

Madrid, a 24 de abril de 2025

**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:

### **OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE**

Con el objetivo de ofrecer mayor transparencia y de proveer de información recurrente al mercado de valores, la Compañía presenta en este informe un avance de la información financiera (no auditada) relativa a los primeros tres meses de 2025:

1. Resumen de negocio al cierre del primer trimestre de 2025
2. Guidance 2025
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 del primer trimestre de 2025.
4. Invitación para asistir a la presentación del avance de resultados financieros consolidados del primer trimestre de 2025, publicada en el BME Growth el día 22 de abril de 2025.

La presentación de resultados se ha programado a través de una conferencia telemática o webinar donde su Consejero Delegado explicará en detalle los resultados de los tres primeros meses de 2025 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 PRIMER TRIMESTRE DE 2025**

**FECHA Y HORA: 24 DE ABRIL DE 2025, 10:00 AM INSCRIPCIÓN AL WEBINAR:**

[https://us02web.zoom.us/webinar/register/WN\\_VfKxmKuRThup-ZazwUZ39w](https://us02web.zoom.us/webinar/register/WN_VfKxmKuRThup-ZazwUZ39w)

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.

# MARZO



# 2025

# RESULTADOS

AVANCE DE RESULTADOS DE 3M 2025



**24 ABRIL**  
**2025**  
MADRID

COMUNICACIÓN CORPORATIVA

## Quiénes SOMOS

**Making Science** es una empresa de **aceleración digital** internacional con más de 1.200 empleados y presencia directa en 16 países y en 10 adicionales a través de partnerships.

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

José Antonio Martínez Aguilar  
Founder & Global CEO | 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. Contamos con más de 1200 empleados con presencia directa y desarrollo tecnológico en 16 mercados; y en otros 10 a través de partnerships.*

*Somos partners de los principales actores tecnológicos del sector, lo cual nos brinda una visión completa del ecosistema digital.*

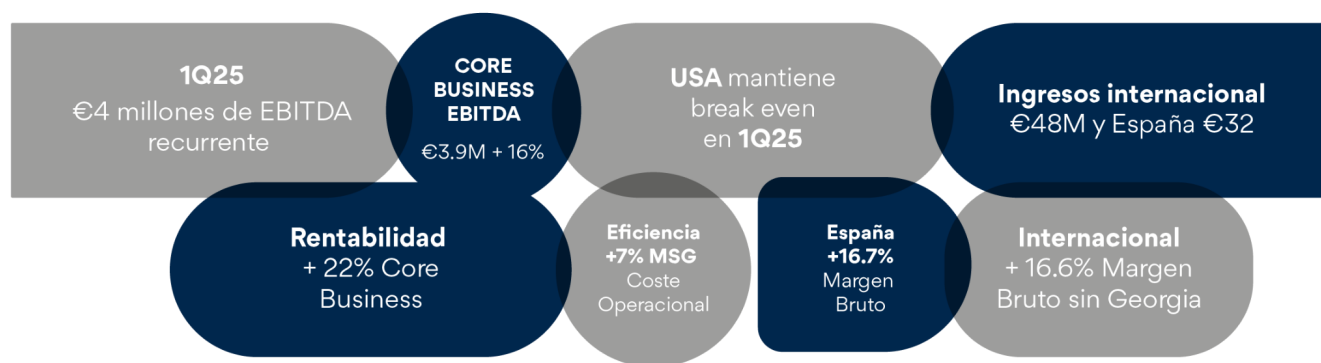
*Making Science está compuesto por 4 líneas de negocio: la Agencia Digital Global con Tecnología, con servicios de publicidad digital 360 que integran planificación estratégica, creatividad, datos y tecnología; la empresa de Cloud, AI, Software y Ciberseguridad, con soluciones basadas en la nube que despliegan la inteligencia de los datos y un equipo especializado en ciberseguridad; la división tecnológica RAISING de SaaS e Inteligencia Artificial, con más de 400 ingenieros y científicos de datos para el desarrollo de plataformas y soluciones digitales con tecnología de IA aplicada al marketing; y el área de Inversión de Making Science, con Ventis y TMQ, como línea de diversificación de negocio e implementación de las capacidades de todas nuestras áreas.*

*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 15 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 y la iniciativa Pledge 1%.*

## Introducción a los resultados



**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 y con el objetivo previsto para 2025 fijado entre 17 y 18 millones de euros de EBITDA recurrente.**

Al cierre de marzo de 2025, la Compañía mantiene su sólida senda trimestral de resultados, logrando **4 millones de euros de EBITDA recurrente en 1Q25 (+11% respecto al 1Q24)**, consecuencia del crecimiento del Margen Bruto y el apalancamiento operacional que le permite al **Core Business un crecimiento del 16% en su EBITDA recurrente** respecto al primer trimestre del año pasado, manteniendo su rentabilidad (EBITDA sobre Margen Bruto) del 22% y control de costes, +7% costes operativos en 1Q25 versus 1Q24.

La estrategia de la Compañía ha puesto foco en **la rentabilidad, la generación de cash flow, la reducción de deuda y la optimización de costes** durante los últimos trimestres lo que, unido a un claro enfoque en los clientes y el liderazgo en el desarrollo de soluciones tecnológicas propias y pioneras, que han sido reconocidas por el mercado, ha hecho obtener premios destacados por la resolución a problemas reales de nuestros clientes.

