



Madrid, a 17 de mayo 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 trimestre de 2023:

1. Resumen de negocio del primer trimestre de 2023
2. Cuenta de pérdidas y ganancias consolidadas de 2023
3. Resultados del negocio Core del primer trimestre de 2023
4. Resultados del negocio de inversiones del primer trimestre 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 Trimestre 2023

Making Science Group, SA
The Digital Acceleration Company



1. Resumen de negocio del primer trimestre de 2023

En el primer trimestre de 2023 **Making Science** ha continuado creciendo de manera sostenida, tanto a nivel de ingresos como de rentabilidad, alcanzando un **importe neto de la cifra de negocios de 54,0 millones de euros y un margen bruto de 15,2 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 36,2% y del 29,5% respectivamente comparado con las cifras del mismo periodo de 2022**. El resultado bruto de explotación excluyendo gastos no recurrentes¹ (EBITDA recurrente) ha sido 2,5 millones de euros en el mismo periodo, un crecimiento del 28,3% con respecto a los 2,0 millones de euros generados en los tres primeros meses del año anterior.

El negocio *Core* de **Making Science**, que comprende las líneas de servicios de Marketing Digital, AdTech & MarTech y Cloud & Software, ha **reportado en los tres primeros meses del año una facturación de 51,6 millones de euros**, un crecimiento del 36,0% sobre la cifra equivalente de 2022, que fue de 38,0 millones de euros. **El margen bruto ha experimentado asimismo un crecimiento del 28,5% para alcanzar los 14,5**. Un crecimiento fundamentalmente orgánico dado que la compañía no ha realizado ninguna nueva adquisición en el periodo, aunque ha incrementado su participación en Celsius del 73% al 100%, consolidada por integración global².

En este periodo, **Making Science** ha incrementado su inversión en OPEX orientado al crecimiento orgánico de la compañía, lo que se ha traducido en el mantenimiento del EBITDA recurrente en 2,5 millones de euros, un crecimiento del 1,0%, para **acelerar el crecimiento orgánico en los próximos trimestres**. Esta inversión ha consistido en la contratación de equipos comerciales en varios países, el refuerzo del área de AdTech y MarTech global, localizado en España, así como la incorporación de un equipo de ex-ejecutivos de Google en EEUU con más de 25 años de experiencia en tecnología y ventas con el objetivo de multiplicar su presencia en el mercado norteamericano.

Making Science continúa creciendo sólidamente de forma orgánica y diversificada geográficamente, creciendo el negocio tanto en España, logrando un margen bruto de 8,0 millones de euros (crecimiento del 21,2% de margen bruto), como internacionalmente, con crecimiento del margen bruto del 39,0%, resultando una cifra de 6,5 millones de euros respectivamente. **El segmento internacional representa ya, en los primeros 3 meses de 2023, un 44,6% del margen bruto del negocio Core de Making Science** frente al 41,2% del mismo periodo de 2022.

¹ Los gastos no recurrentes en el periodo incluyen principalmente costes asociados a las actividades de restructuring de Ventis (0,3m€), incentivos especiales y adquisición de talento (0,2m€) y otros (0,1m€) asociados a gastos legales del restructuring societario o donación por el terremoto de Turquía.

² En 2022 Tre Kronor y Elliot se incorporaron al perímetro de consolidación desde febrero, mes en el que fueron adquiridas.

En el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de marzo de 2023, **Making Science** ha crecido fundamentalmente de forma orgánica, dado que tras adquirir Tre Kronor en febrero de 2022, la compañía adoptó un enfoque prudente y conservador de caja en su estrategia de M&A, si bien ha continuado avanzando en un número de oportunidades en las geografías objetivo que irá materializando a medida que se clarifique el panorama global y siempre que contribuyan a incrementar el valor de **Making Science**.

En relación con el segmento **e-Commerce y Productos**, **Making Science** ha reportado unos ingresos de 2,4 millones de euros en el primer trimestre de 2023 y un margen bruto de 0,7 millones de euros (crecimiento del 52,1%), que supone un 30,6% de los ingresos, demostrando una clara mejoría de la rentabilidad con respecto al mismo periodo del año pasado, en el que el margen bruto fue del 13,5%. Como resultado de todas las iniciativas de reestructuración y mejora del negocio, **Ventis** ha alcanzado en el primer trimestre de 2023 el *break-even*, con un EBITDA recurrente de 0,0 millones de euros, frente a la pérdida de -0,5 millones de euros registrada en el mismo periodo de 2022.

