

Resultados del ejercicio 2022 y avance de resultados del 1T 2023

Presentación a inversores
José Antonio Martínez Aguilar
CEO Making Science

29 de mayo de 2023



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 ejercicio 2022 y
avance de resultados del 1T 2023

- 01** Visión general de Making Science
- 02** Negocio Core: Estrategia de Crecimiento
- 03** Negocio Core: Expansión en Estados Unidos
- 04** Inversiones: E-Commerce & Products
- 05** 2022 y Actualización financiera
- 06** Avance de resultados del 1T 2023

Anexos

01. Visión general de Making Science

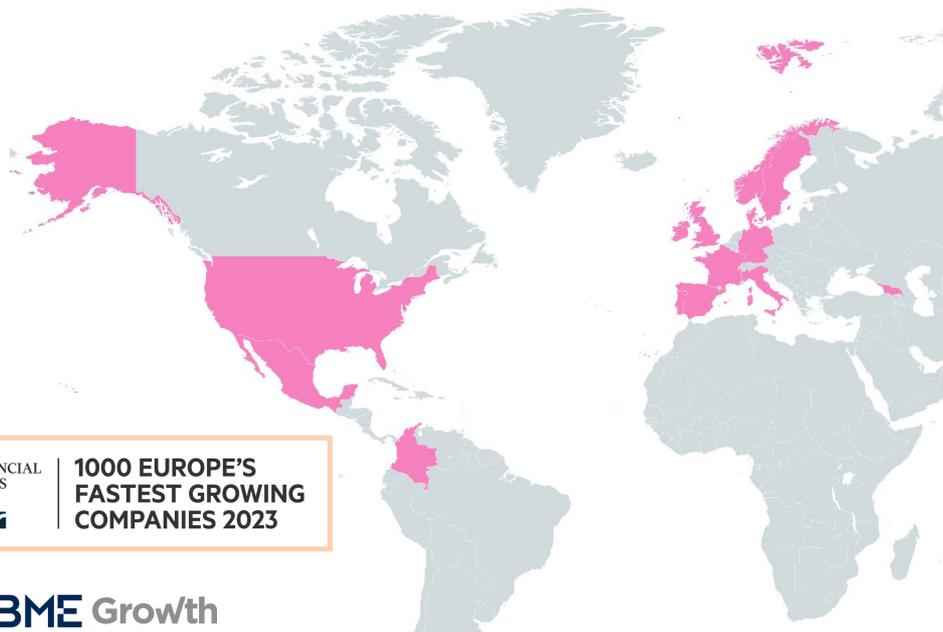


Making Science Group es una consultora de Marketing y Tecnología que ayuda a las empresas a acelerar sus capacidades digitales

Making Science es una empresa de aceleración digital internacional con más de 1.200 empleados y presencia en 14 países.

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

1.200+ Empleados	750+ Clientes
14 Países	22 Oficinas
€200M Ingresos en 2022 (Negocio Core)	€11M EBITDA en 2022 (Negocio Core)



FT FINANCIAL
TIMES
statista

1000 EUROPE'S
FASTEST GROWING
COMPANIES 2023

BME Growth



Compañía cotizada

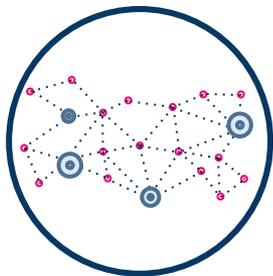
Ticker: MAKS (BME)



making science

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

Nuestro marco estratégico se basa en la **comprensión de que nuestro ecosistema digital** es un rompecabezas complejo y en la importancia de construir una **estrategia integrada**



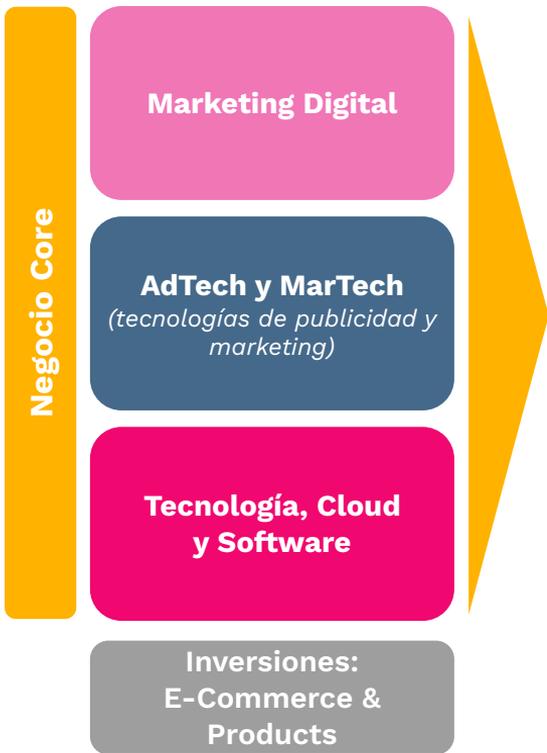
Ventajas de crear un ecosistema digital sólido e integrado:

- Rentabilidad
- Agilidad
- Optimización de presupuestos y recursos
- Economías de aprendizaje
- Maximización de los resultados
- Trazabilidad
- Informes integrados



Visión general de los servicios de Making Science

Líneas de actividad



Ejemplos de servicios



Nuestro Flywheel

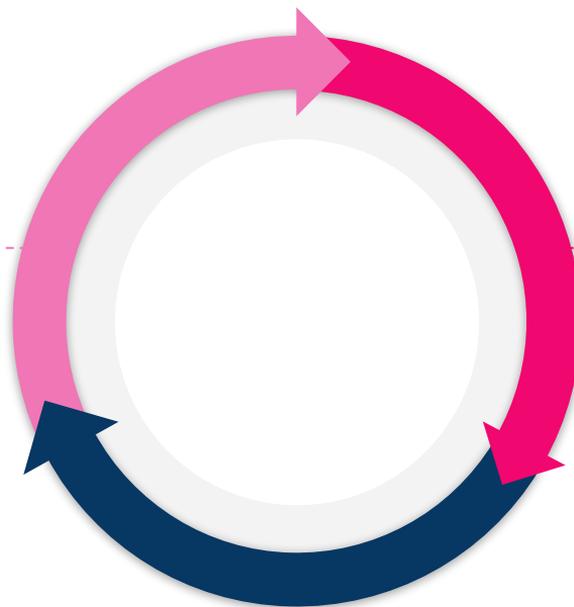
Líneas de actividad complementarias y de alto crecimiento que refuerzan la propuesta de valor al cliente

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.

Google

- Google Marketing Platform Sales Partner
- PREMIER Google Partner
- Google CSS Partner
- Premier Partner Google Cloud
- Google Security

Meta

- Meta Business Partner
- Certified Creative Strategy Professional
- Certified Marketing Developer
- Certified Advertising API Specialist
- Certified Campaign Manager
- Certified Media Buying Professional
- Certified Media Strategy Professional

Partners de activación full funnel

Partners: Google, Adobe, Pinterest, YouTube, Vimeo, Amazon Ads, Meta

Collaborators: Pinterest, TikTok, Twitch, Snapchat, LinkedIn, Twitter

Partners full stack

- Meta Business Partner
- Google Partner
- CONTENT SQUARE
- Infinity
- Optimizely
- TEALIUM
- dynamic yield
- Google Marketing Platform Sales Partner
- Google Cloud Partner
- Bing Partner
- SMARTLY.IO
- SISTRIX
- Google
- TASTY
- Microsoft Advertising
- salesforce partner
- HubSpot
- QuantumMetric
- TARGET SELL
- walmeric
- Petal Ads

¿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. Negocio *Core*: 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



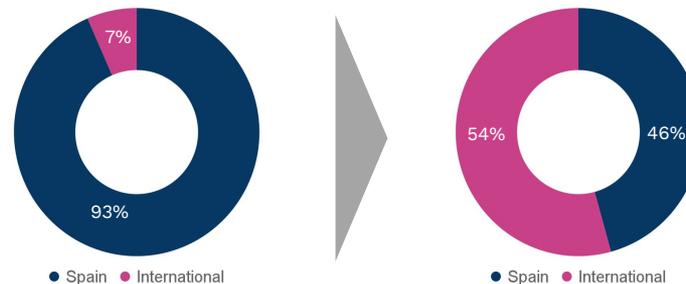
Making Science ha hecho un progreso significativo en la diversificación en toda Europa y en la economía global.

- En 2020, el 95% del EBITDA procedía de España; en 2022, esa cifra se ha reducido a sólo el 61%
- 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. 2022)¹



Empleados por Región (2020 vs. 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: Destacados de 2022

La demanda global de servicios digitales seguirá creciendo

En 2022, Making Science siguió ejecutando su plan de crecimiento orgánico en las industrias digitales de alto crecimiento en las que compete.