Desde la obtención del contrato de Reselling de Google Marketing Platform en **Estados Unidos**, en enero de 2024, la Compañía ha expandido sus clientes en ese mercado, logrando el **punto de equilibrio de esta operación** en el último trimestre de 2024 y manteniéndolo en este primer trimestre de 2025. **Esto, junto al crecimiento del negocio internacional, ha permitido que en este trimestre los Ingresos del Negocio Internacional superen a los de España, logrando €48 millones y €32 millones respectivamente.**

Hoy somos uno de los *players* más importantes en Estados Unidos y el único con todas las certificaciones del gigante tecnológico, sumado a otras iniciativas que demuestran nuestro compromiso con la excelencia, como las certificaciones de los equipos en productos y soluciones o las de Calidad, Medio Ambiente y Seguridad de la Información (ISO 9001, 14001 y 27001), junto a la inversión en Cyber Security.

La recurrencia de nuestros resultados se basa en nuestra base de clientes, su fidelidad, la diversificación internacional y en los equipos de profesionales que apoyan el crecimiento de los negocios, lo que nos permite trazar una senda de resultados como la evolución de Ingresos, Margen Bruto y EBITDA publicados en el Guidance del año 2025.

## Puntos destacados de los resultados en los tres primeros meses de 2025

- **Cerramos 1Q25 con un EBITDA recurrente de 4 millones de euros** en nuestro perímetro consolidado, con un crecimiento del **32,6%** en nuestra cifra de negocio que ha alcanzado los **82,7 millones de euros** en ingresos y un margen bruto que ha crecido un **5,3%**, **alcanzando los 18,5 millones de euros**.
- Nuestro resultado está compuesto por un **EBITDA recurrente de 2,6 millones en España, 1,3 millones en el Negocio Internacional y 64 mil de euros de nuestra línea de negocio de Inversiones**.
- **El Negocio Internacional se duplica en Ingresos (+103%) aunque permanece casi plano en el Margen Bruto (-3,2%)**. Los factores que explican esto son el crecimiento en **Ingresos de Reselling en USA y otros mercados, junto a la disminución del Margen Bruto en Georgia (-42%)** por nuestra estrategia selectiva en clientes. Sin Georgia, el Margen Bruto del Negocio Internacional crecería un **16,6%** y también hay que destacar que se han tomado acciones de optimización en Georgia para no impactar el EBITDA recurrente.

Desde enero de 2024 **somos Google ReSeller -Sales Partner- en Estados Unidos** y seguimos **incrementando tanto los contratos con clientes, como nuevos servicios, con una media de dos productos por cada uno; y con fase de negociación para firma con varios clientes**. Esto supone una evolución en línea con nuestras expectativas y **hemos alcanzado el break-even en nuestra operación desde el último trimestre del año pasado**.

Durante el último trimestre del año 2024, **Making Science también ha conseguido el estatus de reseller de Google Marketing Platform en Colombia y México con lo que añade el soporte de las monedas locales a sus servicios**.

México y Colombia se añaden a EMEA y USA como geografías en las que Making Science ofrece servicio de reseller de Google Marketing Platform. La compañía está llevando a cabo las acciones necesarias para convertirse en reseller en Brasil y en otras geografías.

## RAISING

Recientemente **hemos lanzado RAISING**, nuestra nueva división tecnológica para estrategias de marketing con IA. RAISING se compone de nuestras plataformas tecnológicas que combinan la ciencia de datos con la inteligencia artificial para ayudar a nuestros clientes y partners a incrementar sus ventas y mejorar la eficiencia de sus inversiones.

Esto ha sido posible gracias a la inversión continua en Inteligencia Artificial por más de 8 años, que nos ha permitido desarrollar productos de vanguardia para nuestros clientes como **ad-machina, Gauss AI y Trust Generative AI**, reconocidos con importantes premios del sector en 2024 por sus casos de uso efectivos en clientes.

**ad-machina cuenta con 78 clientes activos en 20 países**, ampliando nuestra presencia internacional. **Gauss AI y Trust Generative AI también mantienen un crecimiento constante**. Casi el 30% de nuestros clientes que usan estas tecnologías son empresas internacionales y el interés es creciente. Operamos en todos los mercados (Europa, USA y LATAM) y estos productos **se están comercializando a través de la plataforma Google Cloud MarketPlace como Software as a Service (SaaS)**. En el último trimestre de 2024 se ha lanzado al mercado la versión **ad-machina for META**, desarrollo cofinanciado por META, y que permite la generación a escala de videos (Reels) gracias a la **Inteligencia Artificial Generativa**.

A estas nuevas soluciones de **Gauss AI** también se suma el lanzamiento de **BrandMax** en 2024, 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%.

En el segundo trimestre de 2024 lanzamos **ad-machina corporate**, una **solución diseñada para grandes corporaciones** con un enfoque en la seguridad, el reporting cross-channel y cross-mercado, así como la detección y prevención de anomalías en tiempo real en las campañas de marketing.

**En 2024, al igual que en 2023, hemos sido reconocidos en la cuarta edición de los Google Marketing Partner Awards (GMP) en España con tres galardones.** Estos premios, que celebran la excelencia en la implementación de la tecnología de GMP, destacaron a Making Science por su innovación y efectividad en sus proyectos de transformación y madurez digital para sus clientes.

El principal galardón obtenido por Making Science fue la **primera posición en la categoría "Solución de Marketing Escalable" con BrainAds.** Esta herramienta SaaS propia de la compañía, que utiliza la IA generativa y el aprendizaje continuo, **permite crear anuncios personalizados a escala en diferentes idiomas, optimizando las campañas de Search y proporcionando resultados superiores y eficiencia en la gestión de anuncios.** Esta solución se ha consolidado como clave para ayudar a las medianas empresas a aumentar el ROI y llegar a más clientes potenciales.

