



Madrid, a 14 de agosto de 2023

Making Science Group, S.A. (en adelante “Making Science”, “Making Science Group”, la “Sociedad”, o el “Grupo”), en virtud de lo dispuesto en el artículo 17 del Reglamento (UE) nº 596/2014, sobre abuso de mercado, en el artículo 227 de la Ley 6/2023, de 17 de marzo, de los Mercados de Valores y de los Servicios de Inversión, y disposiciones concordantes, así como la Circular 3/2020 del segmento BME Growth de BME MTF Equity (en adelante, “BME Growth”), por medio de la presente pone en conocimiento la siguiente información:

OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

Con el objetivo de ofrecer mayor transparencia y de proveer de información recurrente al mercado de valores, la Sociedad presenta en este informe un avance de la información financiera (no auditada) relativa al primer semestre de 2023:

1. Puntos destacados del cierre del primer semestre de 2023
2. Cuenta de pérdidas y ganancias consolidada
3. Resultados del negocio Core del primer semestre de 2023
4. Resultados del negocio de inversiones del primer semestre de 2023

En cumplimiento de lo dispuesto en la Circular 3/2020 del BME MTF Equity se deja expresa constancia de que la información comunicada por la presente ha sido elaborada bajo la exclusiva responsabilidad de la Sociedad y sus administradores con cargo vigente.

Atentamente,

D. José Antonio Martínez Aguilar
Consejero Delegado de Making Science Group, S.A.

Avance información financiera I Semestre 2023

Making Science Group, SA
The Digital Acceleration Company





Puntos destacados del cierre del primer semestre de 2023.

Durante el primer semestre de 2023 **Making Science** ha mantenido una estrategia focalizada en clientes, compromiso en la innovación tecnológica y una clara motivación a la excelencia. Esto le ha permitido seguir mostrando crecimientos para mantener su expansión orgánica internacional en aquellos mercados donde tiene baja presencia y potencial de crecimiento, como el de Estados Unidos.

Making Science, en su perímetro consolidado, muestra un crecimiento de su negocio del 16,2% sobre el primer semestre de 2022, alcanzando ventas de 114 millones de euros al cierre del primer semestre de 2023. Su Margen Bruto crece en línea con el incremento de ventas, un 16,4% respecto al mismo periodo de 2022, mostrando su resiliencia a mantener el crecimiento a pesar de un entorno macroeconómico en desaceleración mundial.

El EBITDA recurrente, que excluye los gastos de naturaleza no recurrente, alcanza los 3,3 millones de euros en este primer semestre del año, cifra que si la ajustamos de la inversión en talento realizada en el segundo trimestre de 2023, principalmente en USA, alcanzaría los 4,4 millones de euros.

La inversión en talento ha sido una estrategia para el crecimiento orgánico en ciertos países; por ejemplo en Estados Unidos, Georgia, Francia, Países Nórdicos y Reino Unido. Esta estrategia se complementa a la desarrollada en años anteriores de crecimiento inorgánico, marcando el talento de **Making Science** para evolucionar de forma orgánica en los mercados que tenemos interés, no habiendo realizado inversiones en el último año y adaptándonos a un nuevo entorno de crecimiento y tipos de interés altos.

Making Science continúa manteniendo su liderazgo en los mercados añadiendo nuevos clientes, que son cuentas grandes globales, tanto en España, Europa y Estados Unidos. Estamos orgullosos de la confianza que nos demuestran nuestros clientes por su elección y, sobre todo, por saber que nuestra estrategia de crecimiento orgánico muestra resultados claros en Estados Unidos.

La inversión en Estados Unidos era una opción natural, ya que este país representa el 40% de la inversión mundial en publicidad digital con ingresos esperados de USD 271 billones en 2023 (53% excluyendo China¹) y, a pesar de su gran tamaño, se prevé que siga creciendo a un ritmo más rápido que los otros mercados mundiales; por eso, la presencia en este mercado es fundamental para nuestras ambiciones de ser líderes mundiales en aceleración digital.

Making Science ha estado trabajando para establecer los elementos esenciales con el fin de competir en este mercado dado que, en comparación con otras agencias y consultoras mundiales, nuestros ingresos procedentes de Estados Unidos representan menos del 1% mientras que otras firmas mundiales obtienen más del 50% en este mercado². Nuestros *Building Blocks* para esta estrategia orgánica se han basado en la experiencia que proporcionamos a nuestros clientes a través de soluciones innovadoras en asesoría y productos, unidos al talento del equipo que hemos formado y que han hecho posible la firma del primer cliente en USA, un *cliente líder* mundial del deporte.