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. Excluye adquisiciones.

2. Incluye 1T 2023.

Aspectos destacados del crecimiento orgánico (2022)



31%

Crecimiento orgánico del EBITDA



250

Nuevos clientes¹



5

Nuevas oficinas abiertas^{1 2}



300+

Nuevos empleados netos¹

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

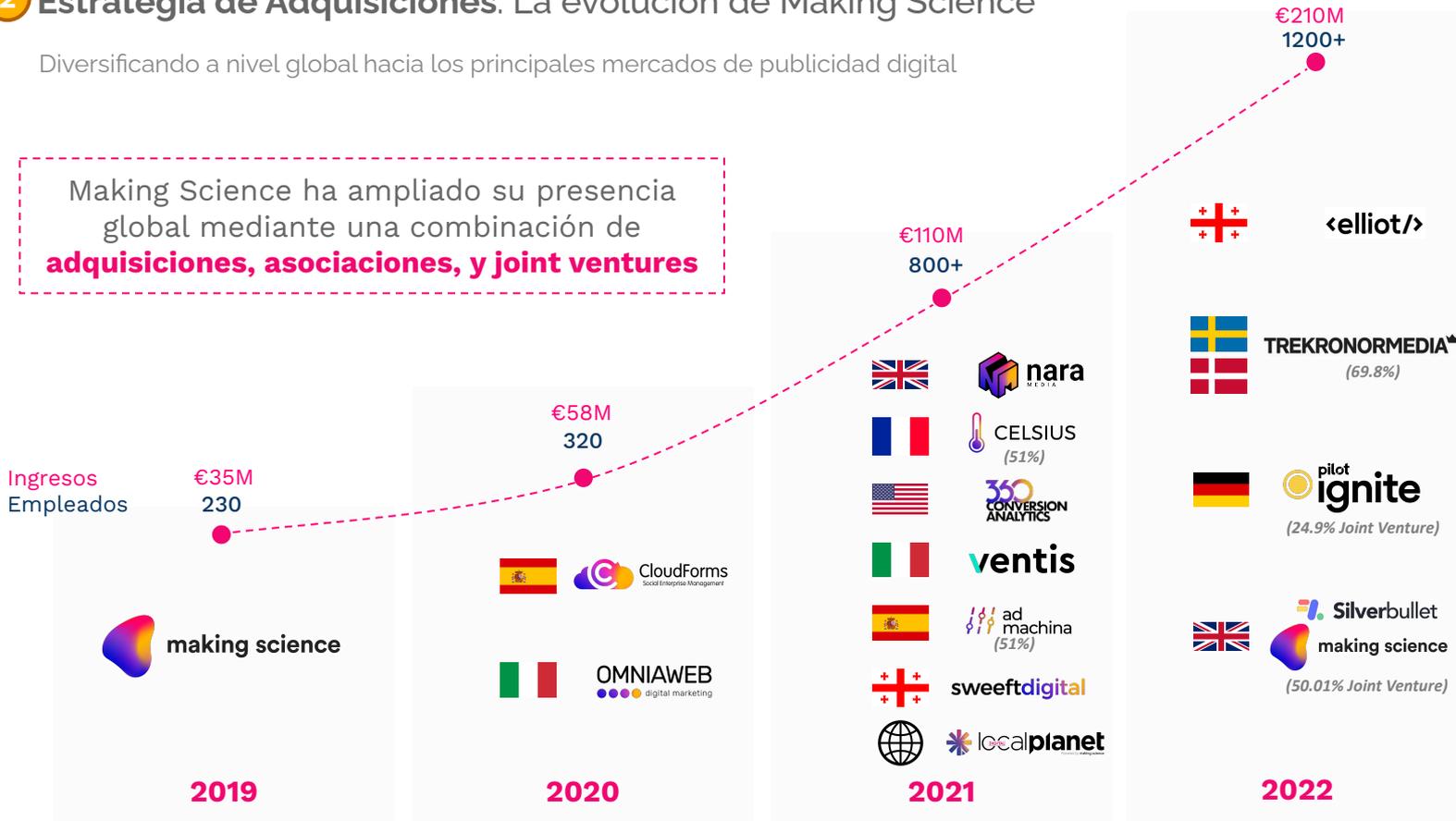
Sólido historial de integración y realización de sinergias en empresas adquiridas



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

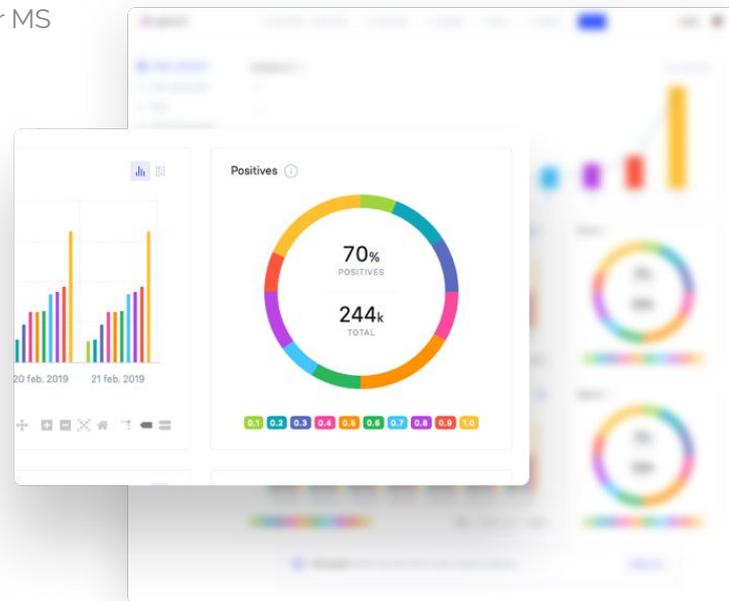
Tecnología innovadora de Inteligencia Artificial (IA) desarrollada por MS



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

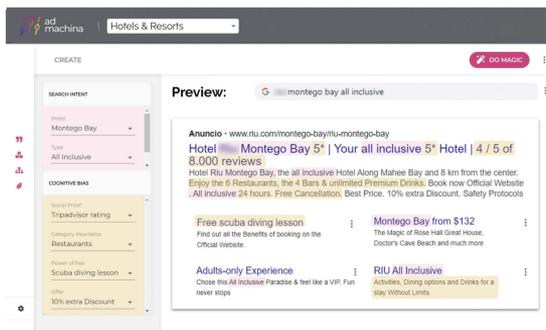
Toma de decisiones basadas en las mejores acciones que conducen a la conversión utilizando tanto datos de los usuarios como integraciones de modelos propios
Making Science Group, SA - Confidential

3 Innovación y Tecnología: Ad-Machina

Tecnología punta de automatización e campañas para Google Ads

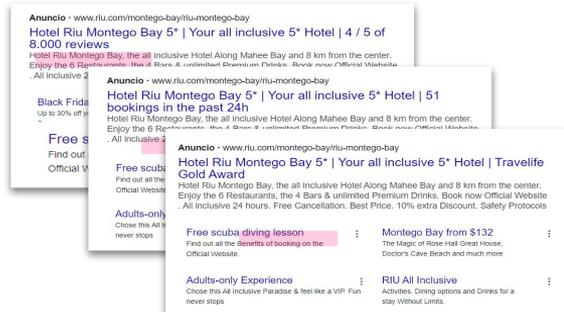


“**Tecnología de generación de lenguaje natural** que transforma las fuentes de datos en campañas avanzadas de Google Ads, generando **más ventas y a un menor coste.**”



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.