Además, Making Science ha sido reconocido con otros dos premios en esta edición. Por un lado, la consultora consiguió el **oro en la categoría "Excelencia en Medios" de la mano de Iberdrola, destacando la efectividad de sus estrategias de medios** y, por otro lado, la compañía se alzó con **el bronce en la categoría "Privacidad y Analítica" junto a IE University, reiterando así su compromiso con la privacidad y el análisis de datos.**

Otro importante premio ha sido el de **Service Partner of the Year for Iberia en Google Cloud** y además, **Making Science es la primera empresa en el mundo en haber superado el proceso de especialización de Google Cloud para servicios de GenAI.**

Estamos orgullosos de que nuestra filial en Suecia, **Tre Kronor Media, haya sido incluida en el Top 10 del ranking mundial de nuevas empresas indie** con nuevos clientes de gran envergadura como Svenska Spel y 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 16 países a través de 22 oficinas, aunque estamos presentes en 25 países, vía partnerships en 10 de ellos.**

Making Science mantiene su excelencia a través de las constantes certificaciones de sus equipos en productos, así como en Calidad, Medio Ambiente y Seguridad de la Información (ISO 9001, 14001 y 27001), inversiones en Cyber Security y, por supuesto, siempre centrados en nuestros valores corporativos.

## Resultados financieros

**Making Science** organiza su actividad entre el Negocio Core, que corresponde a las geografías de España e Internacional, más el segmento de Inversión o e-Commerce cuyos resultados describimos a continuación.

En el consolidado, MSG cierra acumulado al primer trimestre de este año con un **EBITDA recurrente de €4 millones, con un crecimiento recurrente respecto al resultado del mismo periodo del año anterior (+11%)**. Esto muestra la solidez de su resultado desde los últimos trimestres del año anterior siendo este crecimiento consecuencia de un incremento en el Gross Margin (5,3%) y la eficiencia operativa que logramos, manteniendo controlados el crecimiento del Gasto de Personal y de Otros Gastos de Explotación (+6,8%).

**Este resultado, de 4 millones de EBITDA recurrente, nos permite mantener el Guidance que hemos dado al mercado fijado en alcanzar entre 17 y 18 millones de EBITDA recurrente al cierre del ejercicio 2025.**

El Negocio Consolidado ha alcanzado los 82,7 millones de Ingresos Brutos, creciendo un 32,6% versus los doce meses del año anterior. Por su parte, el Negocio Core ha recuperado su Ratio de Rentabilidad (Profitability Ratio), retornando hacia el 22% de EBITDA recurrente sobre Gross Margin y en el que todos los segmentos del negocio muestran resultados positivos al mantener la línea de negocio de e-Commerce un EBITDA recurrente positivo. El Margen Bruto (Gross Margin) muestra una tasa de crecimiento del 5,3% en los resultados consolidados, principalmente por el crecimiento del Core Business. En el primer trimestre de este año, los Ingresos Brutos del Negocio Internacional alcanzaron los €48 millones, representando el 60% de los Ingresos del Core Business. Este crecimiento es consecuencia del desarrollo de nuestro negocio en Estados Unidos, así como por el crecimiento en otros mercados como Francia y Nordics.

Más adelante se verá con más detalle el Core Business por países y la línea de negocio e-Commerce.

| € '000 - IFRS       | MSG Consolidated |            |        | Core Business |            |        | e-Commerce |            |       |
|---------------------|------------------|------------|--------|---------------|------------|--------|------------|------------|-------|
|                     | Jan-Mar 24       | Jan-Mar 25 | Var %  | Jan-Mar 24    | Jan-Mar 25 | Var %  | Jan-Mar 24 | Jan-Mar 25 | Var % |
| Revenues            | 62.381           | 82.712     | 32,6   | 59.418        | 80.203     | 35,0   | 2.963      | 2.509      | -15,3 |
| Cost of Sales       | -44.841          | -64.244    | 43,3   | -42.837       | -62.453    | 45,8   | -2.004     | -1.791     | -10,6 |
| Gross Margin        | 17.540           | 18.468     | 5,3    | 16.581        | 17.750     | 7,1    | 959        | 718        | -25,1 |
| Personnel           | -11.961          | -12.398    | 3,7    | -11.757       | -12.215    | 3,9    | -204       | -183       | -10,5 |
| Opex                | -3.025           | -3.548     | 17,3   | -2.412        | -3.033     | 25,8   | -613       | -515       | -16,1 |
| Capex               | 1.271            | 1.293      | 1,7    | 1.217         | 1.251      | 2,8    | 54         | 41         | -23,4 |
| Operat. Cost        | -13.715          | -14.653    | 6,8    | -12.952       | -13.997    | 8,1    | -763       | -656       | -14,1 |
| Exp. Loss           | -403             | 6          | -101,5 | -403          | 6          | -101,4 | 0          | 0          | n.a.  |
| Other Income        | 167              | 163        | -2,1   | 157           | 163        | 3,6    | 8          | 1          | -90,2 |
| EBITDA rec.         | 3.589            | 3.985      | 11,0   | 3.383         | 3.921      | 15,9   | 204        | 64         | -68,7 |
| Profitability Ratio | 20,5             | 21,6       |        | 20,4          | 22,1       |        | 21,3       | 8,9        |       |

Respecto a la evolución trimestral del Negocio Consolidado, vemos una tendencia de resultados sólidos desde el tercer trimestre del año 2023. El primer trimestre de 2025 muestra una tendencia a mantener el crecimiento de la segunda mitad del año pasado. Los Ingresos, sobre los 80 millones de euros son consecuencia de los nuevos clientes de Reselling en Estados Unidos y UK además, del crecimiento del negocio en Francia, Nordics e Italia y, por el contrario, Georgia ha disminuído los Ingresos Brutos a consecuencia de una estrategia de foco en clientes rentables, algo que impacta el Margen Bruto en la comparativa interanual, pero que es compensada por ahorros de costes en ese país para obtener una estabilidad en su EBITDA.

