

Madrid, a 31 de enero de 2024

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 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 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 al ejercicio 2023:

1. Resumen de negocio del ejercicio 2023
2. Guidance 2024
3. 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 del ejercicio 2023
4. Invitación para asistir a la presentación del avance de resultados del cuarto trimestre y cierre provisional de 2023 y los resultados financieros consolidados del periodo de doce meses terminado el 31 de diciembre de 2023, publicada en el BME Growth el día 17 de enero de 2024

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 cuarto trimestre y los resultados financieros consolidados preliminares del periodo de doce meses terminado el 31 de diciembre 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 CUARTO TRIMESTRE DE 2023 Y DEL EJERCICIO 2023 FECHA Y HORA: 1 DE FEBRERO DE 2024, 10 AM INSCRIPCIÓN AL WEBINAR:

https://us02web.zoom.us/webinar/register/WN_rTLmOBmhQYeH8_gXwqnuKw

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.

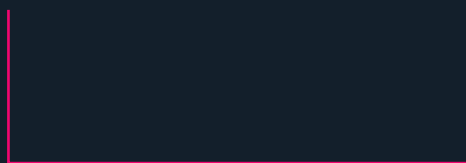
ENERO 2024



making
science

RESULTADOS

AVANCE DE RESULTADOS DEL 4T 2023 Y 2023



31 ENERO 2024

MADRID

COMUNICACIÓN CORPORATIVA



Quiénes SOMOS

Making Science es una empresa de **aceleración digital** internacional con más de 1.200 empleados y presencia en 15 países.

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

José Antonio Martínez Aguilar
CEO & Founder | Making Science



Making Science Group

Making Science Group es una consultora de Marketing y Tecnología que ayuda a las empresas a acelerar sus capacidades digitales, con más de 1200 empleados, repartidos en 22 oficinas y presencia en 15 países, cubriendo las necesidades de nuestros clientes a través de tres líneas de negocio: Marketing Digital, AdTech & MarTech y Tecnología Cloud & Software. Somos partners de los principales actores tecnológicos del sector, lo cual nos brinda una visión completa del ecosistema digital.

Como parte de nuestra apuesta por la innovación y el desarrollo tecnológico, Making Science ofrece a sus clientes capacidades end-to-end necesarias para la consultoría, desarrollo, integración y mantenimiento de soluciones avanzadas que ofrecen máxima escalabilidad, rentabilidad y eficiencia. Además, cuenta con una red global de “delivery hubs” que impulsan la creación de empleo y la disponibilidad de talento tecnológico altamente cualificado para el desarrollo de proyectos que aceleran la transformación y modernización.

Making Science fue fundada en 2016 con una Primera Fase de crecimiento enfocada en España y Portugal; en el año 2020 comienza una Segunda Fase tras la cotización en el BME Growth y Euronext con el objetivo de consolidar su presencia nacional y expansión internacional en los principales mercados europeos, en pro del crecimiento, la solvencia, la transparencia y la fidelización de sus profesionales. Ya de lleno en nuestra Fase Tres, iniciamos una nueva etapa con el crecimiento orgánico en Estados Unidos durante el año 2023 y la consolidación del trabajo como Reseller de Google en ese mercado a partir de enero de 2024, siendo uno de los 13 Sales Partners Full Stack de Google y el único en proveer 11 servicios certificados. La solidez, el tamaño, la diversificación y la rentabilidad son los cuatro ejes fundamentales de esta Tercera Fase, prevista dentro del “Plan 2027” de la compañía, que nos permitirá obtener apalancamiento operativo y economías de escala, así como dar servicio a clientes más globales y más grandes.

La política de Responsabilidad Social Corporativa de Making Science refleja los objetivos, valores e intereses de todos nuestros empleados, clientes, inversores y la comunidad internacional participando en diversas iniciativas, entre las que destacan, el Climate Pledge, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y la iniciativa Pledge 1%.

