



Madrid, a 31 de octubre de 2023

Making Science Group, S.A. (en adelante, “Making Science”, “Making Science Group”, la “Compañía”, o el “Grupo”), en virtud de lo previsto en el artículo 17 del Reglamento (UE) no 596/2014 sobre abuso de mercado y en el artículo 227 del texto refundido de la Ley de Mercado de Valores, aprobado por el Real Decreto Legislativo 4/2015, de 23 de octubre, y disposiciones concordantes, así como en 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 a los 9 primeros meses de 2023:

1. Resumen de negocio de los 9 primeros meses de 2023
2. Cuenta de pérdidas y ganancias consolidada, resultados del negocio Core, resultado del negocio en España, resultado del negocio internacional y resultados del negocio de inversiones de los 9 primeros meses de 2023
3. Invitación para asistir a la presentación del avance de resultados del tercer trimestre de 2023 y los resultados financieros consolidados del periodo de seis meses terminado el 30 de junio de 2023, publicados en el BME Growth los días 31 y 30 de octubre respectivamente.

La presentación de resultados se ha programado a través de una conferencia telemática o webinar donde su Consejero Delegado explicará en detalle los resultados del tercer trimestre de 2023 y los resultados financieros consolidados del periodo de seis meses terminado el 30 de junio de 2023 y estará abierta a todos aquellos inversores, analistas y personas interesadas, que podrán seguir dicha presentación online y realizar las preguntas que consideren oportunas.

WEBINAR PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DEL TERCER TRIMESTRE Y PRIMER TRIMESTRE 2023

FECHA Y HORA: 2 DE NOVIEMBRE DE 2023, 10 AM

LINK WEBINAR: <https://us02web.zoom.us/j/86145606838>

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.

Puntos destacados en los resultados a septiembre de 2023

- Al cierre de septiembre el EBITDA recurrente¹ alcanza una cifra cercana a los 5 millones de euros en nuestro perímetro consolidado, con un crecimiento del 14,6% en nuestra cifra de negocio que ha alcanzando los 172 millones de euros en ingresos y un margen bruto que ha crecido un 14,8%, superior al crecimiento de las ventas, mostrando nuestro enfoque en la rentabilidad.
- En Estados Unidos, Google ha aprobado la condición de ReSeller -Sales Partner- desde enero de 2024 y hemos logrado la firma con nuestro primer cliente, un líder mundial del deporte. Estos logros nos permitirán acelerar la evolución del negocio en este mercado y confirman nuestra opción estratégica de un crecimiento orgánico en este país en el que esperamos que un tercio de nuestros ingresos globales provengan de este mercado en el futuro.
- En España hemos sido galardonados en los Google Marketing Partner Awards 2023 con dos primeros premios y el segundo puesto en las tres categorías evaluadas, destacando que los premios se han otorgado por el uso de tecnologías de IA desarrolladas internamente por Making Science durante los últimos años Gauss IA y Ad-Machina, permitiéndonos seguir diferenciándose de nuestros competidores.
- Making Science sigue innovando y recientemente ha anunciado el lanzamiento de BrandMax, una tecnología integrada dentro de la suite Gauss AI que crea estrategias de value based bidding para las campañas de branding, eficientando la inversión y mejora de la calidad de las audiencias. Esta tecnología ha sido probada con éxito en una importante cadena de hoteles mejorando las impresiones en un 83%, el Average Viewable Time en un 50% y reduciendo el CPM en un 42%.
- Making Science mantiene su excelencia, a través de las constantes certificaciones de sus equipos en productos, como también en Calidad, Medio Ambiente y Seguridad de la Información (ISO 9.001, 14.001 y 27.001), inversiones en Cyber Security y siempre centrados en nuestros valores corporativos de People & Culture.

¹ Excluye los gastos de naturaleza no recurrente, que principalmente son costos asociados a las actividades de reestructuración de e-Commerce (0,7 millones), incentivos especiales y adquisición de talento (0,3 millones), actividades de marketing (0,5 millones) y otros (0,3 millones) asociados a gastos legales de la reestructuración societaria, donaciones por el terremoto de Turquía y otros.