Los Costes Operacionales siguen controlados, en línea con el último semestre del año anterior. Vemos como el Gasto de Personal es muy estable, en términos absolutos, al igual que los Otros Gastos Administrativos, demostrando nuestro foco en la eficiencia. La plantilla no ha aumentado hace más de un año ya que nos estamos focalizando en incrementar la productividad de los equipos a través de herramientas tecnológicas, incluido el uso de distintas soluciones de Inteligencia Artificial en nuestra empresa habiendo sido la primera compañía en España en implementar, recientemente, **Google Agentspace**, la innovadora plataforma de Google Cloud basada en inteligencia artificial generativa y agentes inteligentes. Más de 800 usuarios de Making Science ya están participando en la adopción progresiva de Agentspace, una solución que permite interactuar de forma conversacional y desde una sola interfaz con aplicaciones corporativas como Salesforce, SAP, Jira, BigQuery o Atlassian, entre muchas otras, facilitando la toma de decisiones, el acceso a datos y la ejecución de tareas complejas. Entre los próximos hitos se encuentra la automatización de procesos clave, como el envío de facturas SAP directamente desde la plataforma.

Making Science ha desplegado este sistema como parte de un enfoque más amplio para la adopción de IA que incluye diversas soluciones de inteligencia artificial generativa, con un modelo estructurado de formación por departamentos, un programa interno de "AI Champions" para acompañar su adopción y la integración de métricas de impacto y retorno.

| MSG Consolidado IFRS    |          |          |          |          |          |                   |
|-------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|-------------------|
| Cifras en € '000        | 1Q24     | 2Q24     | 3Q24     | 4Q24     | 1Q25     | Var. %<br>1Q25/24 |
| Revenues                | 62.381   | 62.385   | 69.160   | 80.082   | 82.712   | 32,6%             |
| Cost of Sales           | (44.841) | (44.185) | (52.759) | (61.022) | (64.244) | 43,3%             |
| Gross Margin            | 17.540   | 18.200   | 16.401   | 19.060   | 18.468   | 5,3%              |
| Operational Cost        | (13.715) | (14.837) | (13.556) | (16.219) | (14.653) | 6,8%              |
| -Personnel              | (11.961) | (12.641) | (11.655) | (13.331) | (12.398) | 3,7%              |
| -Capex (IFRS)           | 1.271    | 1.267    | 1.268    | 1.598    | 1.293    | 1,7%              |
| -Administrative         | (3.025)  | (3.462)  | (3.169)  | (4.486)  | (3.548)  | 17,3%             |
| Expected Loss Provision | -403     | 142      | 193      | 698      | 6        | -101,5%           |
| Other Income            | 167      | 202      | 276      | 171      | 163      | -2,1%             |
| EBITDA*                 | 3.589    | 3.707    | 3.314    | 3.710    | 3.985    | 11,0%             |
| Gastos Extraordinarios  | (88)     | (118)    | (850)    | (1.100)  | (369)    | 319,7%            |
| EBITDA                  | 3.502    | 3.589    | 2.464    | 2.609    | 3.616    | 3,2%              |

(\*) EBITDA recurrente, sin gastos extraordinarios.

Además, nuestra estrategia de apalancamiento operacional incluye un **sistema de centros de excelencia desde donde se proveen servicios de alto valor, como Georgia, Colombia, Dublín y España**. Estos mercados producen los servicios que requieren nuestros clientes en otros países **siendo capaces de hacer delivery de gran calidad, a un mejor precio y sin descuidar el contacto con el cliente**, ya que nuestros equipos comerciales están cerca de ellos.

Esta estrategia nos está permitiendo un apalancamiento operacional que se une a una estrategia de control de costes en base a una asignación de recursos según la rentabilidad de las operaciones.

**Una de las fortalezas de Making Science es su internacionalización, que le permite acompañar a clientes de forma global a través de su presencia directa en 16 países o de 25, incluyendo 10 más a través de sus partnerships.** Esta distribución geográfica también nos entrega mayor capacidad de resiliencia, ya que las unidades están en distintas etapas de desarrollo. España es el mercado más consolidado donde tenemos una base de clientes muy estable, con la que crecemos por el crecimiento de sus negocios, el cruce de productos propios o de las plataformas de las que somos partners.

En los casos de Francia, Italia y los Países Nórdicos son mercados donde estamos ganando negocio y creciendo a través de nuevos clientes locales e internacionales. En USA, hemos comenzado un crecimiento orgánico. 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 China) 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 allí es fundamental para nuestras ambiciones de ser líderes mundiales en aceleración digital. En este momento, **somos 15 Sales Partners Full Stack de la plataforma en USA**, por lo que esta certificación nos permite 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 negocio.

Al analizar el **Negocio Core**, vemos dinámicas distintas entre España y los países del Negocio Internacional en los que operamos. En el Core Business crecemos el EBITDA recurrente un 15,9% entre los tres meses de este año y el mismo periodo del 2024, alcanzando los €3,9 millones. En este resultado, €2,6 millones se obtienen en España y €1,3 millones de la parte internacional, que tiene incluida la operación de USA que está en break-even desde el último trimestre de 2024.