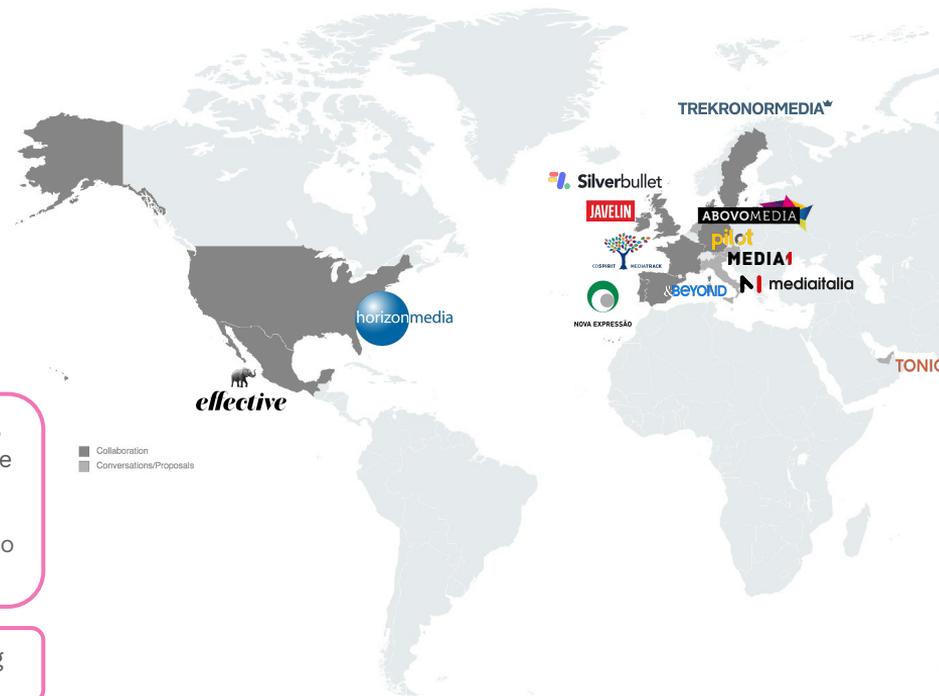
Visión general de Local Planet

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)



03. Negocio *Core*: Expansión en Estados Unidos



Partner Certificado de Google

Tras 18 meses de trabajo, hemos obtenido nuestra certificación de Google Marketing Platform en EE.UU.

The screenshot displays the Google Partner Gallery interface. At the top, the header reads "Partner Gallery" with the tagline "Find Certified Companies and Sales Partners who can support you every step of the way." Below the header, there are six partner cards, each representing a Making Science office in a different country. Each card includes the Making Science logo, the office name and location, a "Sales Partner" badge for "Analytics & Advertising", a set of service icons, the number of services offered, and a "Details" link.

Country	Number of Services	Details Link
United States	14	Details
Spain	17	Details
Portugal	12	Details
France	16	Details
Italy	12	Details
United Kingdom	13	Details

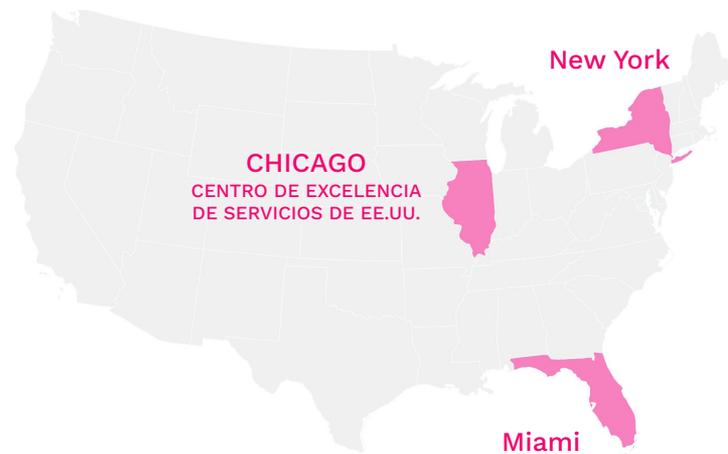
Es el momento de crecer en el mercado

Making Science irrumpe en el mercado estadounidense con una importante ampliación de su equipo en EE.UU.

Nombramiento de tres ejecutivos de alto nivel, todos ellos antiguos empleados de Google, para impulsar las soluciones de marketing digital y la tecnología propia de Making Science en Estados Unidos

Se están creando equipos con especialistas clave que contarán con el apoyo de consultores en los centros de prestación de servicios de Making Science

Making Science realiza una importante inversión en el mercado publicitario más importante del mundo



RED DE CENTROS DE SERVICIO

Cobertura 24 horas al día, 7 días a la semana, de especialistas en GMP, Google Ads, & Data, desde Colombia, México, Madrid y Dublín.

Expansión orgánica en el mercado estadounidense

Making Science está invirtiendo fuertemente en la expansión orgánica en EE.UU., en lugar de a través de M&A

- Making Science entró en el mercado estadounidense en 2021 a través de la adquisición de 360 Conversion Analytics
- La expansión actual representa una inversión significativamente mayor, con un enfoque en el crecimiento orgánico aprovechando nuestras relaciones con Google
- En lugar de un desembolso de capex, el resultado de esta inversión será un EBITDA inferior en los trimestres iniciales de la expansión, ya que los costes preceden a los ingresos
- Con el tiempo, esperamos que esta inversión sea mucho más rentable que una gran adquisición (de más de 30 millones de euros), lo cual sería necesaria para establecer una presencia real en este mercado

Foco Inicial: AdTech y MarTech

Consultoría MarTech

Implantación de Google Marketing Platform y servicios de consultoría sobre AdTech y MarTech

Marketing de medios y tecnología

Reventa de espacios publicitarios

Analítica de datos

Gestión de datos centrada en la toma de decisiones

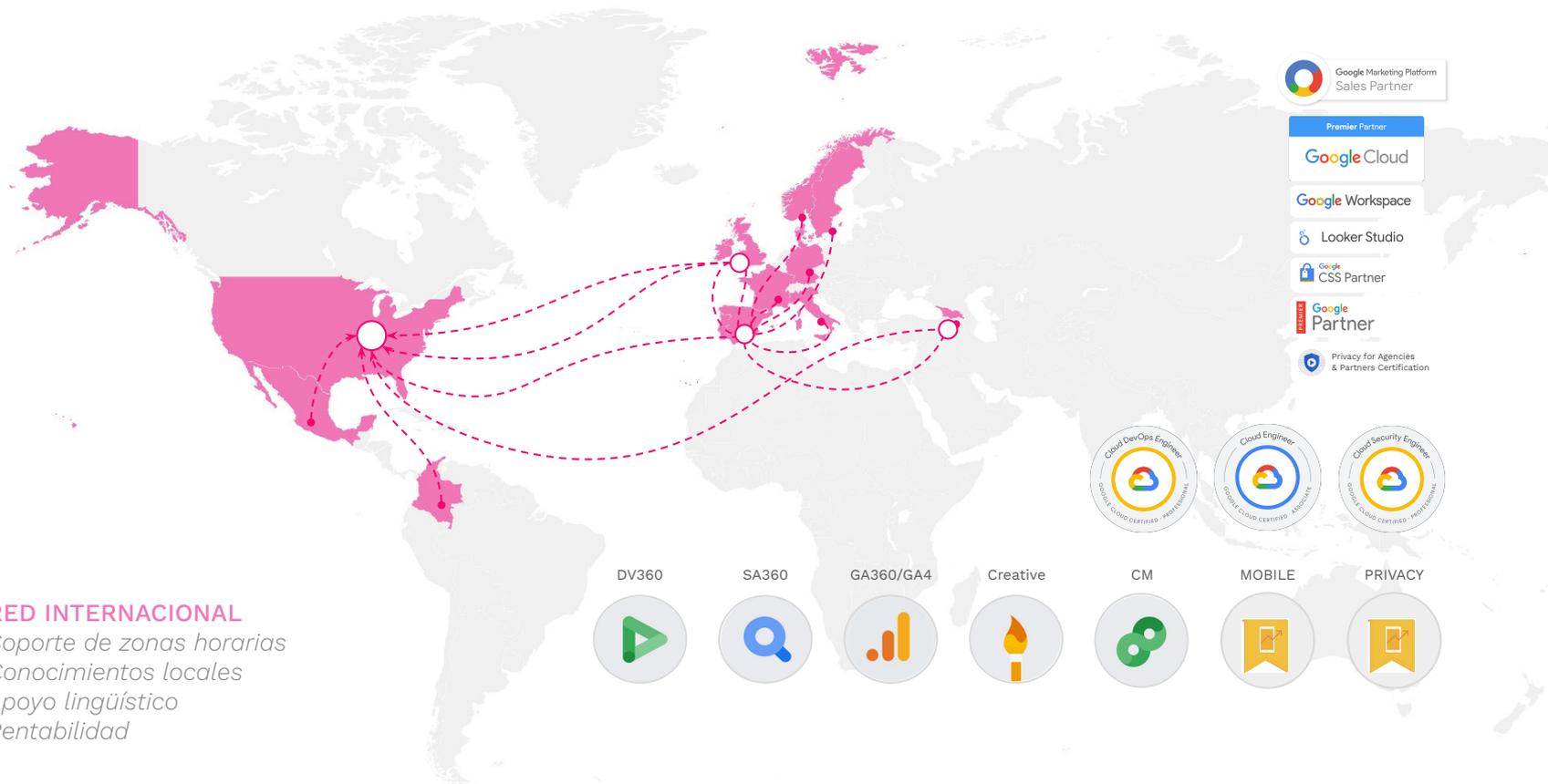
Colaboramos con otras agencias, incluidas las de la red Local Planet, para captar clientes aprovechando las distintas capacidades de cada parte.