Making Science cierra los resultados a Septiembre de 2023 alcanzando un EBITDA recurrente de 4.948 mil euros en su perímetro consolidado². El EBITDA recurrente sería de de 6,6 millones si descontamos la inversión en talento sobre todo en USA, mercado en el que estamos desarrollando una estrategia de crecimiento orgánico con excelentes logros en este año, destacando la aprobación por parte de Google para ser ReSeller (“Sales Partner”) de la plataforma Google Marketing Platform (GMP) desde el 1 de enero de 2024³ y la firma de nuestro primer cliente, un líder mundial del deporte.

En este momento sólo existen 12 Sales Partners Full Stack de la plataforma por lo que esta certificación nos permitirá acelerar el desarrollo de negocios en un mercado en que nuestros ingresos representan menos del 1% mientras que otras firmas mundiales obtienen más del 50%⁴.

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 China⁵) 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.

La nueva certificación de Google en Estados Unidos se une a las existentes que tenemos globalmente en los distintos países en los que operamos, permitiéndonos entregar una amplia gama de productos y servicios a nuestros clientes, a los que se suman productos desarrollados por **Making Science** como Ad-Machina y Gauss AI, que en este año han 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, el segundo ORO ha sido para nuestra tecnología propietaria, Ad-Machina, en la categoría Industry Solution y 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 de más de seis años en Inteligencia Artificial.

Making Science, en su perímetro consolidado, muestra un crecimiento de su negocio del 14,6% sobre el mismo periodo del año anterior, alcanzando ventas de 172 millones de euros al cierre de septiembre de 2023. Su Margen Bruto crece en línea con el incremento de ventas, un 14,8% mostrando nuestro enfoque a la rentabilidad y resiliencia al mantener el crecimiento a pesar de un entorno macroeconómico de incertidumbre geopolítica, tipos de interés medios más altos y estanflación pero, a pesar de un entorno más difícil, **Making Science** continúa manteniendo su liderazgo en los mercados añadiendo nuevos clientes, que son cuentas grandes globales, tanto en España, Europa y Estados Unidos.

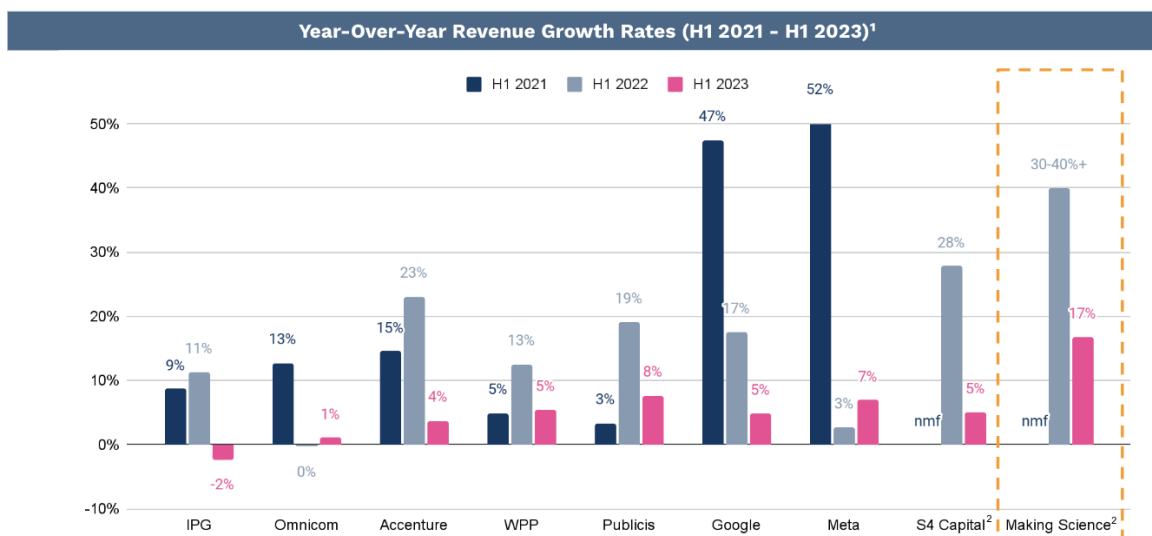
² Cifras no auditadas ni sujetas a revisión limitada.

³ [Aprobación "Reseller GMP" en EEUU](#)

⁴ Presentación de Resultados de Making Science de 2022 y avance de resultados de 1T 2023.