Making Science ha comenzado su Tercera Fase de crecimiento con la visión del Plan 2027 que prevé que **alcancemos un EBITDA recurrente entre 23 y 27 millones de euros en el ejercicio 2027**. En términos financieros, en el cuarto trimestre de 2023 hemos continuado la senda de crecimiento mostrando resiliencia en la evolución de su Margen Bruto +17,1% y un EBITDA recurrente, que ajustado por la Inversión en Talento crecería un 14% en doce meses. Nuestro 4Q23 muestra un **sólido EBITDA recurrente de €3,1 millones**, que significa terminar **el ejercicio 2023 con €8 millones acumulados**, o de €3,8 millones en 4Q23 y €10,5 millones en 12M23 si los ajustamos, respectivamente, por la Inversión en Talento. **Esto implica un crecimiento Like for Like comparado con 4Q22 en el EBITDA recurrente del negocio core de un 16,3% YoY.**

La estrategia de la compañía se ha basado en el foco en **la rentabilidad, generación de cash flow, reducción de deuda y optimización de costes** durante los últimos trimestres, unido a un claro enfoque a los clientes y liderazgo en soluciones propias y pioneras que han sido reconocidas por el mercado, obteniendo premios destacados por su ayuda a problemas reales de nuestros clientes. Además, hemos obtenido el contrato de ReSelling de Google Marketing Platform en Estados Unidos y adicionalmente seguimos 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.

Puntos destacados de los resultados del cuarto trimestre y del año 2023

- **Cerramos el año con un EBITDA recurrente de 8 millones de euros** en nuestro perímetro consolidado, con un crecimiento del 12,4% en nuestra cifra de negocio que ha alcanzado los 236 millones de euros en ingresos y un margen bruto que ha crecido un 17,1%, superior al crecimiento de la cifra de negocio, mostrando nuestro enfoque en la rentabilidad. Además, hemos logrado un **sólido cuarto trimestre de 3.1 millones de euros** de EBITDA recurrente, o de €3,8 millones si descontamos la Inversión en Talento.

- En diciembre de 2023, compartimos con el mercado Información Privilegiada¹ detallando El Plan 2027 que prevé que la Sociedad alcance un **EBITDA recurrente entre 23 y 27 millones de euros en el ejercicio 2027**, que supone una tasa de crecimiento anual compuesto entre 20% y 24% respecto al ejercicio 2022.



Puntos destacados de los resultados del cuarto trimestre y del año 2023

- Desde enero de 2024 ya **somos Google ReSeller -Sales Partner- en Estados Unidos** y ya hemos firmado nuestros primeros contratos con clientes.
- En España, hemos sido galardonados en los **Google Marketing Partner Awards 2023**, premios que reconocen a las compañías certificadas en la tecnología de GMP (Google Marketing Platform,) **con dos premios ORO y un premio PLATA**, fruto de la implementación de las tecnologías de IA, Gauss AI y Ad-Machina, desarrolladas por Making Science, lo que nos permite seguir diferenciándonos de nuestros competidores.
- Making Science sigue innovando y recientemente ha anunciado el **New Gauss Solution Cookie Deprecation Impact Tool, única herramienta del mercado** que permite medir el impacto que tendrá la eliminación de las cookies de terceros en 2024. La solución utiliza una combinación de tecnologías y técnicas de análisis de datos para proporcionar a las empresas información precisa y actualizada sobre dicho impacto y ofrece resultados en tan sólo una semana. Con datos de clientes, Making Science ha demostrado la caída de hasta un 30% en la tasa de conversión, lo que muestra la necesidad de apostar por las soluciones “First Party Data”.
- A estas nuevas soluciones de **Gauss AI** también se suma 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%.
- Estamos orgullosos de estar cada día más cerca de nuestros clientes, abriendo **nuevas oficinas en Chicago, Milán, Barcelona, Bogotá y A Coruña** que forman parte de nuestra presencia en 15 países a través de 22 oficinas. Además se ha invertido en la mejora de las oficinas centrales de **Madrid**.
- 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.

Making Science cierra los resultados a Diciembre de 2023 alcanzando un EBITDA recurrente de 8.054 mil euros en su perímetro consolidado². El EBITDA recurrente sería de 10,5 millones (+14% YoY) 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 ya tenemos firmados contratos con clientes.

En este momento sólo somos 13 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, competidoras de Making Science, obtienen más del 50% de su negocio⁴.