De esta forma, la estrategia que estamos desarrollando en Estados Unidos se complementa a la actual diversificación geográfica de **Making Science**. En el primer semestre de este año, España ha incrementado su negocio logrando un margen bruto de 15,1 millones de euros (aumento del 10,1% de margen bruto), mientras que en el Negocio Internacional el margen bruto ha crecido un 25,4%, alcanzando los 13,0 millones de euros. Como consecuencia, el segmento internacional representa ahora, en los primeros seis meses de 2023, un 46,3% del margen bruto del negocio *Core* de **Making Science**, incrementando su peso en comparación con el 43,2% registrado en el mismo periodo de 2022. Por consiguiente, el desarrollo de nuestra estrategia en Estados Unidos permitirá incrementar nuestros ingresos al Negocio Internacional, en un mercado en el que casi no tenemos presencia y que estamos demostrando nuestras capacidades para trabajar con grandes empresas en este mercado.

En continuidad a nuestra estrategia, este semestre **Making Science** ha estado focalizado en reforzar su *Customer-Centric-View*, redefiniendo procesos y políticas para hacer de nuestro cliente el foco de nuestro trabajo y mejorar su experiencia. En la misma línea, se ha profundizado en una cultura de eficiencia que permite un control de costes orientado a enfocar el gasto en las acciones que son importantes para el desarrollo de la estrategia y además, ajustarnos a la evolución de los mercados.

¹ Fuente: Statista Digital Market Insights

² Presentación de Resultados de Making Science de 2022 y avance de resultados de 1T 2023.

En la línea de soluciones tecnológicas, el año 2023 ha marcado el inicio de la explosión de la IA Generativa en todo el mundo con el crecimiento exponencial de servicios como ChatGPT. **Making Science** lleva más de seis años invirtiendo en Inteligencia Artificial en las plataformas **Gauss AI** y **Ad Machina**. Esta inversión en tecnología cada vez se muestra más relevante en nuestra diferenciación en el mercado. En el primer semestre del año **Making Science** ha desarrollado y lanzado al mercado la plataforma Trust Generative AI, lo que ha provocado un incremento en las inversiones en I+D. Las primeras iteraciones en el mercado de la plataforma están siendo muy positivas y nos permiten seguir diferenciándose de nuestros competidores.

De esta forma, **Making Science** mantiene su foco en liderar la integración de soluciones tecnológicas y estrategias de datos pioneras para sus clientes, algo que ha sido reconocido este año por Google donde, orgullosamente, **Making Science** ha sido galardonado con dos OROS y una PLATA en los **Google Marketing Partner Awards 2023**. El primer ORO ha sido con un caso sobre CDP RIU en la categoría Digital Transformation, y el segundo ORO ha sido para nuestra tecnología propietaria, Ad-Machina, en la categoría Industry Solution. Por otro lado, se ha concedido la PLATA al caso de éxito junto a nuestro cliente MAPFRE en la categoría Media Activation. De esta forma, se pone en valor la inversión que hemos realizado en **GAUSS AI** y **Ad Machina**, siendo capaces de entregar soluciones innovadoras y pioneras para nuestros clientes.

En resumen, en términos financieros **Making Science** ha continuado la senda de crecimiento, en comparación con el semestre de 2022, mostrando resiliencia en la evolución de su Margen Bruto (+16,4%), un EBITDA recurrente y ajustado por la inversión en talento que permanece estable (+0,7%), optimizando sus costes durante el último semestre, que se une a un claro enfoque a los clientes y mostrando liderazgo en soluciones que han sido reconocidas por el mercado, obteniendo premios destacados. Además, hemos seguido desarrollando nuestro compromiso de excelencia, a través de las certificaciones obtenidas en ISO 9.001, 14.001 y 27.001 de Calidad, Medio Ambiente y Seguridad de la Información, respectivamente, y siempre centrados en nuestros valores corporativos de People & Culture.

2. Cuenta de Pérdidas y Ganancias consolidada

A continuación, presentamos la cuenta de pérdidas y ganancias consolidada³ del Grupo correspondiente al primer semestre de 2023, que incluyen tanto el negocio Core como las inversiones en e-Commerce y Productos.