Durante el primer trimestre de 2024, el EBITDA de USA era -€476 mil y en el primer trimestre de este año es de -€3 mil, mostrando la buena evolución y aporte de esta operación a los resultados de nuestra compañía.

| € '000 - IFRS       | Core Business |            |        | Spain      |            |       | International |            |        |
|---------------------|---------------|------------|--------|------------|------------|-------|---------------|------------|--------|
|                     | Jan-Mar 24    | Jan-Mar 25 | Var %  | Jan-Mar 24 | Jan-Mar 25 | Var % | Jan-Mar 24    | Jan-Mar 25 | Var %  |
| Revenues            | 59.418        | 80.203     | 35,0   | 35.777     | 32.220     | -9,9  | 23.641        | 47.983     | 103,0  |
| Cost of Sales       | -42.837       | -62.453    | 45,8   | -27.250    | -22.269    | -18,3 | -15.587       | -40.184    | 157,8  |
| Gross Margin        | 16.581        | 17.750     | 7,1    | 8.527      | 9.951      | 16,7  | 8.054         | 7.799      | -3,2   |
| Personnel           | -11.757       | -12.215    | 3,9    | -5.485     | -6.592     | 20,2  | -6.272        | -5.623     | -10,3  |
| Opex                | -2.412        | -3.033     | 25,8   | -1.524     | -2.044     | 34,1  | -888          | -990       | 11,5   |
| Capex               | 1.217         | 1.251      | 2,8    | 1.217      | 1.251      | 2,8   | 0             | 0          | n.a.   |
| Operat. Cost        | -12.952       | -13.997    | 8,1    | -5.792     | -7.384     | 27,5  | -7.160        | -6.613     | -7,6   |
| Exp. Loss           | -403          | 6          | -101,4 | -75        | -27        | -64,3 | -328          | 33         | -109,9 |
| Other Income        | 157           | 163        | 3,6    | 89         | 99         | 11,5  | 68            | 63         | -6,7   |
| EBITDA rec.         | 3.383         | 3.921      | 15,9   | 2.749      | 2.639      | -4,0  | 634           | 1.282      | 102,2  |
| Profitability Ratio | 20,4          | 22,1       |        | 32,2       | 26,5       |       | 7,9           | 16,4       |        |

El Negocio Core crece su EBITDA recurrente a consecuencia del crecimiento en el Gross Margin un 7,1% mientras los Costes Operacionales crecen un 8,1%, aunque con distintas tendencias en España y el Negocio Internacional.

En el caso de **España el Margen Bruto crece un 16,7% producto de la consolidación del negocio de la segunda parte del año pasado y del resultado de RAISING (BL3)**, incluido en este perímetro, que tuvo un repunte en los ingresos como consecuencia del inicio de un contrato con un cliente y que puede disminuir algo en el segundo trimestre de este año.

Los gastos también crecen ya que la base de 1Q25 incluye los incrementos de remuneraciones que, principalmente, se efectúan en el segundo semestre de cada año siguiendo la consolidación de ingresos. Respecto a los Otros Gastos, su incremento viene impulsado por el mayor uso de licencias y tecnología para mantener un base sólida de crecimiento basado en productividad y no en nuevas contrataciones, ya que la plantilla está estable en número de personas. **Esto permite incrementar el EBITDA recurrente de España en un 5,9% sobre el cuarto trimestre de 2024.**

En el caso del Negocio Internacional, el Margen Bruto decreció un 3,2% y el Gasto de Personal disminuyó un 10,3%. La explicación es el ajuste que hemos efectuado en Georgia, donde nos hemos focalizado en mejores clientes y que opere de Hub para los servicios que se venden desde otros países de la Compañía. En 1Q24 Georgia tuvo un Margen Bruto de €2,7 millones mientras que en 1Q25 fue de €1,5 millones. Esta disminución de €1,1 millones impacta en el crecimiento del Margen Bruto y se ajustó con estructura para estabilizar el EBITDA, explicando la disminución en el Gasto de Personal. Además, **si aislamos Georgia, el Margen Bruto del Negocio Internacional hubiese crecido un 16,6%, demostrando la tendencia robusta de nuestro Negocio Internacional, que seguirá creciendo a ritmos altos durante los próximos trimestres.**

La 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.** Making Science espera mantener crecimientos altos en la parte internacional que, junto a una gestión adecuada de la eficiencia operacional, permitirá el crecimiento de los resultados a un ritmo superior.

Las dinámicas de los países son distintas según el grado de desarrollo de sus negocios. España es un mercado en el que tenemos una presencia importante y donde crecemos acompañando a nuestros clientes con up-selling y cross-selling de nuestros productos y servicios.

En la siguiente tabla podemos ver la evolución del Gross Margin por países, viendo la consistencia en el crecimiento del negocio en la parte internacional y el aporte de cada una de las operaciones a los resultados consolidados. Francia, Italia, los Países Nórdicos y, en menor medida, UK son mercados en los que estamos consolidando nuestra posición y marcando una diferencia con nuestros competidores; aquí, seguiremos creciendo con tasas altas desarrollando nuestras relaciones tanto locales como internacionales. También observamos la disminución del margen en Georgia, a consecuencia del foco en clientes más rentables.

USA es un mercado en el que no teníamos una presencia que nos permitiera un crecimiento hasta la inversión en talento que realizamos en el segundo trimestre del 2023. Ahora, no sólo contamos con el equipo necesario, sino que también somos reseller de Google Marketing Platform, lo que nos permite competir de igual a igual con los otros 15 competidores que tienen esta certificación "Sales Partners Full Stack", pudiendo acelerar así el negocio. Otro efecto de nuestra entrada en USA es la reconstrucción de nuestra cartera de clientes, por eso vemos una evolución positiva del Margen durante 2024.