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.**

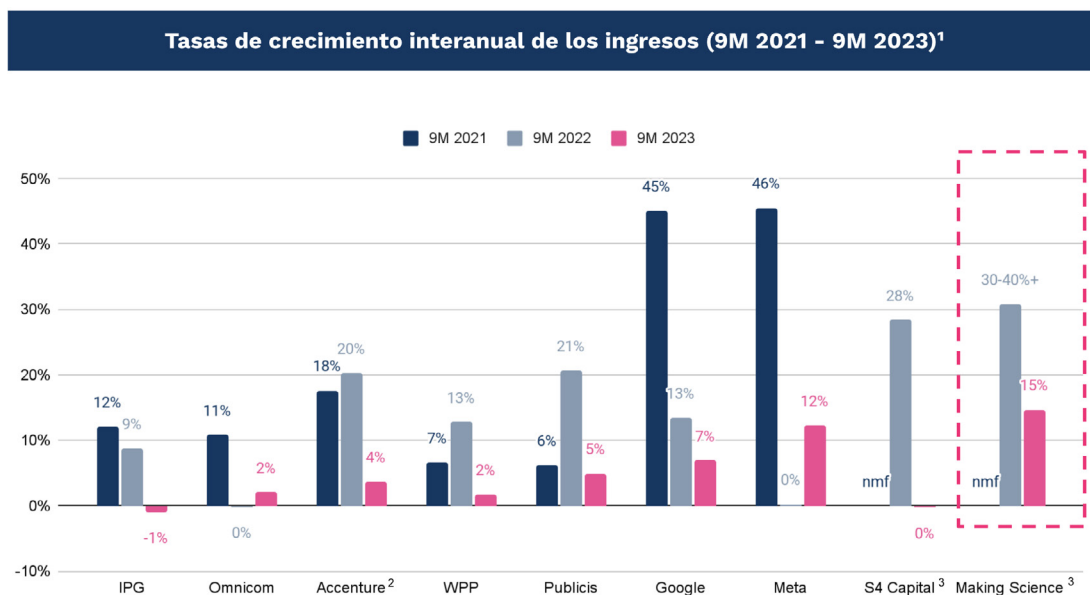
2. Cifras no auditadas ni sujetas a revisión limitada.

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

5. Fuente: Statista Digital Market Insights.

Making Science, en su perímetro consolidado, muestra un crecimiento de su negocio del 12,4% sobre el mismo periodo del año anterior, alcanzando ventas de 236 millones de euros al cierre de diciembre de 2023. Su Margen Bruto crece más que el incremento de ventas, un 17,1% 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.

Nuestra capacidad de dar mejores resultados se puede reflejar en el siguiente gráfico comparativo del crecimiento 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 con sus nuevas funcionalidades de **BrandMax y Cookie Deprecation Impact Tool** 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. Fuente: Statista, informes anuales y trimestrales.

2. Los periodos de 9M representan diciembre-agosto debido al cierre del ejercicio el 31 de agosto.

3. 9M 2022 presentado de manera comparativa like-for-like. Los datos no son significativos para 9M 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. **Nuestro Negocio Internacional crece su margen bruto, a diciembre de este año, un 22,1% sobre el mismo período del año anterior, mientras que en España crece a un 10,7%.** Esta diversificación es clave para el crecimiento de los resultados y su estabilidad, ya 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 con crecimientos intertrimestrales del Gastos de Personal menores al 3% desde 2Q hasta 4Q de este año y con una caída en los gastos de Administración (inferior a la inflación anual del país). Esto permite que el EBITDA recurrente casi se vaya más que duplicando, trimestre a trimestre, desde 2Q23, **alcanzando los 3,1 millones de euros en el cuarto trimestre** versus los 0,8 millones de euros de 2Q23 y los 1,6 millones de 3Q23. En el informe pasado (9M23) comentábamos que estas tendencias, de crecimiento del Margen Bruto y Control de Costes, se deberían mantener durante el cuarto trimestre de este año, algo que podemos verificar en el siguiente cuadro. Por otra parte, en la parte Internacional vemos otras dinámicas como consecuencia de nuestra estrategia de crecimiento en el mercado de Estados Unidos y en reforzar equipos comerciales en países de Europa, siempre alineados con nuestra estrategia de poder apalancar nuestro crecimiento en los centros de excelencia de España, Georgia y Colombia, desde donde entregamos servicios a nuestros clientes en distintas geografías.