⁵ Fuente: Statista Digital Market Insights

Nuestra capacidad de dar mejores resultados se puede reflejar en este cuadro comparativo con otras empresas del sector, en la que vemos que **Making Science** sigue creciendo por encima de la media del sector en ingresos, esto es posible gracias a nuestros clientes, la estrategia de rentabilidad centrada en cross-selling, productos propios innovadores como Ad-Machina y Gauss AI que le dan gran valor a nuestros clientes, complementado con una estrategia de control de costes que busca asignar los recursos a las actividades según el retorno que se obtiene.



1. Source: Statista, annual and quarterly reports.
 2. H1 2022 presented on a like-for-like comparative basis. Data are not meaningful for H1 2021.

Estamos orgullosos de la confianza que nos demuestran nuestros clientes por su elección y, sobre todo, por saber que nuestra actual fase de crecimiento orgánico muestra resultados claros en los distintos mercados en los que operamos, así nuestro Negocio Internacional crece su margen bruto, a septiembre de este año, un 22,2% sobre el mismo período del año anterior, mientras que en España crece a un 8,9%; esta diversificación es clave para el crecimiento de los resultados y su estabilidad, que en el futuro esperamos una aportación de un tercio de ellos en España, un tercio en Estados Unidos y un tercio en el resto de geografías.

El incremento en las cifras de negocio se complementa con la estrategia de costes, que hemos seguido durante este año, y que ha permitido mantener controlados los gastos de personal en España entre el segundo y tercer trimestre (+2,2%) y un crecimiento de los gastos de personal consolidados de sólo un 2,5%. Esto permite que el EBITDA recurrente casi se duplique entre 2Q23 y 3Q23 (+97,6%), alcanzando los 1,6 millones de euros en el tercer trimestre versus los 0,8 millones de euros de 2Q23. Estas tendencias, de crecimiento del Margen Bruto y Control de Costes, se deberían mantener durante el cuarto trimestre de este año.

€ 000	2Q23	3Q23	Var. %
Margen Bruto	14.594	15.718	7,7
España	7.039	7.940	12,8
Internacional	6.564	6.923	5,5
Inversiones	990	855	-13,6
Gastos Personal	-11.497	-11.791	2,5
España	-6.178	-6.312	2,2
Internacional	-5.047	-5.182	2,7
Inversiones	-272	-297	9,1
Otros Gastos Adm.	-3.835	-3.729	-2,8
EBITDA Recurrente	811	1.603	97,6
España	474	985	107,6
Internacional	357	540	51,1
Inversiones	-21	77	-470,7

En resumen, en términos financieros **Making Science** ha continuado la senda de crecimiento mostrando resiliencia en la evolución de su Margen Bruto (+14,8%), un EBITDA recurrente y ajustado por la Inversión en Talento que crecería un 5,5%, optimizando sus costes durante los últimos trimestres, 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 y el ReSelling en Estados Unidos. Además, hemos seguido desarrollando nuestro compromiso de excelencia, a través de las certificaciones de sus equipos en productos, así como en en Calidad, Medio Ambiente y Seguridad de la Información (ISO 9.001, 14.001 y 27.001), inversión en Cyber Security 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 consolidada⁶ del Grupo correspondiente al cierre de septiembre de 2023, que incluyen tanto el negocio Core como las inversiones en e-Commerce y Productos.

Cuenta de resultados consolidada

<i>Miles de euros</i>	9M 2022	9M 2023	23/22 Growth (%)
Importe Neto de la Cifra de Negocios	149.828	171.758	14,6
Aprovisionamientos	-110.165	-126.216	14,6
Margen Bruto	39.662	45.543	14,8
<i>% del Importe Neto de la Cifra de Negocios</i>	26,5%	26,5%	
Trabajos realizados para el Activo	2.352	3.387	44,0
Gastos de Personal	-25.795	-33.705	30,7
<i>% del margen bruto</i>	65,0%	74,0%	
Otros gastos de explotación	-10.188	-10.819	6,2
<i>% del margen bruto</i>	25,7%	23,8%	
Otros ingresos de explotación	267	540	102,2
EBITDA recurrente	6.297	4.948	-21,4
<i>% del margen bruto</i>	15,9%	10,9%	
Gastos de explotación no recurrentes	-1.028	-1.970	91,6
EBITDA	5.269	2.978	-43,5
<i>% del margen bruto</i>	13,3%	6,5%	

Contablemente, el grupo ha reportado una cifra neta de negocios consolidada de 171,8 millones de euros hasta septiembre de 2023, frente a los 149,8 millones de euros del mismo periodo de 2022, lo que supone un crecimiento del 14,6%. El margen bruto consolidado se ha incrementado un 14,8% para alcanzar los 45,5 millones de euros.