**Gross Margin por países IFRS**

| <b>Cifras en € '000</b>   | <b>1Q24</b> | <b>2Q24</b> | <b>3Q24</b> | <b>4Q24</b> | <b>1Q25</b> | <b>Var. %<br/>1Q25/24</b> |
|---------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------------------|
| Spain                     | 8.527       | 9.056       | 8.027       | 9.421       | 9.951       | 16,7%                     |
| International             | 8.054       | 8.078       | 7.320       | 8.558       | 7.799       | -3,2%                     |
| - France                  | 1.512       | 1.570       | 1.368       | 1.252       | 1.731       | 14,5%                     |
| - Italy                   | 1.103       | 1.042       | 1.033       | 1.060       | 1.129       | 2,4%                      |
| - Nordics                 | 2.031       | 2.166       | 2.079       | 2.995       | 2.431       | 19,7%                     |
| - U.K.                    | 516         | 471         | 408         | 403         | 367         | -28,8%                    |
| - Georgia                 | 2.715       | 2.480       | 2.055       | 1.801       | 1.574       | -42,0%                    |
| - USA                     | 93          | 233         | 267         | 678         | 495         | 432,3%                    |
| - Others                  | 85          | 115         | 110         | 369         | 71          | -16,6%                    |
| Core Business             | 16.581      | 17.134      | 15.347      | 17.979      | 17.750      | 7,1%                      |
| International w/o Georgia | 5.339       | 5.597       | 5.265       | 6.756       | 6.225       | 16,6%                     |

A pesar del efecto estacional del último trimestre del año pasado por campañas como Black Friday y Navidad, vemos que el Margen Bruto y el EBITDA recurrente, que se muestra en la siguiente tabla, están muy estables hacia el primer trimestre de este año, mostrando la recurrencia de nuestros resultados en un trimestre con menor Inversión en medios.

En el caso de Georgia, en 1Q24 tuvo el impacto de la provisión de insolvencia de un cliente, cuya posición fue recuperada en su totalidad.

Destacamos que seguimos reforzando equipos en países y negocios específicos, con el fin de capitalizar las ventajas competitivas que tenemos a nivel global. Así, hemos potenciado el equipo comercial en UK y aumentado los equipos de productos en Francia, Países Nórdicos y España.

**EBITDA recurrente por países IFRS**

| <b>Cifras en € '000</b> | <b>1Q24</b> | <b>2Q24</b> | <b>3Q24</b> | <b>4Q24</b> | <b>1Q25</b> | <b>Var. %<br/>1Q25/24</b> |
|-------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------------------|
| Spain                   | 2.749       | 2.340       | 2.006       | 2.493       | 2.639       | -4,0%                     |
| International           | 635         | 1.245       | 1.158       | 1.192       | 1.282       | 101,9%                    |
| - France                | 505         | 521         | 390         | 186         | 536         | 6,1%                      |
| - Italy                 | 301         | 318         | 277         | 237         | 201         | -33,2%                    |
| - Nordics               | 339         | 368         | 539         | 541         | 360         | 6,2%                      |
| - U.K.                  | 144         | 117         | 69          | 8           | 36          | -75,1%                    |
| - Georgia               | 88          | 509         | 479         | 324         | 390         | 343,6%                    |
| - USA                   | -476        | -337        | -359        | 48          | -3          | 99,3%                     |
| - Others                | -265        | -251        | -238        | -153        | -237        | -10,4%                    |
| Core Business EBITDA*   | 3.384       | 3.584       | 3.164       | 3.685       | 3.921       | 15,9%                     |

(\*) EBITDA recurrente, sin gastos extraordinarios.

En la siguiente tabla vemos la rentabilidad por trimestre de los distintos países que está habitualmente en el entorno el 24% y el 29%, salvo USA, que está en fase de construcción de sus ingresos, basados en el contrato de Google Reselling de GMP. Sin USA, el Negocio Internacional tendría una rentabilidad del 17,6% y el Core Business del 22,7%.

#### MSG IFRS

##### EBITDA\*/Gross Margin, %

|                       | 1Q24    | 2Q24    | 3Q24    | 4Q24   | 1Q25    |
|-----------------------|---------|---------|---------|--------|---------|
| Spain                 | 32,2%   | 25,8%   | 25,0%   | 26,5%  | 26,5%   |
| International         | 7,9%    | 15,4%   | 15,8%   | 13,9%  | 16,4%   |
| - France              | 33,4%   | 33,2%   | 28,5%   | 14,9%  | 30,9%   |
| - Italy               | 27,3%   | 30,5%   | 26,8%   | 22,4%  | 17,8%   |
| - Nordics             | 16,7%   | 17,0%   | 25,9%   | 18,1%  | 14,8%   |
| - U.K.                | 27,9%   | 24,8%   | 17,0%   | 1,9%   | 9,8%    |
| - Georgia             | 3,2%    | 20,5%   | 23,3%   | 18,0%  | 24,8%   |
| - USA                 | -509,4% | -144,5% | -134,5% | 7,1%   | -0,7%   |
| - Others              | -313,6% | -218,5% | -216,2% | -41,4% | -334,8% |
| Core Business         | 20,4%   | 20,9%   | 20,6%   | 20,5%  | 22,1%   |
| International sin USA | 14,0%   | 20,2%   | 21,5%   | 14,5%  | 17,6%   |
| Core Business sin USA | 23,4%   | 23,2%   | 23,4%   | 21,0%  | 22,7%   |

(\*) EBITDA recurrente, sin gastos extraordinarios.

## Gastos no recurrentes

Durante 2024, los gastos no recurrentes han sido casi inmateriales a excepción de los incurridos en el segundo semestre del año, como consecuencia de las operaciones corporativas efectuadas en ese año. La mayor parte de los gastos provienen de la compra de minoritarios a UCP, empresa cotizada en OTC en USA que significó un proceso largo pero que finalmente cerramos el pasado 23 de agosto. Los ahorros que se obtendrán por el *delisting* de UCP son aproximadamente €70 mil al año. Además, tuvimos costes relacionados con la operación de SOPEF II, la ampliación de capital en Making Science Group, el programa de recompra del Bono y del préstamo sindicado. Los costes de People & Culture se refieren a gastos puntuales de organización y personal. En el 4Q24 los costes han crecido también asociados a pagos de incentivos puntuales, actividades de fusiones y adquisiciones y Joint Ventures. En 1Q25 Los gastos están explicados por la optimización de plantillas, en distintos mercados, como en el análisis de operaciones corporativas tras la entrada de SOPEF II.