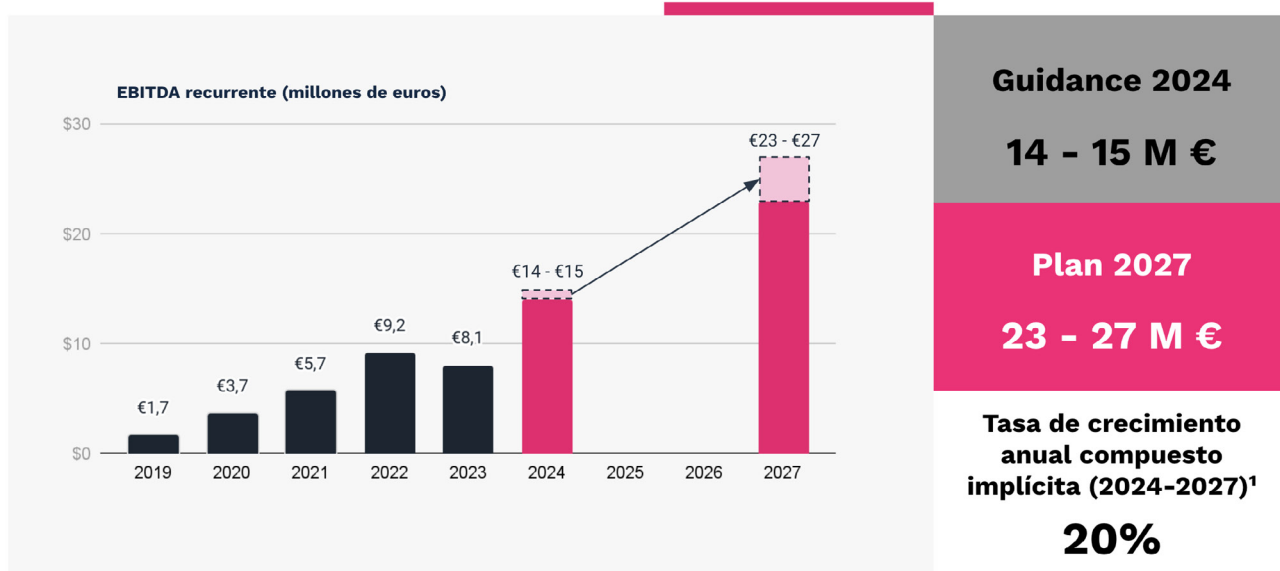
Cifras MSG en € '000	2Q23	3Q23	4Q23	Var % 3Q/2Q	Var % 4Q/3Q
Margen Bruto	14.593	15.720	18.775	7,7	19,4
Spain	7.039	7.942	9.332	12,8	17,5
International	6.564	6.923	8.028	5,5	16,0
Inversiones	990	855	1.415	-13,6	65,4
Gastos de Personal	-11.497	-11.791	-12.863	2,6	9,1
Spain	-6.178	-6.312	-6.481	2,2	2,7
International	-5.047	-5.182	-6.148	2,7	18,6
Inversiones	-272	-296	-235	9,0	-20,8
Gastos Administración	-3.835	-3.731	-4.284	-2,7	14,8
Spain	-1.833	-1.932	-1.689	5,4	-12,6
International	-1.201	-1.254	-1.543	4,4	23,0
Inversiones	-801	-545	-1.053	-31,9	93,1
EBITDA Recurrente	812	1.601	3.107	97,2	94,1
Spain	475	985	2.552	107,3	159,2
International	358	540	387	50,9	-28,4
Inversiones	-21	76	169	469,1	121,2

Guidance 2024

El Consejo de Administración de Making Science se reunió el 26 de enero y tras analizar las previsiones del año 2024 ha decidido por unanimidad aprobar una previsión de EBITDA recurrente para el año 2024 en el rango de **14 y 15 millones de euros**.

Estas previsiones no han sido objeto de trabajos de auditoría ni de revisión limitada.

En diciembre de 2023, hemos dado un Guidance al mercado sobre lo que esperamos sean nuestros resultados en el año 2027, descritos en el **Plan 2027**, que se ha diseñado para estructurar lo que será nuestra **Tercera Fase** de crecimiento. En ella, prevemos alcanzar un **EBITDA recurrente entre 23 y 27 millones de euros en el ejercicio 2027**, lo que supone una tasa de crecimiento anual compuesto entre 20% y 24% respecto al ejercicio 2022.