Algunos de nuestros socios:



Servicios profesionales 24/7 - Certificaciones del equipo

RED INTERNACIONAL
Soporte de zonas horarias
Conocimientos locales
Apoyo lingüístico
Rentabilidad



Premier Partner



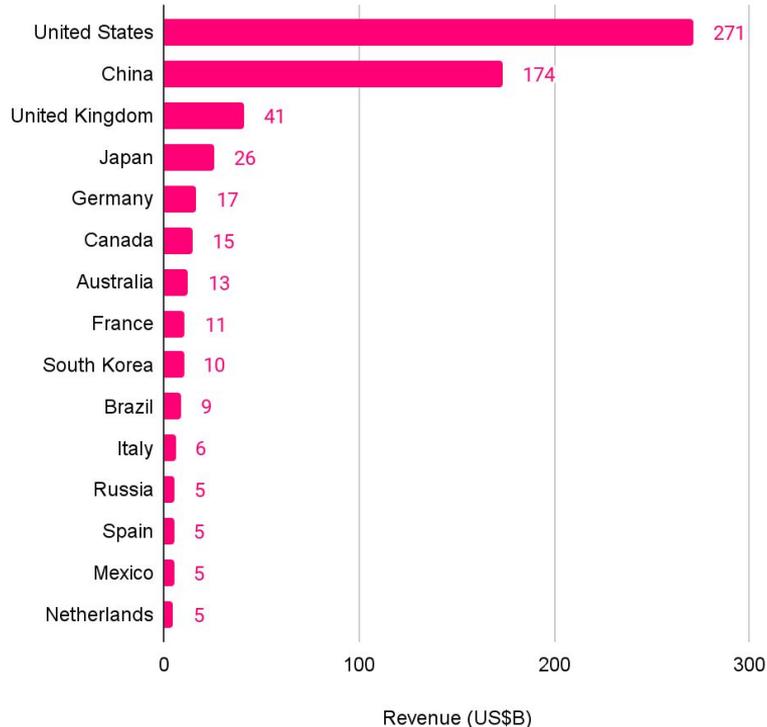
La oportunidad del mercado estadounidense

EE.UU. es el mayor mercado de publicidad digital del mundo, con un 40% de la inversión mundial en publicidad digital y el 53% excluyendo China

A pesar de su gran tamaño, se prevé que siga creciendo a un ritmo más rápido que otros mercados mundiales.

Una presencia significativa en Estados Unidos es fundamental para nuestras ambiciones de ser líderes mundiales en aceleración digital.

Los mayores mercados de publicidad digital del mundo (2023)¹

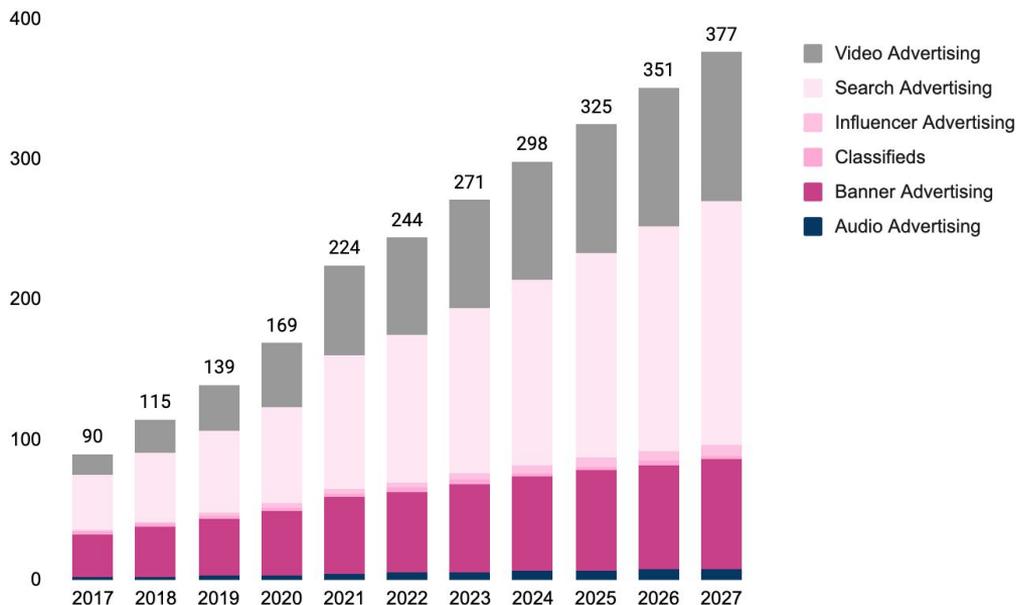


1. Fuente: Statista Digital Market Insights

El mercado estadounidense: Gasto publicitario por segmentos

La publicidad en buscadores (*Search Advertising*) representa aproximadamente el 45% del gasto en publicidad digital en EE.UU., y su tasa de crecimiento es superior a la de otros grandes segmentos.

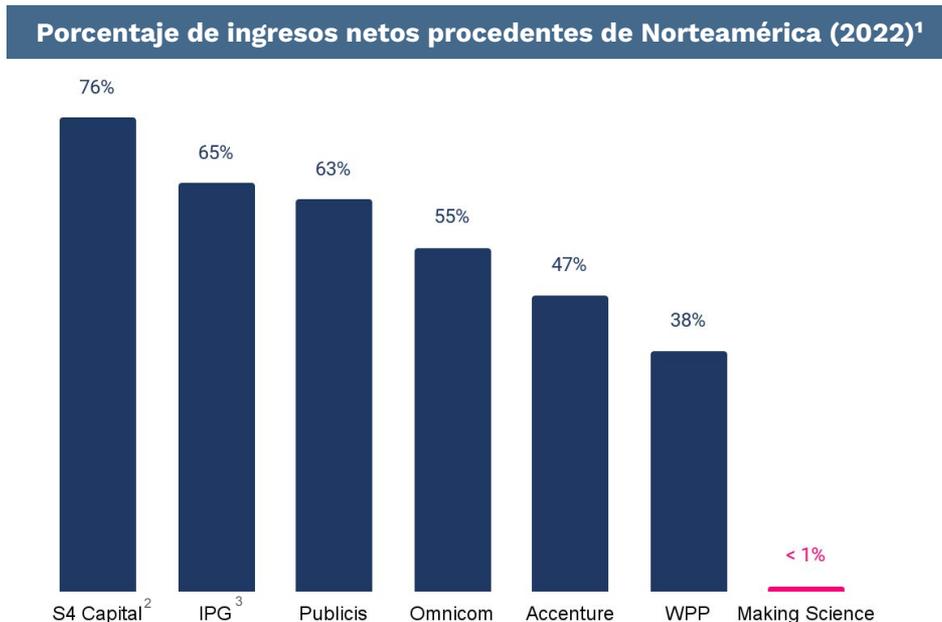
Gasto publicitario en EE.UU. por segmentos (miles de millones de euros)¹



1. Fuente: Statista Digital Market Insights

Presencia norteamericana de otras consultoras

En comparación con otras grandes agencias y consultoras mundiales, Making Science está muy poco presente en Norteamérica. Esto representa una oportunidad para crecer en esta región.

