



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:	27.684.216,00
Último (24/03/2020):	3,92
Rentabilidad Anual (2020):	22,50%
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	2014	2015	2016	2017	2018	2019-1
Cífra de Negocio (miles €)	N.A.	N.A.	N.A.	13.473,00	18.840,00	16.655,35
Ebitda (miles €)	N.A.	N.A.	N.A.	1.120,00	-2.000,97	863,65
Amortización y Depreciación (miles €)	N.A.	N.A.	N.A.	-25,00	-79,76	-82,26
EBIT (miles €)	N.A.	N.A.	N.A.	1.095,00	-2.080,73	781,39
Gastos Financieros (miles €)	N.A.	N.A.	N.A.	-3,00	-79,27	-104,36
Impuestos (miles €)	N.A.	N.A.	N.A.	-174,00	-239,00	-141,26
Resultado Neto (miles €)	N.A.	N.A.	N.A.	918,00	-2.399,08	585,58
Activos (miles €)	N.A.	N.A.	N.A.	10.291,00	17.191,28	19.070,20
Capital Circulante (miles €)	N.A.	N.A.	N.A.	2.057,00	-2.222,79	70,89
Inmovilizado Material (miles €)	N.A.	N.A.	N.A.	134,00	176,02	340,93
Deuda Financiera (miles €)	N.A.	N.A.	N.A.	4.792,00	5.179,63	7.237,17
Ampliaciones de Capital (miles €)	N.A.	N.A.	N.A.	0,00	27,98	0,00
Acciones en Circulación (miles)	N.A.	N.A.	N.A.	4.000,00	4.000,00	4.000,00
Volumen de Negociación (miles €)	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
PER Medio	N.A.	N.A.	N.A.	0,00	0,00	N.A.
Beneficio por Acción	N.A.	N.A.	N.A.	0,23	-0,60	0,15
Cífra de Negocio por Acción	N.A.	N.A.	N.A.	3,37	4,71	4,16
Ebitda por Acción	N.A.	N.A.	N.A.	0,28	-0,50	0,22
Cash Flow por Acción	N.A.	N.A.	N.A.	0,00	0,00	0,00
Valor Contable por Acción	N.A.	N.A.	N.A.	-0,01	0,18	0,68
Margen Bruto	N.A.	N.A.	N.A.	47,60%	47,76%	35,15%
Margen Explotación	N.A.	N.A.	N.A.	8,31%	-10,62%	5,19%
Ratio Cobertura Intereses	N.A.	N.A.	N.A.	365,00	26,25	7,49
Rentabilidad del Capital	N.A.	N.A.	N.A.	49,98%	-2.885,20%	N.A.
Deudas por Recursos Propios	N.A.	N.A.	N.A.	-140,94	7,01	2,67
Deuda Financiera Neta / Ebitda	N.A.	N.A.	N.A.	1,95	0,35	N.A.
Return on Assets (ROA)	N.A.	N.A.	N.A.	8,92%	-17,46%	N.A.
Return on Equity (ROE)	N.A.	N.A.	N.A.	-2.700,00%	-680,59%	N.A.

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 2018, fue de 18,84 millones de euros, un 40% más que el ejercicio anterior. La compañía cerró este ejercicio con pérdidas por valor de 2,4 millones de euros, mientras que el primer semestre de 2019 lo hizo con beneficios.

En 2019 la cifra de ventas alcanzó los 16,7 millones de euros, procedente de dos segmentos de negocio. La publicidad digital representó un 85,4% del total de las ventas, y el resto tuvo su origen en los contratos por la analítica de datos.

En términos de márgenes, en el último período auditado el resultado bruto por ventas fue un 35,15%, por debajo del promedio de los últimos años, mientras que el margen de explotación (EBITDA sobre ventas) se situó en un 5,19%.

Desde el punto de vista de la estructura financiera, el grupo cerró a 30 de junio con una deuda de 7,24 millones de euros. Equivalente a 2,67 veces sus recursos propios. Una de las principales medidas para aliviar esta situación fue la suscripción de acciones para su incorporación a bolsa. Esta operación, pendiente de reflejarse en los resultados, le permitió inyectar recursos propios por un total de 1,15 millones de euros. Moderará su nivel de apalancamiento, además de mejorar el capital circulante de la compañía.

En términos de mercado, Making Science se incorporó el 21 de febrero, valorada en 3,2 euros por título. Desde entonces, los títulos de la cotizada han aumentado más de un 20% en el parqué.

Modelo de Negocio

Making Science Group es el resultado de la combinación de seis 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.

En estos mercados, 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.