1. Basado en los puntos medios de los rangos

Los elementos que caracterizan la Fase 3 son:

LA COMPAÑÍA YA ES MUY GRANDE Y DIVERSIFICADA	LA COMPAÑÍA SE DOBLA EN TAMAÑO CADA 3 O 4 AÑOS	SE OBTIENE MUCHO MAYOR APALANCAMIENTO OPERATIVO Y ECONOMÍAS DE ESCALA	
LA LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA DE LOS RECURSOS DE LA COMPAÑÍA LA HACEN MÁS RENTABLE	LA COMPAÑÍA PUEDE DAR SERVICIO A CLIENTES MÁS GLOBALES Y MÁS GRANDES	LA COMPAÑÍA SERÁ MÁS RENTABLE	



Siendo los elementos claves de este Plan 2027:

#01

Mantener el crecimiento orgánico en los países en los que la empresa opera, enfocado en la rentabilidad de los clientes, márgenes y flujo de caja

#02

Rápido crecimiento del negocio en EE.UU., aprovechando las capacidades de GMP Reseller a partir del 1 de enero de 2024

#03

Ampliación oportunista de la presencia internacional mediante adquisiciones

#04

Desarrollo y adquisición de capacidades tecnológicas adicionales que sean factores diferenciadores para los clientes

Cuenta de Pérdidas y Ganancias consolidada

A continuación, presentamos la cuenta de pérdidas y ganancias consolidada⁶ del Grupo correspondiente al cierre de diciembre de 2023, que incluyen tanto el negocio Core como las inversiones en e-Commerce y Productos.

MSG Consolidado, € '000	4Q22	4Q23	12M22	12M23	Var % 4Q 23/22	Var % 12M 23/22
Negocio	60.305	64.384	210.132	236.145	6,8	12,4
Costo de Venta	-45.016	-45.610	-155.181	-171.825	1,3	10,7
Margen Bruto	15.289	18.775	54.951	64.320	22,8	17,1
Trabajos para el Activo	906	1.309	3.258	4.696	44,4	44,1
Costos de Transformación	-13.437	-17.147	-49.420	-61.673	27,6	24,8
<i>Gastos de Personal</i>	<i>-10.381</i>	<i>-12.863</i>	<i>-36.176</i>	<i>-46.568</i>	<i>23,9</i>	<i>28,7</i>
<i>Gastos de Administración</i>	<i>-3.056</i>	<i>-4.284</i>	<i>-13.244</i>	<i>-15.105</i>	<i>40,2</i>	<i>14,1</i>
Otros Ingresos	134	171	401	711	27,7	77,4
EBITDA Recurrente	2.892	3.107	9.190	8.054	7,4	-12,4
Gastos no Recurrentes	-626	-661	-1.654	-2.628	5,6	58,9
EBITDA	2.266	2.446	7.536	5.427	8,0	-28,0
<i>Inversión en Talento</i>		724		2.419		
EBITDA Recurrente Ajustado	2.892	3.831	9.190	10.474	32,5	14,0

6. Cifras no auditadas ni sujetas a revisión limitada.

Contablemente, el grupo ha reportado una cifra neta de negocios consolidada de 236 millones de euros hasta diciembre de 2023, frente a los 210 millones de euros del mismo periodo de 2022, lo que supone un crecimiento del 12,4%. El margen bruto consolidado se ha incrementado un 17,1% para alcanzar los 64 millones de euros.

Por otro lado, el EBITDA recurrente ha registrado un importe de 8 millones de euros, un 12,4% 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 14% respecto al mismo periodo del año anterior, por lo que alcanzaría los 10,5 millones de euros.**

El cuarto trimestre estanco muestra un sólido resultado con un EBITDA de 3,1 millones, superior al del cuarto trimestre del 2022 (+7,4%), un Margen Bruto que crece un 22,8% sobre 4Q22 y el incremento de los Costes de Transformación son consecuencia de la Inversión en Talento, aunque analizando trimestre a trimestre, vemos la contención de la evolución, tanto del Gasto de Personal como de Administración, en especial en España, ya que en los otros mercados estamos ampliando equipos comerciales pero siempre bajo nuestro modelo de proveer servicios desde nuestros centros de excelencia de España, Georgia y Colombia.

En cuanto a los gastos no recurrentes, en 2023 se produjo un aumento de los gastos no recurrentes del 59%, pasando de 1,6 millones de euros en 2022 a 2,6 millones de euros en 2023. El aumento se debe principalmente a la finalización de la reestructuración de Ventis, a un importante evento de marketing único, a la reestructuración societaria y a otros gastos, como la preparación de la empresa para adoptar IFRS. A continuación se muestra el detalle completo de los principales grupos de gastos no recurrentes:

€	2022	2023	Comentarios
M&A	425.967	59.729	Abogados y asesores Due Diligence, gastos ejecución de acuerdos
Ampliación de capital	57.437	40.261	Bancos, mercado, abogados, asesores
Reestructuración societaria	0	408.179	Abogados y asesores
Turnaround de Ventis	613.954	444.668	Indemnizaciones y ajustes operativos
Otros ajustes operativos y de optimización	439.418	1.019.719	Consultoría asociada al cambio a IFRS, indemnizaciones, headhunters, asesores legales/laborales
Otros no recurrentes	116.963	655.021	Donaciones, eventos marketing one-off USA (2023), y otros
Total	1.653.739	2.627.578	

Resultados del negocio Core a diciembre de 2023

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

Core Business, € '000	4Q22	4Q23	12M22	12M23	Var % 4Q 23/22	Var % 12M 23/22
Negocio	57.913	61.098	199.511	225.370	5,5	13,0
Costo de Venta	-43.240	-43.738	-147.381	-165.044	1,2	12,0
Margen Bruto	14.673	17.360	52.130	60.326	18,3	15,7
Trabajos para el Activo	833	1.270	2.813	4.479	52,5	59,2
Costos de Transformación	-12.460	-15.860	-44.349	-57.675	27,3	30,0
<i>Gastos de Personal</i>	<i>-9.763</i>	<i>-12.629</i>	<i>-34.133</i>	<i>-45.374</i>	<i>29,4</i>	<i>32,9</i>
<i>Gastos de Administración</i>	<i>-2.697</i>	<i>-3.232</i>	<i>-10.216</i>	<i>-12.301</i>	<i>19,8</i>	<i>20,4</i>
Otros Ingresos	103	168	368	692	63,4	88,1
EBITDA Recurrente	3.149	2.938	10.962	7.822	-6,7	-28,6
Gastos no Recurrentes	-230	-654	-1.040	-2.183	184,3	109,9
EBITDA	2.919	2.284	9.922	5.639	-21,7	-43,2
<i>Inversión en Talento</i>		724		2.419		
EBITDA Recurrente Ajustado	3.149	3.662	10.962	10.241	16,3	-6,6

El Importe Neto de la Cifra de Negocios de los doce meses de 2023 ascendió a 225 millones de euros en el negocio Core, mientras que el Margen Bruto ascendió a 60,3 millones de euros, mostrando crecimientos frente al mismo periodo de 2022 del 13,0% y del 15,7% respectivamente.

El importe de EBITDA recurrente descendió a 7.822 mil euros, una variación del -28,6% respecto a los 10.962 mil euros reportados en el mismo periodo del año anterior explicada por el mayor crecimiento de la partida de Gastos de Personal (32,9%) que el Margen Bruto a consecuencia de la Inversión en Talento.

El desarrollo de los mercados internacionales está alineado con nuestra estrategia de crecimiento, para **obtener un tercio de nuestros resultados en España, un tercio en USA y un tercio en las otras geografías.**

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

Negocio España

En los 12 meses de enero a diciembre de 2023, el negocio de España ha incrementado su cifra de ingresos y margen bruto respecto al mismo periodo de 2022: 12,3% y 10,7%, respectivamente.

Por otro lado, se ha incrementado la actividad de I+D del grupo 59,2% frente a los doce 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, inversión que ha sido reconocida con los premios obtenidos.

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 USA, 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 16,8% para alcanzar 5,6 millones de euros.

Comentábamos en el informe pasado (9M23) que esperábamos una recuperación significativa de los resultados en el Q4 en el segmento España debido a las medidas de eficiencia y al crecimiento del apalancamiento operativo, lo que se demuestra en los resultados que estamos publicando.

Negocio España, € '000	4Q22	4Q23	12M22	12M23	Var % 4Q 23/22	Var % 12M 23/22
Negocio	33.252	34.444	116.386	130.705	3,6	12,3
Costo de Venta	-25.176	-25.112	-87.172	-98.357	-0,3	12,8
Margen Bruto	8.076	9.332	29.214	32.347	15,6	10,7
Trabajos para el Activo	833	1.270	2.813	4.479	52,5	59,2
Costos de Transformación	-7.037	-8.170	-25.586	-31.757	16,1	24,1
<i>Gastos de Personal</i>	<i>-5.503</i>	<i>-6.481</i>	<i>-19.739</i>	<i>-24.703</i>	<i>17,8</i>	<i>25,1</i>
<i>Gastos de Administración</i>	<i>-1.534</i>	<i>-1.689</i>	<i>-5.847</i>	<i>-7.055</i>	<i>10,1</i>	<i>20,7</i>
Otros Ingresos	53	119	261	505	124,3	93,4
EBITDA Recurrente	1.925	2.552	6.702	5.574	32,5	-16,8
Gastos no Recurrentes	-27	-552	-614	-1.855	1945,6	202,0
EBITDA	1.898	1.999	6.088	3.719	5,3	-38,9

Negocio España

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.