Por otro lado, el EBITDA recurrente ha registrado un importe de 4,9 millones de euros, un 21% 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 que, ajustado por esta inversión en talento, el EBITDA crecería un 5,5% respecto al mismo periodo del año anterior, por lo que alcanzaría los 6,6 millones de euros.

⁶ Cifras no auditadas ni sujetas a revisión limitada.

3. Resultados del negocio Core a septiembre de 2023

A continuación, presentamos la cuenta de pérdidas y ganancias del negocio Core de **Making Science** correspondiente a los primeros nueve meses de 2023, que incluye las líneas de servicios de Marketing Digital, AdTech & MarTech y Cloud & Software.

Cuenta de resultados consolidados del negocio Core

<i>Miles de euros</i>	9M 2022	9M 2023	23/22 Growth (%)
Importe Neto de la Cifra de Negocios	141.599	164.269	16,0
Aprovisionamientos	-104.141	-121.306	16,5
Margen Bruto	37.458	42.963	14,7
<i>% del Importe Neto de la Cifra de Negocios</i>	26,5%	26,2%	
Trabajos realizados para el Activo	1.979	3.209	62,2
Gastos de Personal	-24.370	-32.746	34,4
<i>% del margen bruto</i>	65,1%	76,2%	
Otros gastos de explotación	-7.519	-9.067	20,6
<i>% del margen bruto</i>	20,1%	21,1%	
Otros ingresos de explotación	265	524	97,7
EBITDA recurrente	7.814	4.884	-37,5
<i>% del margen bruto</i>	20,9%	11,4%	
Gastos de explotación no recurrentes	-810	-1.532	89,1
EBITDA	7.004	3.352	-52,1
<i>% del margen bruto</i>	18,7%	7,8%	

El Importe Neto de la Cifra de Negocios de los nueve primeros meses de 2023 ascendió a 164,3 millones de euros en el negocio Core, mientras que el Margen Bruto ascendió a 43,0 millones de euros, mostrando crecimientos frente al mismo periodo de 2022 del 16,0% y del 14,7% respectivamente.

El importe de EBITDA recurrente descendió a 4,9 millones de euros, una variación del -37,5% respecto a los 7,8 millones de euros reportados en el mismo periodo del año anterior explicada por el mayor crecimiento de la partida de Gastos de Personal (34,4%) que el Margen Bruto a consecuencia de la Inversión en Talento.

A continuación, se ofrece un desglose adicional sobre las cifras contables de los dos segmentos geográficos, España e Internacional.

3.1 España

A septiembre de 2023 el negocio de España ha incrementado su cifra de ingresos y margen bruto respecto al mismo periodo de 2022: 15,8% y 8,9%, respectivamente.

Por otro lado, se ha incrementado la actividad de I+D del grupo 62,2% frente a los nueve primeros meses de 2022, centrada principalmente en el desarrollo de herramientas tecnológicas de alto valor para los clientes finales de **Making Science**, como Gauss AI o Ad-Machina.

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 36,7% para alcanzar 3,0 millones de euros.

La compañía espera una mejora significativa de los resultados en el Q4 en el segmento España debido a las medidas de eficiencia y al crecimiento del apalancamiento operativo.

Cuenta de resultados de España

<i>Miles de euros</i>	9M 2022	9M 2023	23/22 Growth (%)
Importe Neto de la Cifra de Negocios	83.134	96.257	15,8
Aprovisionamientos	-61.996	-73.245	18,1
Margen Bruto	21.138	23.012	8,9
<i>% del Importe Neto de la Cifra de Negocios</i>	25,4%	23,9%	
Trabajos realizados para el Activo	1.979	3.209	62,2
Gastos de Personal	-14.236	-18.222	28,0
<i>% del margen bruto</i>	67,3%	79,2%	
Otros gastos de explotación	-4.313	-5.363	24,3
<i>% del margen bruto</i>	20,4%	23,3%	
Otros ingresos de explotación	208	386	85,6
EBITDA recurrente	4.776	3.022	-36,7
<i>% del margen bruto</i>	22,6%	13,1%	
Gastos de explotación no recurrentes	-587	-1.305	122,3
EBITDA	4.188	1.717	-59,0
<i>% del margen bruto</i>	19,8%	7,5%	

En las cuentas de España se incluyen actividades que dan apoyo a las distintas unidades de negocio, incluidas las de Cyber Security, IT, y People & Culture, Marketing & Communications and Finance. Esta estructura vela por la consistencia de los procesos, controles y valores a través de la organización, buscando la transferencia rápida de mejores prácticas y creando un modelo de Hubs que permiten una mayor eficiencia operacional. Durante el año 2023 la compañía está invirtiendo en diferentes proyectos no recurrentes cuyo objetivo es simplificar procesos e incrementar la eficiencia.