Miles de euros	H1 2022	H1 2023	23/22 Growth
Importe Neto de la Cifra de Negocios	98.061	113.909	16,2%
Aprovisionamientos	-72.446	-84.084	16,1%
Margen Bruto	25.615	29.825	16,4%
<i>% del Importe Neto de la Cifra de Negocios</i>	<i>26,1%</i>	<i>26,2%</i>	
Trabajos realizados para el Activo	1.711	2.134	24,7%
Gastos de Personal	-16.249	-21.914	34,9%
<i>% del margen bruto</i>	<i>63,4%</i>	<i>73,5%</i>	
Otros gastos de explotación	-6.928	-7.090	2,3%
<i>% del margen bruto</i>	<i>27,0%</i>	<i>23,8%</i>	
Otros ingresos de explotación	195	391	99,9%
EBITDA recurrente	4.345	3.345	-23,0%
<i>% del margen bruto</i>	<i>17,0%</i>	<i>11,2%</i>	
Gastos de explotación no recurrentes ⁴	-673	-1.363	102,6%
EBITDA	3.672	1.983	-46,0%
<i>% del margen bruto</i>	<i>14,3%</i>	<i>6,6%</i>	

Contablemente, el grupo ha reportado una cifra neta de negocios consolidada de 113,9 millones euros en el primer semestre de 2023, frente a los 98,1 millones de euros del mismo periodo de 2022, lo que supone un crecimiento del 16,2%. El margen bruto consolidado se ha incrementado un 16,4% para alcanzar los 29,8 millones de euros.

Por otro lado, el EBITDA recurrente del primer semestre de 2023 ha registrado un importe de 3,3 millones de euros, un 23% inferior a la cifra reportada en el mismo periodo del año anterior explicado por las inversiones en gastos de personal para expandir, principalmente, el mercado norteamericano (Tabla 5) que, ajustado por esta inversión en talento, el EBITDA crecería un 0,7% respecto al mismo periodo del año anterior.

³ Cifras no auditadas ni sujetas a revisión limitada.

⁴ Los gastos no recurrentes en el periodo incluyen principalmente costes asociados a las actividades de restructuring, principalmente de E-Commerce en 1Q23 (0,6m€), incentivos especiales y adquisición de talento (0,3m€), actividades de marketing (0,2m€) y otros (0,3m€) asociados a gastos legales del restructuring societaria, donación por el terremoto de Turquía, y otros.

3. Resultados del negocio Core del primer semestre de 2023

A continuación, presentamos la cuenta de pérdidas y ganancias del negocio Core de **Making Science** correspondiente al primer semestre de 2023, que incluye las líneas de servicios de Marketing Digital, AdTech & MarTech y Cloud & Software.

Tabla 2. Cuenta de resultados consolidados del negocio Core

<i>Miles de euros</i>	H1 2022	H1 2023	23/22 Growth
Importe Neto de la Cifra de Negocios	92.110	108.902	18,2%
Aprovisionamientos	-68.037	-80.801	18,8%
Margen Bruto	24.073	28.100	16,7%
<i>% del Importe Neto de la Cifra de Negocios</i>	26,1%	25,8%	
Trabajos realizados para el Activo	1.413	2.010	42,2%
Gastos de Personal	-15.319	-21.252	38,7%
<i>% del margen bruto</i>	63,6%	75,6%	
Otros gastos de explotación	-5.062	-5.883	16,2%
<i>% del margen bruto</i>	21,0%	20,9%	
Otros ingresos de explotación	194	382	97,5%
EBITDA recurrente	5.299	3.358	-36,6%
<i>% del margen bruto</i>	22,0%	11,9%	
Gastos de explotación no recurrentes	-509	-995	95,4%
EBITDA	4.790	2.363	-50,7%
<i>% del margen bruto</i>	19,9%	8,4%	

El Importe Neto de la Cifra de Negocios de los seis primeros meses de 2023 ascendió a 108,9 millones de euros en el negocio Core, mientras que el Margen Bruto ascendió a 28,1 millones de euros, mostrando crecimientos frente al mismo periodo de 2022 del 18,2% y del 16,7% respectivamente.