2. Cuenta de Pérdidas y Ganancias consolidada

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

Tabla 1. Cuenta de resultados consolidada

<i>Miles de euros</i>	Q1 2022	Q1 2023	23/22 growth
Importe Neto de la Cifra de Negocios	39.668	54.046	36,2%
Aprovisionamientos	-27.907	-38.815	39,1%
Margen Bruto	11.761	15.231	29,5%
<i>% del Importe Neto de la Cifra de Negocios</i>	29,6%	28,2%	
Trabajos realizados para el Activo	805	846	5,1%
Gastos de Personal	-7.674	-10.417	35,7%
<i>% del margen bruto</i>	65,3%	68,4%	
Otros gastos de explotación	-3.006	-3.255	8,3%
<i>% del margen bruto</i>	25,6%	21,4%	
Otros ingresos de explotación	89	129	44,5%
EBITDA recurrente	1.975	2.534	28,3%
<i>% del margen bruto</i>	16,8%	16,6%	
Gastos de explotación no recurrentes	-367	-596	62,6%
EBITDA	1.608	1.938	20,5%
<i>% del margen bruto</i>	13,7%	12,7%	

Contablemente, el grupo ha reportado una cifra neta de negocios consolidada de 54,0 millones euros en el primer trimestre de 2023, frente a los 39,7 millones de euros del mismo periodo de 2022, lo que supone un crecimiento del 36,2%. **El margen bruto consolidado se ha incrementado un 29,5% para alcanzar los 15,2 millones de euros.**

Por otro lado, el **EBITDA recurrente del primer trimestre de 2023 ha registrado un importe de 2,5 millones de euros, un 28,3% superior a la cifra reportada en el mismo periodo del año anterior.**

³ Cifras no auditadas ni sujetas a revisión limitada.

3. Resultados del negocio Core del primer trimestre de 2023

A continuación, presentamos la cuenta de pérdidas y ganancias del negocio Core de **Making Science** correspondiente al primer trimestre 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>	Q1 2022	Q1 2023	23/22 growth
Importe Neto de la Cifra de Negocios	37.961	51.644	36,0%
Aprovisionamientos	-26.684	-37.147	39,2%
Margen Bruto	11.278	14.497	28,5%
<i>% del Importe Neto de la Cifra de Negocios</i>	29,7%	28,1%	
Trabajos realizados para el Activo	615	781	26,9%
Gastos de Personal	-7.228	-10.027	38,7%
<i>% del margen bruto</i>	64,1%	69,2%	
Otros gastos de explotación	-2.253	-2.849	26,5%
<i>% del margen bruto</i>	20,0%	19,7%	
Otros ingresos de explotación	88	124	41,1%
EBITDA recurrente	2.500	2.526	1,0%
<i>% del margen bruto</i>	22,2%	17,4%	
Gastos de explotación no recurrentes	-219	-300	36,7%
EBITDA	2.281	2.227	-2,4%
<i>% del margen bruto</i>	20,2%	15,4%	

El Importe Neto de la Cifra de Negocios en los 3 primeros meses de 2023 ascendió a 51,6 millones de euros en el negocio Core, mientras que el Margen Bruto ascendió a 14,5 millones de euros.

El importe de EBITDA recurrente ascendió a 2,5 millones de euros, incrementándose un 1,0% respecto a los 2,5 millones de euros reportados en el mismo periodo del año anterior. La evolución del EBITDA se explica por las inversiones realizadas en Gastos de Personal para acelerar el crecimiento orgánico, que está previsto generen un impacto positivo en los próximos trimestres, recuperándose de manera gradual el margen del EBITDA recurrente sobre Margen Bruto hasta los niveles habituales.

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

3.1 España

Tabla 3. Cuenta de resultados de España

<i>Miles de euros</i>	Q1 2022	Q1 2023	23/22 growth
Importe Neto de la Cifra de Negocios	22.932	32.411	41,3%
Aprovisionamientos	-16.303	-24.378	49,5%
Margen Bruto	6.629	8.033	21,2%
<i>% del Importe Neto de la Cifra de Negocios</i>	28,9%	24,8%	
Trabajos realizados para el Activo	615	781	26,9%
Gastos de Personal	-4.408	-5.732	30,0%
<i>% del margen bruto</i>	66,5%	71,4%	
Otros gastos de explotación	-1.347	-1.601	18,8%
<i>% del margen bruto</i>	20,3%	19,9%	
Otros ingresos de explotación	67	82	22,6%
EBITDA recurrente	1.556	1.563	0,4%
<i>% del margen bruto</i>	23,5%	19,5%	
Gastos de explotación no recurrentes	-187	-252	35,2%
EBITDA	1.370	1.310	-4,3%
<i>% del margen bruto</i>	20,7%	16,3%	

En el primer trimestre de 2023 el negocio de España **ha mantenido el crecimiento sólido de su cifra de ingresos y margen bruto respecto al mismo periodo de 2022: 41,3% y 21,2%, respectivamente.**

Por otro lado, se ha incrementado la actividad de I+D del grupo (26,9% frente a los tres primeros meses de 2022), centrada principalmente en el desarrollo de herramientas tecnológicas de alto valor para los clientes finales de **Making Science**, inversión que está siendo un elemento diferencial para captación de clientes significativos.

Asimismo, la compañía está reforzando 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 y otros países. Por este motivo, los Gastos de Personal crecen por encima del Margen Bruto, resultando en la moderación del crecimiento del EBITDA recurrente, un 0,4% para alcanzar los 1,6 millones de euros.