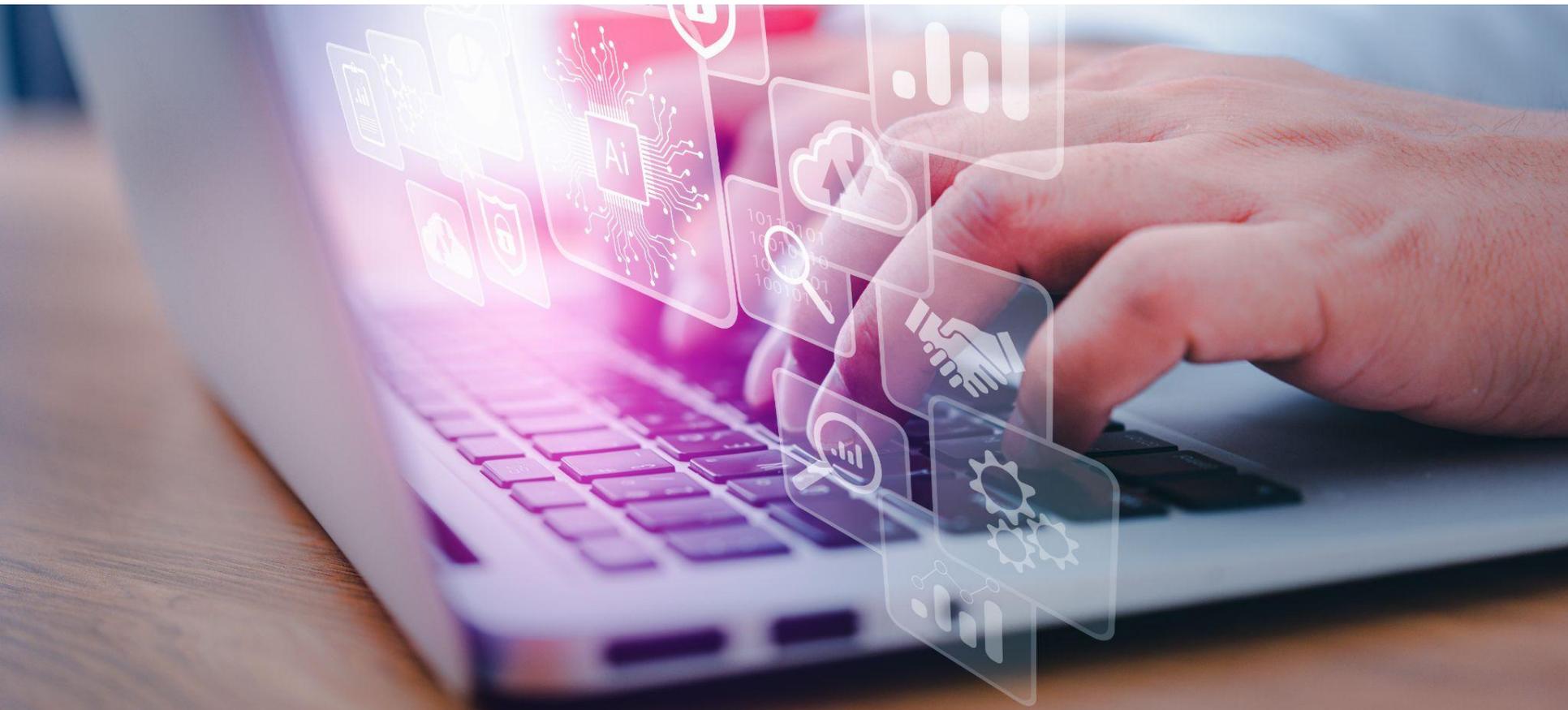


1. Fuente: Statista, annual reports.

2. Incluye todas las Américas.

3. Excluye Canadá.

04. 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

Categorías de producto

Moda, Hogar y Gourmet

Países

Sede en Italia
Lanzado en España en Q4 2021

Ingresos

€10,6M (2022)

Caso de Inversión



Precio atractivo



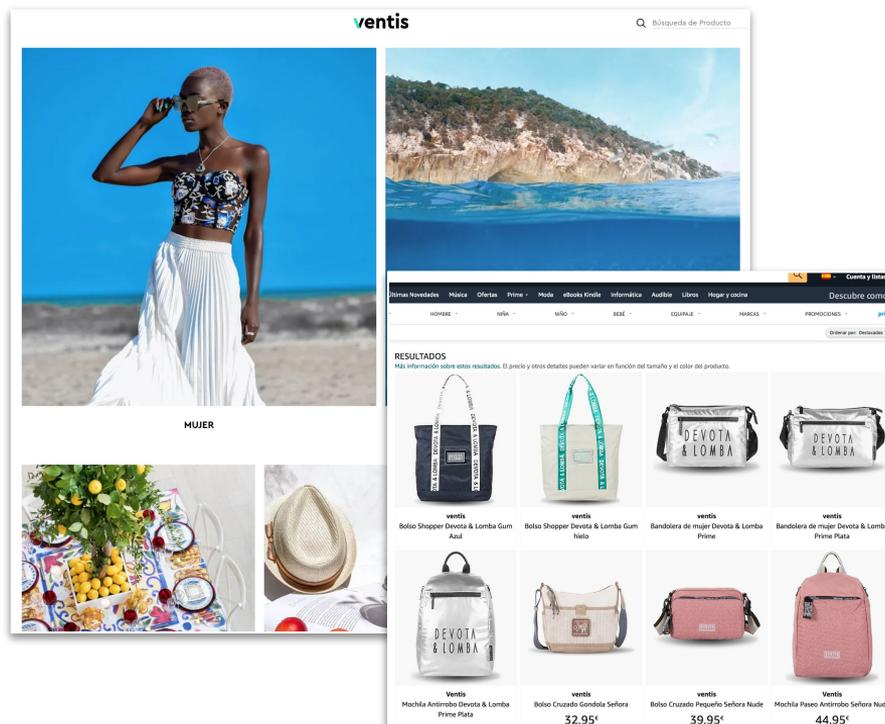
Estructura de pagos diferidos a largo plazo



Sinergias por uso de nuestras capacidades en marketing digital



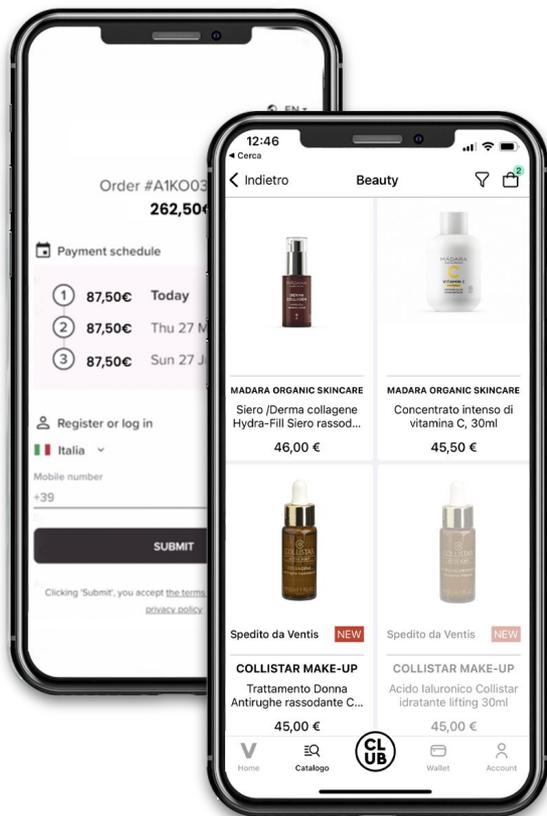
Creciente industria digital con buenas perspectivas



Nota: Precio de adquisición de 9,5 millones de euros pagados a plazos durante los próximos 5 años; 7,5 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
- Ajustar la inversión para mejorar el ROAS

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 una nueva boutique de moda de alta gama con el fin de realizar una transición completa hacia la alta gama

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” (Scalipay)
- Aplicación móvil mejorada
- Nuevo portal interno para gestionar productos con procesos automatizados

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
- Nueva logística desde el almacén de Ventis para mejorar el control y la calidad de los envíos

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
- Relación más estrecha con socios rentables

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
- Fuerte reducción de las devoluciones (daños, etc.)

Camino hacia el primer trimestre de rentabilidad

Ventis logra su primer EBITDA recurrente *breakeven* en el primer trimestre

Ventis alcanzó su primer trimestre *break-even* en el 1T 2023, debido al impacto de:

- Aumento del margen bruto
 - Perfeccionamiento del mecanismo de fijación de precios en productos muy solicitados de todas las categorías
 - Eliminación de productos de bajo margen con alto riesgo de devoluciones / roturas
 - Mayores ingresos por gastos de envío pagados por los clientes
 - Reducción de descuentos en favor de ofertas seleccionadas en marcas y categorías estratégicas
- Reducción de los gastos operativos
 - Reestructuración del equipo y consolidación de oficinas
 - Mayor automatización de las operaciones del catálogo digital
 - Mejora de los costes y las operaciones logísticas
 - Los comerciantes pasaron al dropshipping completo con devoluciones a sus almacenes (política de existencias cero)

Evolución del EBITDA recurrente (1T 2022 - 1T 2023)