3.2 Internacional

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 nueve 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 68,0 millones de euros en los primeros nueve meses de 2023, un 16,3% superior al mismo periodo de 2022. El Margen Bruto aportado por esta geografía es de 20,0 millones de euros, que representa un sólido crecimiento del 22,2% año contra año.

Cuenta de resultados contable del Negocio Internacional

<i>Miles de euros</i>	9M 2022	9M 2023	23/22 Growth (%)
Importe Neto de la Cifra de Negocios	58.465	68.012	16,3
Aprovisionamientos	-42.145	-48.061	14,0
Margen Bruto	16.320	19.951	22,2
<i>% del Importe Neto de la Cifra de Negocios</i>	27,9%	29,3%	
Trabajos realizados para el Activo	0	0	
Gastos de Personal	-10.133	-14.524	43,3
<i>% del margen bruto</i>	62,1%	72,8%	
Otros gastos de explotación	-3.206	-3.704	15,5
<i>% del margen bruto</i>	19,6%	18,6%	
Otros ingresos de explotación	57	138	142,1
EBITDA recurrente	3.038	1.861	-38,7
<i>% del margen bruto</i>	18,6%	9,3%	
Gastos de explotación no recurrentes	-222	-227	2,3
EBITDA	2.816	1.634	-42,0
<i>% del margen bruto</i>	17,3%	8,2%	

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 38,7% (+17,1% ajustado de la Inversión en Talento).

Inversión en Talento

<i>Miles de euros</i>	9M22	9M23	23/22 Growth (%)
Inversión en Talento	n.a.	1.695	
Cuenta Consolidada: Gastos de Personal	-25.795	-33.718	30,7
Gastos de Personal Consolidados sin Inv. en Talento	-25.795	-32.023	24,1
Cuenta Consolidada: EBITDA recurrente	6.297	4.947	-21,4
EBITDA Consolidado recurrente sin Inv. en Talento	6.297	6.642	5,5
Cuenta Negocio Internacional: Gastos de Personal	-10.133	-14.524	43,3
Gastos de Personal Negocio Internacional sin Inv. en Talento	-10.133	-12.829	26,6
Cuenta Negocio Internacional: EBITDA recurrente	3.038	1.861	-38,7
EBITDA Negocio Internacional recurrente sin Inv. en Talento	3.038	3.556	17,1

4. Resultados del negocio de Inversiones a 9M23

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 7,5 millones de euros entre enero y septiembre de 2023 con un margen bruto de 2,6 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 17,0% respecto al año anterior. La rentabilidad mejora sustancialmente en relación al mismo periodo de 2022, pasando del 26,8% 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.

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

<i>Miles de euros</i>	9M 2022	9M 2023	23/22 Growth (%)
Importe Neto de la Cifra de Negocios	8.229	7.489	-9,0
Aprovisionamientos	-6.024	-4.910	-18,5
Margen Bruto	2.205	2.580	17,0
<i>% del Importe Neto de la Cifra de Negocios</i>	26,8%	34,4%	
Trabajos realizados para el Activo	373	178	-52,3
Gastos de Personal	-1.426	-959	-32,7
<i>% del margen bruto</i>	64,7%	37,2%	
Otros gastos de explotación	-2.669	-1.752	-34,4
<i>% del margen bruto</i>	121,1%	67,9%	
Otros ingresos de explotación	2	16	700,0
EBITDA recurrente	-1.516	64	-104,2
<i>% del margen bruto</i>	-68,8%	2,5%	
Gastos de explotación no recurrentes	-219	-438	100,0
EBITDA	-1.735	-374	-78,4
<i>% del margen bruto</i>	-78,7%	-14,5%	

Como resultado de todo ello, **Making Science** ha logrado alcanzar en su negocio de Inversiones en eCommerce y Products el *break-even* a septiembre de 2023, en contraste con la pérdida de 1,5 millón de euros que registró este segmento en el mismo periodo de 2022.