El EBITDA del segmento España incluye los gastos del corporativo. Si eliminamos el crecimiento de los costes corporativos el EBITDA del mercado español crecería al mismo nivel o superior al del margen bruto.

Negocio 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 doce 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 el mes de agosto de 2023 anunciamos que Making Science, a través de su filial, Making Science Marketing & Adtech, SLU, adquirió un 6,34% adicional de las acciones de United Communications Partners Inc. ("UCP"), propietario de Tre Kronor, aumentando la participación de Making Science en UCP hasta el 76,14%.

En su segmento internacional, **Making Science** ha obtenido unos ingresos de 94,7 millones de euros en los doce meses de 2023, un 13,9% superior al mismo periodo de 2022. El Margen Bruto aportado por esta geografía es de 28 millones de euros, que representa **un sólido crecimiento del 22,1% año contra año.**

Negocio Internacional, € '000	4Q22	4Q23	12M22	12M23	Var % 4Q 23/22	Var % 12M 23/22
Negocio	24.661	26.653	83.126	94.665	8,1	13,9
Costo de Venta	-18.064	-18.626	-60.209	-66.686	3,1	10,8
Margen Bruto	6.597	8.028	22.917	27.979	21,7	22,1
Trabajos para el Activo	0	0	0	0	n.a.	n.a.
Costos de Transformación	-5.424	-7.690	-18.764	-25.918	41,8	38,1
<i>Gastos de Personal</i>	<i>-4.261</i>	<i>-6.148</i>	<i>-14.394</i>	<i>-20.672</i>	<i>44,3</i>	<i>43,6</i>
<i>Gastos de Administración</i>	<i>-1.163</i>	<i>-1.543</i>	<i>-4.370</i>	<i>-5.246</i>	<i>32,6</i>	<i>20,1</i>
Otros Ingresos	50	49	108	187	-1,1	73,5
EBITDA Recurrente	1.223	387	4.261	2.248	-68,4	-47,2
Gastos no Recurrentes	-204	-102	-426	-328	-50,2	-22,9
EBITDA	1.019	285	3.835	1.920	-72,0	-49,9

Inversión en Talento

724

2.419

EBITDA Recurrente Ajustado	1.223	1.111	4.261	4.668	-9,2	9,5
Gasto de Personal Ajustado	-4.261	-5.424	-14.394	-18.252	27,3	26,8

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 USA. 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 47,2% (+9,5% ajustado de la Inversión en Talento).



Resultados del negocio de Inversiones a 12M23

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 10,8 millones de euros entre enero y diciembre de 2023 con un margen bruto de 4 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 41,6% respecto al año anterior. La rentabilidad mejora sustancialmente en relación con el mismo periodo de 2022, logrando un EBITDA recurrente positivo de 233 mil euros frente a la pérdida de 1.8 millones de euros del año anterior.

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 extendió durante el año 2023, centradas en la priorización del margen bruto frente al volumen, redefiniendo la oferta de productos, la racionalización de los costes de desarrollo de software, la optimización de la inversión en marketing digital mediante herramientas con inteligencia artificial y el rediseño de la logística.

Inversiones, € '000	4Q22	4Q23	12M22	12M23	Var % 4Q 23/22	Var % 12M 23/22
Negocio	2.392	3.287	10.621	10.776	37,4	1,5
Costo de Venta	-1.776	-1.872	-7.800	-6.781	5,4	-13,1
Margen Bruto	616	1.415	2.821	3.994	129,7	41,6
Trabajos para el Activo	73	38	446	217	-47,3	-51,4
Costos de Transformación	-975	-1.287	-5.071	-3.997	32,0	-21,2
<i>Gastos de Personal</i>	-617	-235	-2.043	-1.193	-62,0	-41,6
<i>Gastos de Administración</i>	-358	-1.053	-3.028	-2.804	194,0	-7,4
Otros Ingresos	31	3	33	19	-90,8	-42,1
EBITDA Recurrente	-255	169	-1.772	233	166,2	113,1
Gastos no Recurrentes	-395	-7	-614	-445	-98,3	-27,6
EBITDA	-650	162	-2.386	-212	124,9	-91,1

Inversiones en 2023, deuda y efectivo a 31 de diciembre de 2023

A 31 de diciembre de 2023, **Making Science** disponía de un saldo de tesorería de 17,8 millones de euros (cifra no auditada), lo que representa un aumento de 4,3 millones de euros con respecto al saldo de 13,5 millones de euros a 30 de junio de 2023.