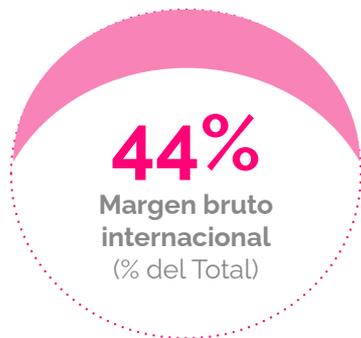


05. 2022 y Actualización financiera



Aspectos financieros destacados

2022



€11,0M

2022 EBITDA
recurrente

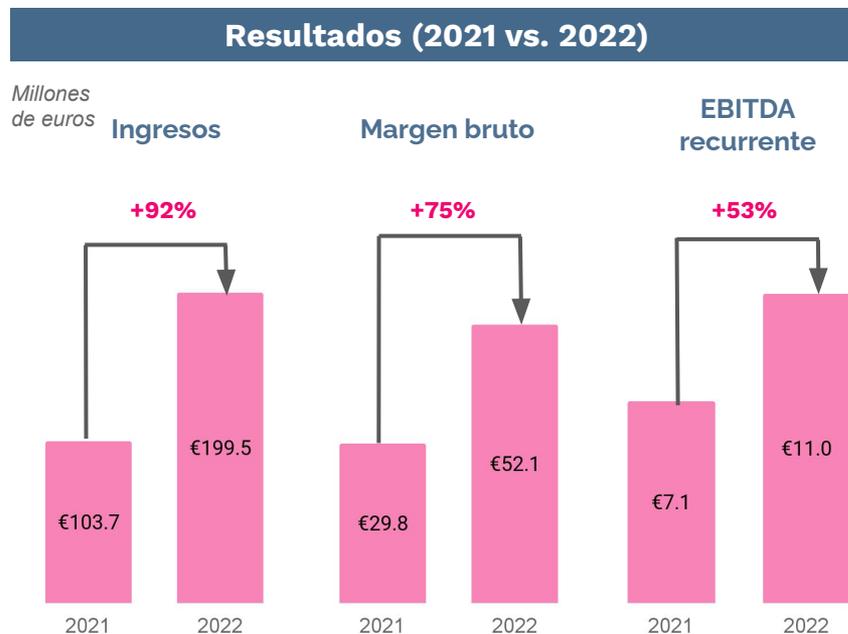


Nota: resultados del negocio Core.

Resultados 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 92% y un 75% en 2022, hasta 199,5 millones de euros y 52,1 millones de euros, respectivamente
- **El EBITDA recurrente creció un 53% hasta los 11,0 millones de euros**, incluyendo el impacto negativo de los gastos de internacionalización e integración¹



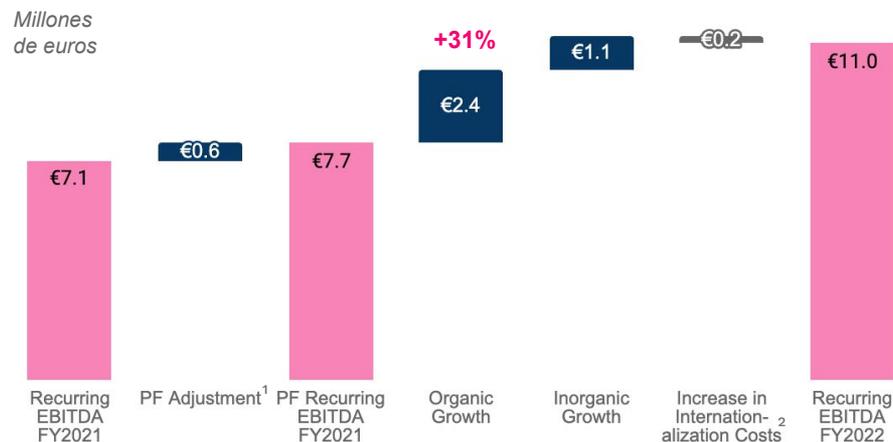
1. Los gastos de internacionalización incluyen la dotación de estructura a los equipos de los países (Finanzas, MarCom y Personas), las licencias de software para las plataformas corporativas y la implantación de programas de integración interna.

Resultados 2022: Negocio Core

Acelerar el crecimiento orgánico e inorgánico manteniendo la rentabilidad

- Crecimiento orgánico sólido y sostenido en 2022 en comparación con el mismo periodo de 2021, con un EBITDA *Like-for-Like* de 10,1 millones de euros que representa una **tasa de crecimiento orgánico del 31%**
- Las adquisiciones internacionales realizadas entre el 1 de enero de 2022 y el 31 de diciembre de 2022 aportaron 0,9 millones de euros de EBITDA recurrente

Evolución del EBITDA recurrente (2021 - 2022)



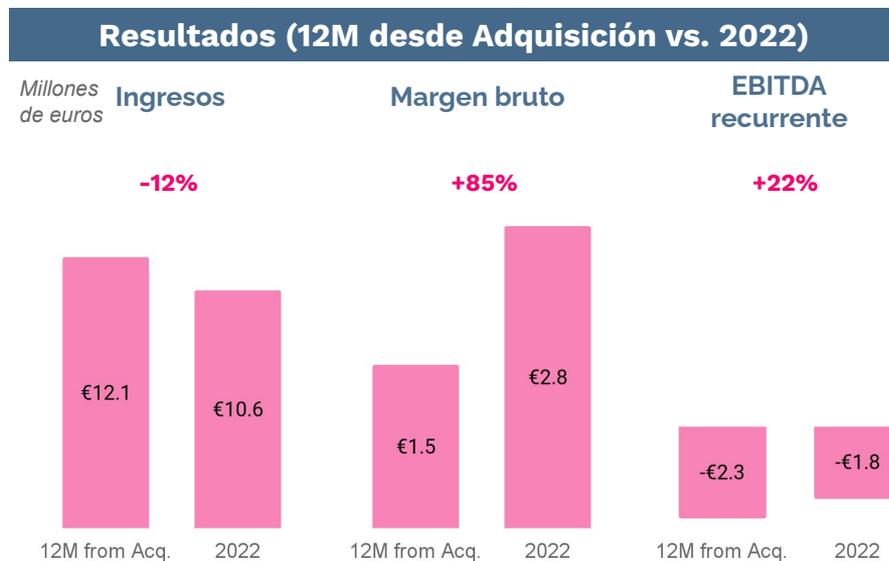
1. Representa el efecto en el EBITDA contable de las adquisiciones completadas antes del 31 de diciembre de 2021, como si hubieran formado parte del ámbito de Making Science desde el 1 de enero de 2021, para hacer la comparación sobre la misma base.

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 2022: Inversiones: E-Commerce & Products

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

- Los ingresos netos disminuyeron ligeramente en 2022 en comparación con los 12 meses transcurridos desde la adquisición por parte de Making Science¹, pero **el margen bruto aumentó un 85%**, ya que las iniciativas de mejora de la rentabilidad empezaron a surtir efecto
- En el cuarto trimestre se pusieron en marcha importantes iniciativas de ahorro de costes, cuyos efectos se verán en el primer trimestre de 2023+, sobre todo en lo que respecta a los gastos de explotación



1. Representa el periodo comprendido entre julio de 2021 y junio de 2022.

Resumen de la cuenta de resultados (GAAP)

Resultados de 2022

- Crecimiento de los ingresos del 90% y del margen bruto del 83% en 2022, gracias al crecimiento orgánico e inorgánico
- Crecimiento del EBITDA recurrente del 61%, lo que representa un aumento de 3,5 millones de euros (+3,8 millones de euros en el negocio Core y -0,3 millones de euros adicionales en Inversiones, debido a la incorporación de más meses de Ventis en 2022 desde su adquisición a mediados de 2021)
- Pérdida neta consolidada de 4,6 millones de euros en 2022, frente a una pérdida neta de 3,2 millones de euros en 2021, debido principalmente al impacto de la amortización de las inversiones y el fondo de comercio y al aumento de los gastos financieros

Resumen de la cuenta de resultados

<i>En millones de euros</i>	2021	2022
Importe neto de la cifra de negocios	€110,4	€210,1
Aprovisionamientos	(€80,4)	(€155,2)
Margen Bruto	€30,0	€55,0
Trabajos realizados para el activo ¹	€2,5	€3,3
Gastos de personal	(€21,3)	(€36,2)
Otros resultados de explotación ²	(€8,8)	(€14,4)
EBITDA³	€2,4	€7,5
<i>EBITDA (Recurrente)</i>	<i>€5,7</i>	<i>€9,2</i>
Amortización	(€3,8)	(€7,6)
Resultado de Explotación (EBIT)	(€1,5)	(€0,1)
Resultado financiero	(€1,1)	(€3,0)
Resultado de sociedades puestas en equivalencia	-	€0,0
Impuestos sobre beneficios	(€0,7)	(€1,5)
Resultado consolidado	(€3,2)	(€4,6)
<i>Resultado atribuido a la Sociedad Dominante</i>	<i>(€3,5)</i>	<i>(€5,0)</i>
<i>Resultado atribuido a Socios Externos</i>	<i>€0,3</i>	<i>€0,4</i>

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 (3,4 millones de euros en 2021 y 1,7 millones de euros en 2022).