#### Gastos no recurrentes

| MSG Consolidado (€ '000) | 1Q24      | 2Q24       | 3Q24       | 4Q24         | 1Q25       |
|--------------------------|-----------|------------|------------|--------------|------------|
| Operaciones Corporativas | 26        | 66         | 795        | 345          | 146        |
| People & Culture         | 7         | 50         | 52         | 690          | 223        |
| Varios                   | 38        | 2          | 3          | 20           | 0          |
| Donaciones               | 17        | 0          | 0          | 45           | 0          |
| <b>Totales</b>           | <b>88</b> | <b>118</b> | <b>850</b> | <b>1.100</b> | <b>369</b> |

En resumen, Making Science es una empresa con un mix geográfico que le permite mantener tasas de crecimiento superiores a las del mercado lo que, unido a la recurrencia de sus ingresos, tanto por su estructura de comisiones como por tener mercados en los que es dominante, una senda de resultados trimestrales consistente en los últimos años y una baja concentración en clientes específicos, nos permitió construir y anunciar un Guidance para este año 2025, así como para proyectarnos hasta el 2027.

A esto se une nuestra estrategia de foco en rentabilidad y de eficiencia operacional, que permiten obtener EBITDAs superiores a los crecimientos de los ingresos y márgenes brutos de nuestros negocios. Además, se ha visto que Making Science sigue una senda de desapalancamiento financiero, como lo muestra su calendario de vencimientos.



## Guidance 2025

El Consejo de Administración de Making Science se reunió el 30 de enero de 2025 y, tras analizar los resultados del año 2024 y las previsiones del año 2025, decidió por unanimidad publicar las siguientes orientaciones para el año 2025 en su perímetro consolidado:

1. Los Ingresos Ordinarios consolidados se situarán entre los 350 y 370 millones de euros al cierre del año.
2. El Margen Bruto consolidado alcanzará un volumen con un intervalo entre los 79 y los 83 millones de euros al cierre del año.
3. El EBITDA recurrente estará entre los 17 y 18 millones de euros.
4. El ratio de rentabilidad EBITDA/Margen Bruto estará entre 21,5% y 21,7%

| Resultados Consolidados<br>millones de euros | Cierre<br>3M25 | Guidance 12 meses |       |
|----------------------------------------------|----------------|-------------------|-------|
|                                              |                | Bajo              | Alto  |
| Ingresos                                     | 82,7           | 350               | 370   |
| % de Cumplimiento                            |                | 23,6%             | 22,4% |
| Margen Bruto                                 | 18,5           | 79                | 83    |
| % de Cumplimiento                            |                | 23,4%             | 22,3% |
| EBITDA recurrente                            | 4,0            | 17                | 18    |
| % de Cumplimiento                            |                | 23,4%             | 22,1% |

El avance en los resultados, al cierre del primer trimestre de este año, nos permiten mantener el Guidance entregado al mercado para el ejercicio 2025, basados en la solidez de los resultados del primer trimestre y la estacionalidad habitual de nuestro negocio.

El Guidance para 2025 está en línea con el que entregamos de alcanzar entre 23 y 27 millones de euros de EBITDA recurrente en el año 2027.

## Cuenta de Pérdidas y Ganancias consolidada

A continuación, presentamos la cuenta de pérdidas y ganancias consolidada del Grupo correspondiente al cierre del primer trimestre de 2025, que incluyen tanto el Negocio Core como las inversiones en e-Commerce y Productos.

Contablemente, el grupo ha reportado una cifra neta de negocios consolidada de 82,7 millones de euros hasta marzo de 2025, frente a los 62,3 millones de euros del mismo periodo de 2024, lo que supone un crecimiento del 32,6%. El margen bruto consolidado se ha incrementado un 5,3% para alcanzar los 18,5 millones de euros y el EBITDA recurrente ha registrado un importe de 4 millones de euros, un 11% superior a la cifra reportada en el mismo periodo del año anterior.

| MSG Consolidado IFRS    |          |          |          |          |          | Var. %  |
|-------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|---------|
| Cifras en € '000        | 1Q24     | 2Q24     | 3Q24     | 4Q24     | 1Q25     | 1Q25/24 |
| Revenues                | 62.381   | 62.385   | 69.160   | 80.082   | 82.712   | 32,6%   |
| Cost of Sales           | (44.841) | (44.185) | (52.759) | (61.022) | (64.244) | 43,3%   |
| Gross Margin            | 17.540   | 18.200   | 16.401   | 19.060   | 18.468   | 5,3%    |
| Operational Cost        | (13.715) | (14.837) | (13.556) | (16.219) | (14.653) | 6,8%    |
| -Personnel              | (11.961) | (12.641) | (11.655) | (13.331) | (12.398) | 3,7%    |
| -Capex (IFRS)           | 1.271    | 1.267    | 1.268    | 1.598    | 1.293    | 1,7%    |
| -Administrative         | (3.025)  | (3.462)  | (3.169)  | (4.486)  | (3.548)  | 17,3%   |
| Expected Loss Provision | -403     | 142      | 193      | 698      | 6        | -101,5% |
| Other Income            | 167      | 202      | 276      | 171      | 163      | -2,1%   |
| EBITDA*                 | 3.589    | 3.707    | 3.314    | 3.710    | 3.985    | 11,0%   |
| Gastos Extraordinarios  | (88)     | (118)    | (850)    | (1.100)  | (369)    | 319,7%  |
| EBITDA                  | 3.502    | 3.589    | 2.464    | 2.609    | 3.616    | 3,2%    |

(\*) EBITDA recurrente, sin gastos extraordinarios.