3.2 Internacional

Tabla 4. Cuenta de resultados contable del Negocio Internacional

<i>Miles de euros</i>	Q1 2022	Q1 2023	23/22 growth
Importe Neto de la Cifra de Negocios	15.029	19.233	28,0%
Aprovisionamientos	-10.381	-12.769	23,0%
Margen Bruto	4.649	6.464	39,0%
<i>% del Importe Neto de la Cifra de Negocios</i>	<i>30,9%</i>	<i>33,6%</i>	
Trabajos realizados para el Activo	0	0	n.m.
Gastos de Personal	-2.821	-4.295	52,3%
<i>% del margen bruto</i>	<i>60,7%</i>	<i>66,4%</i>	
Otros gastos de explotación	-905	-1.248	37,9%
<i>% del margen bruto</i>	<i>19,5%</i>	<i>19,3%</i>	
Otros ingresos de explotación	21	42	99,3%
EBITDA recurrente	944	963	2,1%
<i>% del margen bruto</i>	<i>20,3%</i>	<i>14,9%</i>	
Gastos de explotación no recurrentes	-32	-47	45,5%
EBITDA	911	916	0,5%
<i>% del margen bruto</i>	<i>19,6%</i>	<i>14,2%</i>	

El segmento Internacional recoge las magnitudes contables generadas por las compañías de **Making Science** fuera de España, excluyendo Ventis Srl, que se reporta en el segmento Inversiones. Las magnitudes de los 3 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 **19,2 millones de euros en el primer trimestre de 2023, un 28,0% superior al mismo periodo de 2022**. El Margen Bruto aportado por esta geografía es de 6,5 millones de euros, que representa un crecimiento del 39,0% año contra año.

En este segmento, **Making Science** está invirtiendo en acelerar su crecimiento orgánico mediante el refuerzo y contratación de equipos de ventas especializados en la comercialización de tecnologías AdTech, MarTech, Cloud y Software. En este sentido, la compañía ha incorporado talento senior en Reino Unido, Francia, Italia, Suecia y EEUU. Adicionalmente, **Making Science** ha reforzado el negocio en EEUU incorporando a 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 de todo lo anterior, en este segmento los Gastos de Personal han sufrido un importante incremento que se espera traiga resultados positivos en los próximos trimestres, si bien en el corto plazo ha supuesto que el EBITDA recurrente se mantenga prácticamente estable en 1,0 millones de euros para el primer trimestre, un crecimiento del 2,1% respecto al mismo periodo de 2022.

En lo que se refiere a los gastos de internacionalización e integración, se reportan de manera integrada en la cuenta de resultados, si bien se detallan en la siguiente tabla. Estos se han mantenido estables dado que la compañía no ha realizado adquisiciones en el periodo. Estos gastos corresponden fundamentalmente a la estructura de soporte en los países (Finanzas, People & Culture, MarCom), plataformas tecnológicas corporativas y programas de integración con las que **Making Science** dota a las compañías adquiridas para acelerar su crecimiento, y que son de naturaleza recurrente.

Tabla 5. Gastos de internacionalización e integración

<i>Miles de euros</i>	Q1 2022	Q1 2023
Gastos de Personal	360	253
Otros gastos de explotación	193	297
Total Costes de Internacionalización	553	550

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

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

Miles de euros	Q1 2022	Q1 2023	23/22 growth
Importe Neto de la Cifra de Negocios	3.588	2.402	-33,0%
Aprovisionamientos	-3.105	-1.668	-46,3%
Margen Bruto	483	734	52,1%
<i>% del Importe Neto de la Cifra de Negocios</i>	<i>13,5%</i>	<i>30,6%</i>	
Trabajos realizados para el Activo	190	65	-65,8%
Gastos de Personal	-446	-390	-12,5%
<i>% del Importe Neto de la Cifra de Negocios</i>	<i>92,4%</i>	<i>53,2%</i>	
Otros gastos de explotación	-753	-405	-46,2%
<i>% del Importe Neto de la Cifra de Negocios</i>	<i>156,0%</i>	<i>55,2%</i>	
Otros ingresos de explotación	1	5	319,3%
EBITDA recurrente	-526	8	101,5%
<i>% del Importe Neto de la Cifra de Negocios</i>	<i>-108,8%</i>	<i>1,1%</i>	
Gastos de explotación no recurrentes	-148	-297	100,9%
EBITDA	-673	-289	57,1%
<i>% del Importe Neto de la Cifra de Negocios</i>	<i>-139,4%</i>	<i>-39,3%</i>	

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 2,4 millones de euros entre enero y marzo de 2023 con un margen bruto de 0,7 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 52,1% respecto al año anterior. La rentabilidad mejora sustancialmente en relación al mismo periodo de 2022, pasando del 13,5% al 30,6%.

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.

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 trimestre de 2023, con un EBITDA recurrente de 0,0 millones de euros, en contraste con la pérdida de -0,5 millones de euros que registró este segmento en el mismo periodo de 2022.