Resumen del balance (GAAP)

Resultados de 2022

- 31,3 millones de euros en efectivo a 31 de diciembre 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	2022
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	€30,2	€31,3
Deudores comerciales	€29,7	€45,3
Otros activos corrientes	€3,6	€4,6
Activo corriente	€63,5	€81,3
Inmovilizado intangible	€39,7	€48,8
Otros activos no corrientes	€2,2	€3,3
Total activo	€105,5	€133,5
Deudas a corto plazo	€19,7	€24,1
Acreedores comerciales	€33,2	€53,7
Periodificaciones a corto plazo	€6,3	€8,7
Total pasivo corriente	€59,1	€86,4
Deudas a largo plazo	€34,1	€32,2
Otros pasivos no corrientes	€0,5	€0,2
Total pasivo no corriente	€93,7	€118,8
Patrimonio neto	€11,8	€14,6
Total patrimonio neto y pasivo	€105,5	€133,5

Resumen del flujo de caja (GAAP)

Resultados de 2022

- Aumento del saldo de tesorería de 1,1 millones de euros en 2022, finalizando el año con 31,3 millones de euros
- Importante flujo de caja operativo orgánico de 10,9 millones de euros, que refleja el fuerte crecimiento del EBITDA y una posición sostenible de capital circulante negativo
- 11,2 millones de euros en Capex y adquisiciones y 5,2 millones de euros en amortizaciones de deuda financiadas por el flujo de caja operativo y la ampliación de capital completada en mayo de 2022
- 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)

1. Representa el pago neto de la porción pagada en instrumentos de patrimonio y deuda por earn-outs, y considerando deuda neta y capital circulante en la integración.

Resumen del flujo de caja

En millones de euros	2021	2022
EBITDA recurrente	€5,7	€9,2
Otros gastos de explotación no recurrentes	(€3,4)	(€1,7)
Cambios en el capital circulante	€5,8	€5,7
Pagos de intereses, impuestos y otros flujos operativos	(€0,9)	(€2,3)
Flujo de caja de las operaciones	€7,2	€10,9
CAPEX	(€3,1)	(€4,7)
Pago adquisiciones (neto) ¹	(€10,5)	(€6,5)
Flujo de caja de negocio	(€6,4)	(€0,3)
Variación deuda con entidades bancarias y bono	€26,6	€0,1
Devolución de deudas con empresas del grupo y asociadas	(€1,6)	(€5,3)
Ampliación de capital dineraria	–	€8,9
Adquisición autocartera	€0,0	(€1,2)
Otros flujos de financiación	(€0,3)	(€1,1)
Flujo de caja	€18,3	€1,1
Cash Flow Conversion (Flujo caja negocio ex-M&A / EBITDA Recurrente)	71,4%	68,3%

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 sólo aumentó en 1,3 millones de euros de 2021 a 2022, ya que la generación orgánica de flujo de caja compensó el impacto de capex y adquisiciones
- 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	2022
Deuda con entidades bancarias	€24,6	€26,1
Bono	€11,8	€11,8
Compromisos M&A (pagos aplazados y earn-out reconocido) ²	€17,3	€18,4
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	(€30,2)	(€31,3)
Inversiones financieras a corto plazo	(€0,2)	(€0,3)
Deuda financiera neta	€23,3	€24,6
Earn-out no reconocido contablemente	€4,2	€3,0
Deuda financiera neta ajustada	€27,5	€27,6
Deuda neta ajustada / EBITDA recurrente	4,8x	3,0x

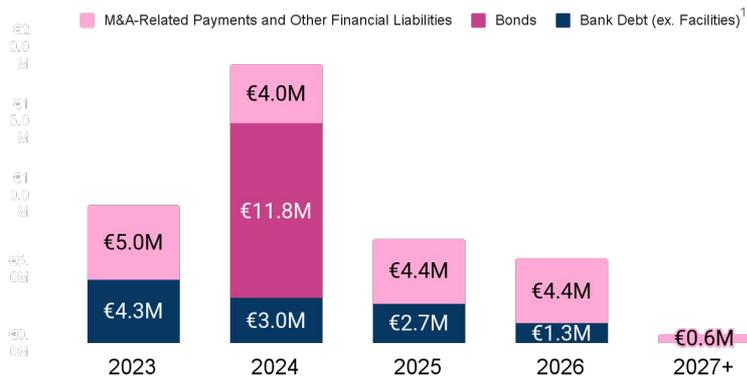
1. Valores contables a 31 de diciembre.

2. Los pagos restantes por la adquisición de Ventis constituían 8,5 millones de euros del saldo a finales de 2021 y 7,5 millones de euros del saldo a finales de 2022.

Perfil crediticio

Making Science está bien posicionada para financiar su estrategia de crecimiento

Calendario de vencimiento de la deuda



Posición de crédito

Covenant Bono MARF (ejercicio 2022)² **3x Deuda Neta / EBITDA**

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

Coste promedio de la deuda (Deuda bancaria y Bonos) **~5,3%**

Coste promedio de la deuda (Total)⁴ **~3,6%**

- **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 2,95 millones de euros.

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)

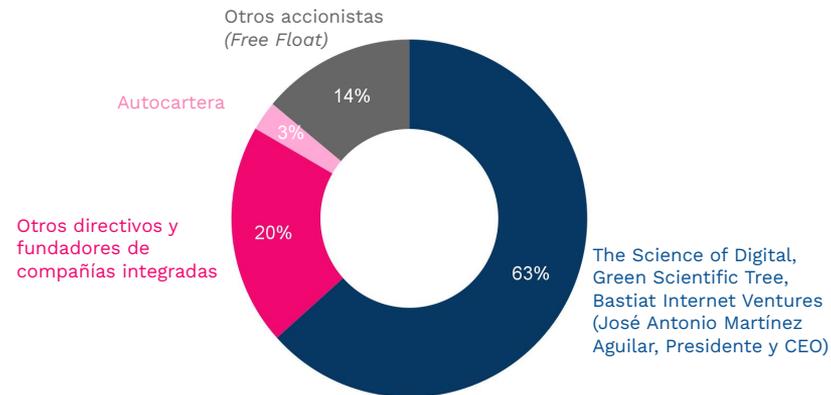
EURONEXT
(Paris)

Número de acciones 8.285.967

Precio por acción 26 de mayo de 2023 €10,80

Capitalización bursátil €89M

Composición accionarial



Total Equipo Directivo y Fundadores = 83%

Total Autocartera = 3%

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**

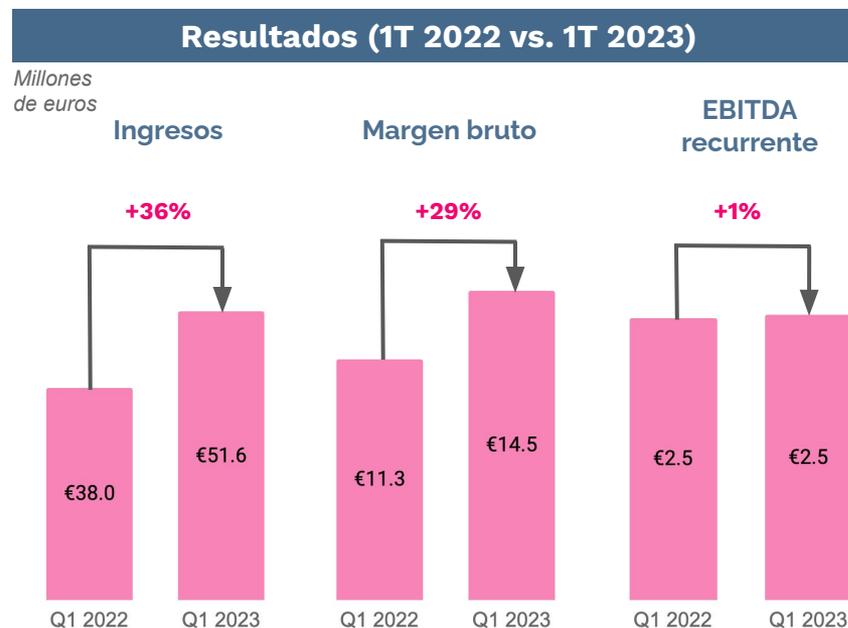
06. Avance de resultados del 1T 2023



Resultados 1T 2023: 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 36% y un 29% en el primer trimestre de 2023, hasta 51,6 millones de euros y 14,5 millones de euros, respectivamente
- **El EBITDA recurrente creció un 1% 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 1T 2023: Negocio Core

El impacto en los márgenes en 2023 se verá impulsado por las inversiones en crecimiento orgánico

- En el primer trimestre de 2023, el crecimiento del EBITDA y los márgenes del negocio Core fueron inferiores a los del primer trimestre de 2022
- El menor crecimiento del EBITDA se debe a las inversiones realizadas en gastos de personal, en particular la contratación de equipos de ventas en mercados clave, para acelerar el crecimiento orgánico
- Además, Making Science ha reforzado el negocio en EEUU con la incorporación de un equipo de antiguos ejecutivos de Google para hacer crecer sus soluciones de marketing digital y su tecnología propia, cuyo impacto se percibirá en el 2T 2023
- Se espera que estas inversiones orgánicas se traduzcan en mayores ingresos en el futuro y en un EBITDA más elevado, si bien la empresa prevé que estas inversiones tendrán un impacto negativo en el EBITDA durante el resto del año, a medida que los equipos se pongan en marcha y empiecen a captar clientes
- Una vez completada la fase inicial, se espera que los márgenes de EBITDA vuelven gradualmente a niveles más normales