Como se explica en la nota que acompañó los estados financieros del 30 de junio de 2023, la disminución de la tesorería en el primer semestre de 2023 se debió principalmente a una variación negativa del capital circulante, la cual se ha revertido como se esperaba en el segundo semestre. Además de aumentar su saldo de tesorería en el segundo semestre de 2023, durante esta segunda parte del año se pagaron 4,3 millones de earn-outs y pagos aplazados relacionados con adquisiciones hechas en los últimos años. Además, durante el segundo semestre, se ha amortizado deuda por casi 2,4 millones de euros, correspondientes a los vencimientos calendarizados de la deuda de largo plazo para ese período.

Los detalles completos de la deuda neta a 31 de diciembre de 2023 se publicarán en los próximos estados financieros auditados.

Adopción de IFRS

Making Science está trabajando, con el apoyo de una Big 4, para publicar sus Estados Financieros Consolidados auditados, para el período de cierre de 2023, en IFRS.

Este nuevo estándar de reporte permitirá que la información financiera sea comparable con otras empresas de su mercado y permitirá más transparencia en su información, tanto para sus accionistas como otros stakeholders.

La información financiera contenida en este documento ha sido realizada bajo la norma actual (NOFCAC).

Los principales cambios respecto a la información actual serán:

1. IFRS 38. Tratamiento del Fondo de Comercio. En la norma actual (NOFCAC) se estaban amortizando los fondos de comercio generados de las adquisiciones de sociedades que hemos realizado, en un plazo de 10 años. Bajo el nuevo estándar no habrá amortización de fondo de comercio, revirtiéndose lo que ya hemos amortizado. Adicionalmente, no se prevé un deterioro de las inversiones realizadas dado que estamos cumpliendo los planes de negocio.



Adopción de IFRS

2. IFRS 16. Tratamiento de los arrendamientos financieros. Esto implica que para los arrendamientos identificados como financieros, principalmente de nuestras oficinas, ya no tendremos el coste de arrendamientos, en los gastos de administración, sino que serán reclasificados entre intereses financieros y amortizaciones, con el consecuente impacto positivo en nuestro EBITDA.

3. IFRS 9. El grupo adoptará un modelo de pérdida esperada de sus Cuentas por Cobrar. En la adopción de la norma, se constituye un stock inicial de provisiones contra patrimonio y después la estimación de la pérdida esperada es calculada anualmente. No esperamos impactos significativos debido a esta aplicación en el EBITDA anual. El grupo ha tomado las medidas para reforzar el modelo de cobros y su seguimiento para gestionar este cambio.

De acuerdo con el análisis del consultor y a falta de ser acordados con el auditor la aplicación del cambio a IFRS genera impactos positivos en el resultado de la compañía y en el EBITDA.

Ampliaciones de capital y recursos para ejecutar el plan estratégico

Durante el periodo 2022-2023 Making Science ha realizado fuertes inversiones en:

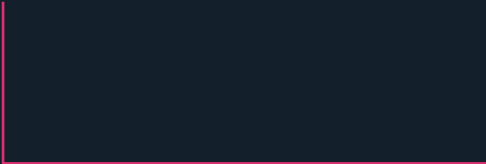
1. Turnaround de Ventis
2. Compra de participaciones en filiales (Celsius y Tre-Kronor)
3. Inversión en talento en USA para conseguir el estatus de reseller de Google Marketing Platform.

La Compañía considera que a medida que los retornos de las inversiones realizadas en los años 2022 y 2023 se van consolidando durante el año 2024 debe reanudar la senda de expansión inorgánica internacional con el objetivo de obtener los resultados de su plan estratégico.

En este sentido, el Consejo de Administración de la Compañía celebrado el 26 de enero de 2024 aprobó y autorizó al Consejero Delegado a iniciar las conversaciones y trámites encaminados a encontrar a inversores que acompañen a la Compañía en esta nueva etapa de expansión.



GRACIAS



**making
science**