



Making Science está especializada en soluciones integrales de tecnología y marketing para el negocio digital. Su modelo de negocio responde a la creciente necesidad de las empresas de digitalizarse en toda su cadena de valor, particularmente en el área de marketing. Opera en los mercados de publicidad digital, analítica de datos, e-commerce y cloud.

Datos de Mercado

Nombre	valor
Capitalización de Mercado:	39.901.995,00
Último (12/05/2020):	5,65
Rentabilidad Anual (2020):	76,60%
Precio de Salida (21/02/2020):	3,20
Precio Mínimo:	3,26
Precio Máximo:	6,90

Principales Accionistas

Nombre	valor
The Science of Digital	75,70%
Álvaro Verdeja Junco	8,40%

Datos Financieros	2017	2018	2019
Cifra de Negocio (miles €)	13.473,00	18.840,00	35.531,35
Ebitda (miles €)	1.120,00	-2.000,97	2.161,90
Amortización y Depreciación (miles €)	-25,00	-79,76	-542,30
EBIT (miles €)	1.095,00	-2.080,73	1.619,60
Gastos Financieros (miles €)	-3,00	-79,27	-201,70
Impuestos (miles €)	-174,00	-239,00	-166,28
Resultado Neto (miles €)	918,00	-2.399,08	1.270,22
Activos (miles €)	10.291,00	17.191,28	28.017,00
Capital Circulante (miles €)	2.057,00	-2.222,79	-1.606,00
Inmovilizado Material (miles €)	134,00	176,02	291,00
Deuda Financiera (miles €)	4.792,00	5.179,63	8.824,00
Ampliaciones de Capital (miles €)	0,00	27,98	1.474,00
Acciones en Circulación (miles)	4.000,00	4.000,00	7.062,00
Volumen de Negociación (miles €)	N.A.	N.A.	N.A.
PER Medio	N.A.	N.A.	N.A.
Beneficio por Acción	0,23	-0,60	0,18
Cifra de Negocio por Acción	3,37	4,71	5,03
Ebitda por Acción	0,28	-0,50	0,31
Cash Flow por Acción	0,00	0,00	0,33
Valor Contable por Acción	-0,01	0,18	0,35
Margen Bruto	47,60%	47,76%	26,60%
Margen Explotación	8,31%	-10,62%	6,08%
Ratio Cobertura Intereses	365,00	26,25	8,03
Rentabilidad del Capital	49,98%	-2.885,20%	-96,35%
Deudas por Recursos Propios	-140,94	7,01	3,60
Deuda Financiera Neta / Ebitda	1,95	0,35	0,30
Return on Assets (ROA)	8,92%	-17,46%	5,62%
Return on Equity (ROE)	-2.700,00%	-680,59%	79,69%

Análisis Financiero

La incorporación al Mercado Alternativo Bursátil de Making Science es el resultado de la consolidación de distintas compañías. La suma de sus actividades, a lo largo del ejercicio 2019 fue de 35,53 millones de euros, aproximadamente el doble que el año anterior. La compañía cerró con un beneficio neto de 1,27 millones de euros.

En 2019 los servicios procedentes del área de medios representó el mayor porcentaje de ingresos, un 72,8% en comparación con proyectos de menor factura. En términos de márgenes, el resultado bruto por ventas fue un 26,6%, por debajo del promedio de los últimos años, mientras que el margen de explotación (EBITDA sobre ventas) se situó en un 6,08%.

Desde el punto de vista de la estructura financiera, el grupo cerró a 31 de diciembre con una deuda de 8,82 millones de euros. Equivalente a 3,6 veces sus recursos propios. A lo largo de este último ejercicio ejecutó una ampliación de capital por un total de 1,5 millones de euros, con el objetivo de rebajar el apalancamiento financiero. Aunque, tras esta operación, debemos destacar el déficit en el capital circulante por un total de 1,61 millones de euros, que presentaba a finales de año.

En términos de mercado, Making Science se incorporó el 21 de febrero del ejercicio 2020, valorada en 3,2 euros por título. Desde entonces, los títulos de la cotizada han aumentado más de un 75% en el parque.

Modelo de Negocio

Making Science Group es el resultado de la combinación de distintas sociedades, que desarrollan actividades en el sector de la consultoría en entornos digitales. Sus principales mercados son la publicidad digital, la analítica de datos, ecommerce y actividades de cloud.

La compañía desarrolla campañas de publicidad digital; servicios de agencia de medios y tecnología, como intermediario en la compra de espacio publicitario digital. También implementa tecnología en medición de datos publicitarios, en el ámbito del análisis de datos. Así como ofrece servicios de desarrollo y mantenimiento de páginas web, plataformas, sistemas de planificación de recursos empresariales (ERP), sistemas de gestión de la relación con clientes (CRM) y sistemas cloud.

El modelo se basa en la compra de medios y tecnología a terceros, además del coste de horas computadas por los consultores y desarrolladores. Según la compañía, sus recursos están sobredimensionados para absorber el crecimiento de la facturación esperada para los próximos ejercicios.

Además de la inyección de fondos propios, Making Science espera aprovechar las características del MAB para la adquisición de otras compañías, ampliar la base de accionistas y proporcionar una valoración objetiva. Además de fidelizar al personal, también visibiliza su marca, mejora la transparencia y la solvencia frente a clientes y proveedores.