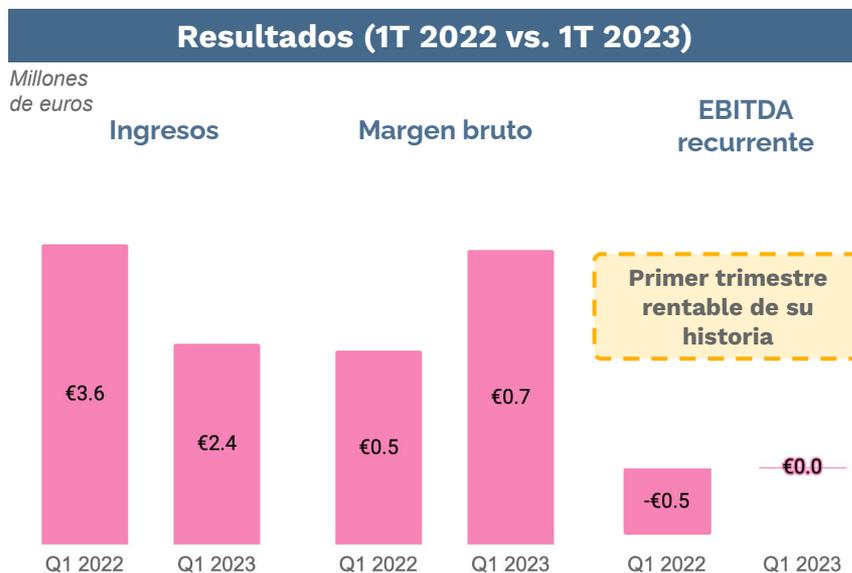
Resultados (1T 2022 vs. 1T 2023)

Miles de euros	1T 2022	1T 2023	Var.
Importe Neto de la Cifra de Negocios	37.961	51.644	36%
Aprovisionamientos	-26.684	-37.147	39%
Margén Bruto	11.278	14.497	29%
<i>% del importe neto de la cifra de neg.</i>	29,7%	28,1%	
Trabajos realizados para el Activo	615	781	27%
Gastos de Personal	-7.228	-10.027	39%
<i>% del margen bruto</i>	64,1%	69,2%	
Otros gastos de explotación	-2.253	-2.849	26%
<i>% del margen bruto</i>	20,0%	19,7%	
Otros ingresos de explotación	88	124	41%
EBITDA recurrente	2.500	2.526	1%
<i>% del margen bruto</i>	22,2%	17,4%	
Gastos de explotación no recurrentes	-219	-300	37%
EBITDA	2.281	2.227	-2%
<i>% del margen bruto</i>	20,2%	15,4%	

Resultados 1T 2023: Inversiones: E-Commerce & Products

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

- Los ingresos netos cayeron en el primer trimestre, pero **el margen bruto aumentó un 52%**, 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 4T 2022 y 1T 2023 se aplicaron importantes iniciativas de ahorro de costes, cuyos efectos se verán en el segundo trimestre y adelante
- Como resultado de las iniciativas emprendidas por Making Science, Ventis ha logrado su primer trimestre rentable, mejorando el EBITDA de -0,5 millones de euros en el primer trimestre de 2022 a 0,0 millones de euros en el primer trimestre de 2023



iGracias!



The Digital Acceleration Company

Anexos



Resultados 2022 por segmento

Miles de euros	2021					2022					'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	84.829	18.885	103.715	6.730	110.445	116.386	83.126	199.511	10.621	210.132	37%	340%	92%
Aprovisionamientos	-63.595	-10.273	-73.868	-6.542	-80.410	-87.172	-60.209	-147.381	-7.800	-155.181	37%	486%	100%
Margen Bruto	21.234	8.612	29.847	188	30.035	29.213	22.917	52.130	2.821	54.951	38%	166%	75%
% del importe neto de la cifra de neg.	25,0%	45,6%	28,8%	2,8%	27,2%	25,1%	27,6%	26,1%	26,6%	26,2%			
Trabajos realizados para el Activo	2.160	0	2.160	294	2.454	2.813	0	2.813	446	3.258	30%	n/a	30%
Gastos de Personal	-13.983	-3.782	-17.765	-1.100	-18.865	-19.228	-13.482	-32.710	-2.043	-34.753	38%	257%	84%
% del margen bruto	65,9%	43,9%	59,5%	585,1%	62,8%	65,8%	58,8%	62,7%	72,4%	63,2%			
Otros gastos de explotación	-4.627	-1.689	-6.316	-811	-7.127	-5.563	-3.610	-9.173	-3.028	-12.201	20%	114%	45%
% del margen bruto	21,8%	19,6%	21,2%	431,4%	23,7%	19,0%	15,8%	17,6%	107,4%	22,2%			
Otros ingresos de explotación	265	210	475	0	475	261	108	368	33	401	-2%	-49%	-23%
EBITDA recurrente antes de gastos de internacionalización	5.049	3.352	8.401	-1.429	6.972	7.496	5.933	13.429	-1.772	11.656	48%	77%	60%
% del margen bruto	23,8%	38,9%	28,1%	-760,1%	23,2%	25,7%	25,9%	25,8%	-62,8%	21,2%			
Gastos de internacionalización/integración	0	-1.254	-1.254	0	-1.254	-795	-1.671	-2.466	0	-2.466			
EBITDA recurrente	5.049	2.098	7.147	-1.429	5.718	6.701	4.262	10.962	-1.772	9.189	33%	103%	53%
% del margen bruto	23,8%	24,4%	23,9%	-760,1%	19,0%	22,9%	18,6%	21,0%	-62,8%	16,7%			
Gastos de explotación no recurrentes	-2.486	-122	-2.608	-756	-3.364	-614	-426	-1.040	-614	-1.654			
EBITDA	2.563	1.976	4.539	-2.185	2.353	6.087	3.836	9.923	-2.386	7.537	137%	94%	119%
% del margen bruto	12,1%	22,9%	15,2%	-1162%	7,8%	20,8%	16,7%	19,0%	-84,6%	13,7%			

Resultados 1T 2023 por segmento

Miles de euros	1T 2022					1T 2023					1T '22-'23 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	22.932	15.029	37.961	3.588	39.668	32.411	19.233	51.644	2.402	54.046	41%	28%	36%
Aprovisionamientos	-16.303	-10.381	-26.684	-3.105	-27.907	-24.378	-12.769	-37.147	-1.668	-38.815	50%	23%	39%
Margen Bruto	6.629	4.649	11.278	483	11.761	8.033	6.464	14.497	734	15.231	21%	39%	29%
<i>% del importe neto de la cifra de neg.</i>	28,9%	30,9%	29,7%	13,5%	29,6%	24,8%	33,6%	28,1%	30,6%	28,2%			
Trabajos realizados para el Activo	615	0	615	190	805	781	0	781	65	846	27%	n/a	27%
Gastos de Personal	-4.408	-2.821	-7.228	-446	-7.674	-5.732	-4.295	-10.027	-390	-10.417	30%	52%	39%
<i>% del margen bruto</i>	66,5%	60,7%	64,1%	92,4%	65,3%	71,4%	66,4%	69,2%	53,2%	68,4%			
Otros gastos de explotación	-1.347	-905	-2.253	-753	-3.006	-1.601	-1.248	-2.849	-405	-3.255	19%	38%	26%
<i>% del margen bruto</i>	20,3%	19,5%	20,0%	156,0%	25,6%	19,9%	19,3%	19,7%	55,2%	21,4%			
Otros ingresos de explotación	67	21	88	1	89	82	42	124	5	129	23%	99%	41%
EBITDA recurrente	1.556	944	2.500	-526	1.975	1.563	963	2.526	8	2.534	0%	2%	1%
<i>% del margen bruto</i>	23,5%	20,3%	22,2%	-109%	16,8%	19,5%	14,9%	17,4%	1,1%	16,6%			
Gastos de explotación no recurrentes	-187	-32	-219	-148	-367	-252	-47	-300	-297	-596	35%	45%	37%
EBITDA	1.370	911	2.281	-673	1.608	1.310	916	2.227	-289	1.938	-4%	1%	-2%
<i>% del margen bruto</i>	20,7%	19,6%	20,2%	-139,4%	13,7%	16,3%	14,2%	15,4%	-39,3%	12,7%			

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 MEDIA	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 powered by making science	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>