajos realizados para el Activo	607	0	607	95	702	566	0	566	75	641	-7%	n/a	-7%
Gastos de Personal	-3.815	-847	-4.662	-405	-5.067	-4.936	-3.764	-8.700	-496	-9.196	29%	344%	87%
% del margen bruto	72,6%	39,4%	62,9%	76,4%	63,8%	66,2%	63,4%	65,0%	74,8%	65,5%			
Otros gastos de explotación	-1.033	-403	-1.436	-706	-2.142	-1.322	-891	-2.214	-804	-3.017	28%	121%	54%
% del margen bruto	19,6%	18,8%	19,4%	133,2%	27,0%	17,7%	15,0%	16,5%	121,2%	21,5%			
Otros ingresos de explotación	61	14	75	-2	73	58	13	71	0	72	-5%	-6%	-5%
EBITDA recurrente antes de gastos de internacionalización	1.077	914	1.991	-488	1.503	1.818	1.290	3.108	-562	2.546	69%	41%	56%
% del margen bruto	20,5%	42,5%	26,9%	-92,1%	18,9%	24,4%	21,7%	23,2%	-84,7%	18,1%			
Gastos de internacionalización/integración	0	-368	-368	0	-368	-217	-377	-594	0	-594			
EBITDA recurrente	1.077	546	1.623	-488	1.135	1.601	914	2.515	-562	1.952	49%	67%	55%
% del margen bruto	20,5%	25,4%	21,9%	-92,1%	14,3%	21,5%	15,4%	18,8%	-84,7%	13,9%			
Gastos de explotación no recurrentes	-134	0	-134	-46	-180	-250	-50	-300	-55	-355			
EBITDA	943	546	1.489	-534	955	1.351	863	2.214	-617	1.597	43%	58%	49%
% del margen bruto	17,9%	25,4%	20,1%	-100,8%	12,0%	18,1%	14,6%	16,5%	-93,0%	11,4%			

Adquisiciones, asociaciones y empresas conjuntas

Adquisiciones internacionales

	<i>Fecha</i>	<i>Área de experiencia / complementariedad</i>
 OMNIAWEB digital marketing	Oct. 2020	• Presencia en Italia
 nara	Feb. 2021	• Presencia en el Reino Unido
 CELSIUS (51%)	Feb. 2021	• Presencia en Francia
 350 CONVERSION ANALYTICS	Abr. 2021	• Presencia en Estados Unidos
 ventis	May. 2021	• E-commerce con sede en Italia
 sweeftdigital	Sept. 2021	• > 200 desarrolladores y científicos de datos • Clientes en el Reino Unido, Italia, Georgia y Alemania
 <elliott/>	En. 2022	• Refuerzo de las habilidades de marketing digital, creatividad, configuración de datos en Georgia
 TREKRONORMEDIA™ (69.8%)	Febr. 2022	• Presencia en los países nórdicos

Otras iniciativas

	<i>Fecha</i>	<i>Área de experiencia / complementariedad</i>
 ad machina (51%)	Sept. 2021	• Plataforma tecnológica AdTech con sede en Mallorca
 localplanet	Oct. 2021	• Making Science se une a Local Planet como su socio de consultoría digital especializado • Red de 62 agencias en 85 mercados
 pilot ignite (24.9% empresa conjunta)	Abr. 2022	• Empresa conjunta con pilot, una de las principales agencias independientes de Alemania • Entrada en el mercado alemán
 Silverbullet	May. 2022	• Empresa conjunta con la compañía británica de datos y transformación digital Silverbullet Group
 making science (50.01% empresa conjunta)		• Soluciones para la era de la privacidad, post-cookies

Cobertura de analistas

Los informes de analistas están disponibles para los inversores en la página de [Inversores](#) de Making Science

Banco	Analista
	<i>Fernando Abril-Martorell</i>
	<i>Iván San Félix Carbajo</i>