El importe de EBITDA recurrente descendió a 3,4 millones de euros, una variación del -36,6% respecto a los 5,3 millones de euros reportados en el mismo periodo del año anterior explicada por el mayor crecimiento de la partida de Gastos de Personal que el Margen Bruto.

A continuación, se ofrece un desglose adicional sobre las cifras contables de los dos segmentos geográficos:

3.1 España

Tabla 3. Cuenta de resultados de España

Miles de euros	H1 2022	H1 2023	23/22 Growth
Importe Neto de la Cifra de Negocios	54.051	64.550	19,4%
Aprovisionamientos	-40.366	-49.478	22,6%
Margen Bruto	13.685	15.072	10,1%
<i>% del Importe Neto de la Cifra de Negocios</i>	<i>25,3%</i>	<i>23,3%</i>	
Trabajos realizados para el Activo	1.413	2.010	42,2%
Gastos de Personal	-9.167	-11.910	29,9%
<i>% del margen bruto</i>	<i>67,0%</i>	<i>79,0%</i>	
Otros gastos de explotación	-2.906	-3.434	18,2%
<i>% del margen bruto</i>	<i>21,2%</i>	<i>22,8%</i>	
Otros ingresos de explotación	150	298	99,2%
EBITDA recurrente	3.175	2.037	-35,8%
<i>% del margen bruto</i>	<i>23,2%</i>	<i>13,5%</i>	
Gastos de explotación no recurrentes	-338	-833	146,6%
EBITDA	2.837	1.204	-57,6%
<i>% del margen bruto</i>	<i>20,7%</i>	<i>8,0%</i>	

En el primer semestre de 2023 el negocio de España ha incrementado su cifra de ingresos y margen bruto respecto al mismo periodo de 2022: 19,4% y 10,1%, respectivamente.

Por otro lado, se ha incrementado la actividad de I+D del grupo 42,2% frente a los seis primeros meses de 2022, centrada principalmente en el desarrollo de herramientas tecnológicas de alto valor para los clientes finales de **Making Science**.

Asimismo, la compañía ha reforzado sus equipos de consultores globales de Data, AdTech y MarTech para dar respuesta al crecimiento esperado en estos negocios en todos los países de su huella geográfica y, especialmente, en EEUU, mercados de alto valor que **Making Science** servirá desde España. Por este motivo, los Gastos de Personal, así como los gastos de explotación asociados a este crecimiento (licencias, alquileres y viajes fundamentalmente) crecen por encima del Margen Bruto, impactando temporalmente al EBITDA recurrente, que se reduce un 35,8% para alcanzar 2,0 millones de euros.

3.2 Internacional

Tabla 4. Cuenta de resultados contable del Negocio Internacional

Miles de euros	H1 2022	H1 2023	23/22 Growth
Importe Neto de la Cifra de Negocios	38.059	44.352	16,5%
Aprovisionamientos	-27.671	-31.324	13,2%
Margen Bruto	10.388	13.028	25,4%
<i>% del Importe Neto de la Cifra de Negocios</i>	<i>27,3%</i>	<i>29,4%</i>	
Trabajos realizados para el Activo	0	0	
Gastos de Personal	-6.152	-9.342	51,9%
<i>% del margen bruto</i>	<i>59,2%</i>	<i>71,7%</i>	
Otros gastos de explotación	-2.156	-2.449	13,6%
<i>% del margen bruto</i>	<i>20,8%</i>	<i>18,8%</i>	
Otros ingresos de explotación	44	84	91,5%
EBITDA recurrente	2.124	1.321	-37,8%
<i>% del margen bruto</i>	<i>20,4%</i>	<i>10,1%</i>	
Gastos de explotación no recurrentes	-172	-162	-5,5%
EBITDA	1.953	1.159	-40,7%
<i>% del margen bruto</i>	<i>18,8%</i>	<i>8,9%</i>	

El segmento Internacional recoge las magnitudes contables generadas por las compañías adquiridas en los últimos años por **Making Science** fuera de España, excluyendo Ventis Srl, que se reporta en el segmento Inversiones. Las magnitudes de los seis primeros meses de 2023 son exclusivamente orgánicas, dado que no ha habido ninguna incorporación nueva al perímetro de consolidación. En las cifras de 2022 se incluyen las adquisiciones de Tre Kronor (SE) y Elliot (GE) desde su fecha de adquisición, que fue el mes de febrero.

En su segmento internacional **Making Science** ha obtenido unos ingresos de 44,4 millones de euros en el primer semestre de 2023, un 16,5% superior al mismo periodo de 2022. El Margen Bruto aportado por esta geografía es de 13,0 millones de euros, que representa un sólido crecimiento del 25,4% año contra año.

En este segmento, **Making Science** está invirtiendo en acelerar su crecimiento orgánico mediante el refuerzo y contratación de sus equipos para reforzar el negocio en EEUU. En este sentido, la compañía ha incorporado en abril un equipo de ex-directivos de Google con el fin de crecer en el ámbito de sus soluciones de marketing digital, así como su tecnología propia.

Como consecuencia, en este segmento los Gastos de Personal han sufrido un importante incremento que la compañía espera que generen en los próximos trimestres negocio más que suficiente que compense la reducción en el EBITDA recurrente del 37,8% (+10,7% ajustado de la Inversión en Talento).

Tabla 5. Inversión en talento

<i>Miles de euros</i>	H1 2022	H1 2023	23/22 Growth
Inversión en Talento	n.a.	1.030	
Cuenta Consolidada: Gastos de Personal	-16.249	-21.914	34,9%
Gastos de Personal Consolidados sin Inv. en Talento	-16.249	-20.884	28,5%
Cuenta Consolidada: EBITDA recurrente	4.345	3.345	-23,0%
EBITDA Consolidado recurrente sin Inv. en Talento	4.345	4.375	0,7%
Cuenta Negocio Internacional: Gastos de Personal	-6.152	-9.342	51,9%
Gastos de Personal Negocio Internacional sin Inv. en Talento	-6.152	-8.312	35,1%
Cuenta Negocio Internacional: EBITDA recurrente	2.124	1.321	-37,8%
EBITDA Negocio Internacional recurrentes sin Inv. en Talento	2.124	2.351	10,7%

4. Resultados del negocio de inversiones del primer semestre de 2023

En este segmento se incluyen los valores generados por el Grupo Ventis adquirido por **Making Science** el 19 de mayo de 2021, momento en el que se integró en los estados financieros del grupo.

Este segmento ha generado unos ingresos de 5 millones de euros entre enero y junio de 2023 con un margen bruto de 1,7 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 11,9% respecto al año anterior. La rentabilidad mejora sustancialmente en relación al mismo periodo de 2022, pasando del 25,9% al 34,4%.

Desde su adquisición, **Making Science** ha reorientado la estrategia y las operaciones de este negocio para lograr un crecimiento rentable. Para ello, ha ejecutado un conjunto de iniciativas de reestructuración y mejora operativa a lo largo de 2022 y que se extenderá en 2023, centradas en la priorización del margen bruto frente al volumen, la racionalización de los costes de desarrollo de software, la optimización de la inversión en marketing digital y el rediseño de la logística.

Tabla 6. Cuenta de resultados contable de las inversiones en e-Commerce y Products

<i>Miles de euros</i>	H1 2022	H1 2023	23/22 growth
Importe Neto de la Cifra de Negocios	5.951	5.007	-15,9%
Aprovisionamientos	-4.409	-3.282	-25,6%
Margen Bruto	1.541	1.725	11,9%
<i>% del Importe Neto de la Cifra de Negocios</i>	<i>25,9%</i>	<i>34,4%</i>	
Trabajos realizados para el Activo	298	123	-58,6%
Gastos de Personal	-930	-662	-28,8%
<i>% del margen bruto</i>	<i>60,3%</i>	<i>38,4%</i>	
Otros gastos de explotación	-1.866	-1.206	-35,3%
<i>% del margen bruto</i>	<i>121,0%</i>	<i>70,0%</i>	
Otros ingresos de explotación	2	8	361,4%
EBITDA recurrente	-955	-13	98,7%
<i>% del margen bruto</i>	<i>-61,9%</i>	<i>-0,7%</i>	
Gastos de explotación no recurrentes	-163	-367	125,0%
EBITDA	-1.118	-380	66,0%
<i>% del margen bruto</i>	<i>-72,5%</i>	<i>-22,0%</i>	

Como resultado de todo ello, **Making Science** ha logrado alcanzar en su negocio de Inversiones en eCommerce y Products el *break-even* en el primer semestre de 2023, en contraste con la pérdida de 1,0 millón de euros que registró este segmento en el mismo periodo de 2022.