## Resultados del Negocio Core a 3M25

A continuación, presentamos la cuenta de pérdidas y ganancias del Negocio Core de Making Science correspondiente a los tres primeros meses de 2025, que incluye las líneas de servicios de Marketing Digital, AdTech & MarTech y Tecnología Cloud & Software.

| MSG Core Business IFRS  |          |          |          |          |          | Var. %  |
|-------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|---------|
| Cifras en € '000        | 1Q24     | 2Q24     | 3Q24     | 4Q24     | 1Q25     | 1Q25/24 |
| Revenues                | 59.418   | 59.810   | 66.248   | 77.173   | 80.203   | 35,0%   |
| Cost of Sales           | (42.837) | (42.676) | (50.901) | (59.194) | (62.453) | 45,8%   |
| Gross Margin            | 16.581   | 17.134   | 15.347   | 17.979   | 17.750   | 7,1%    |
| Operational Cost        | (12.952) | (13.899) | (12.536) | (15.105) | (13.997) | 8,1%    |
| -Personnel              | (11.757) | (12.441) | (11.410) | (13.072) | (12.215) | 3,9%    |
| -Capex (IFRS)           | 1.217    | 1.212    | 1.222    | 1.556    | 1.251    | 2,8%    |
| -Administrative         | (2.412)  | (2.670)  | (2.348)  | (3.588)  | (3.033)  | 25,8%   |
| Expected Loss Provision | -403     | 186      | 170      | 640      | 6        | -101,4% |
| Other Income            | 157      | 163      | 183      | 171      | 163      | 3,6%    |
| EBITDA*                 | 3.384    | 3.584    | 3.165    | 3.686    | 3.921    | 15,9%   |
| Gastos Extraordinarios  | (88)     | (118)    | (822)    | (1.100)  | (369)    | 319,7%  |
| EBITDA                  | 3.296    | 3.466    | 2.343    | 2.586    | 3.552    | 7,8%    |

(\*) EBITDA recurrente, sin gastos extraordinarios.

El Importe Neto de la Cifra de Negocios al cierre de los tres primeros meses de 2025 ascendió a 80,2 millones de euros en el Negocio Core y el Margen Bruto a 17,8 millones de euros, mostrando crecimientos frente al mismo periodo de 2024 del 35% y del 7,1%, respectivamente.

El importe de EBITDA recurrente es de 3,9 millones de euros, una variación del 15,9% respecto a los 3,3 millones de euros reportados en el mismo periodo del año anterior.

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. En el primer trimestre de 2025, los Ingresos del Negocio Internacional superan a los de España, representando el 60% de los Ingresos totales del Core Business.**

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

## Negocio España

Al cierre del primer trimestre de 2025, el negocio de España ha incrementado su margen bruto respecto al mismo periodo de 2024 un 16,7%. En este perímetro se incluyen los resultados de RAISING (BL3) que ha tenido un repunte en los ingresos como consecuencia del inicio de un contrato con un cliente, que puede disminuir algo en el segundo trimestre de este año.

El Capex está estable con un crecimiento de un 2,8%. El destino de esta inversión es principalmente el desarrollo de productos de Inteligencia Artificial propios, como Ad-Machina y Gauss AI.

**Making Science** 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 atenderemos desde España.

| MSG Spain IFRS          |          |          |          |          |          | Var. %  |
|-------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|---------|
| Cifras en € '000        | 1Q24     | 2Q24     | 3Q24     | 4Q24     | 1Q25     | 1Q25/24 |
| Revenues                | 35.777   | 33.621   | 34.362   | 31.836   | 32.220   | -9,9%   |
| Cost of Sales           | (27.250) | (24.565) | (26.335) | (22.414) | (22.269) | -18,3%  |
| Gross Margin            | 8.527    | 9.056    | 8.027    | 9.421    | 9.951    | 16,7%   |
| Operational Cost        | (5.792)  | (6.930)  | (6.134)  | (7.522)  | (7.384)  | 27,5%   |
| -Personnel              | (5.485)  | (6.571)  | (5.975)  | (7.148)  | (6.592)  | 20,2%   |
| -Capex (IFRS)           | 1.217    | 1.212    | 1.222    | 1.556    | 1.251    | 2,8%    |
| -Administrative         | (1.524)  | (1.571)  | (1.381)  | (1.929)  | (2.044)  | 34,1%   |
| Expected Loss Provision | -75      | 110      | 1        | 487      | -27      | -64,3%  |
| Other Income            | 89       | 103      | 111      | 106      | 99       | 11,5%   |
| EBITDA*                 | 2.749    | 2.340    | 2.006    | 2.493    | 2.639    | -4,0%   |
| Gastos Extraordinarios  | (88)     | (72)     | (614)    | (941)    | (253)    | 187,6%  |
| EBITDA                  | 2.661    | 2.268    | 1.392    | 1.552    | 2.386    | -10,3%  |

(\*) EBITDA recurrente, sin gastos extraordinarios.

En las cuentas de España se incluyen actividades de corporativo que dan apoyo a las distintas líneas de negocio, incluidas las de IT & Cyber Security, People & Culture, Marketing & Communications y 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. De esta forma, el EBITDA del segmento España incluye los gastos del conjunto corporativo.

## 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 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, en 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%. El 11 de junio de 2024 anunciamos la oferta de adquisición del 23,86% remanente de la participación restante de UCP<sup>1</sup> mediante la ejecución de un acuerdo definitivo y de un plan de fusión (el "Acuerdo de Fusión") entre UCP y Making Science Marketing & Adtech, SLU ("MSMA"), una filial propiedad al 100% de Making Science. Finalmente, el 14 de Junio de 2024 anunciamos la compra del 19% de nuestra filial Agua3<sup>2</sup> Growth Engine S.L. con lo que alcanzamos un 70% de participación en esta sociedad.

En su segmento Internacional, **Making Science** ha obtenido unos ingresos de 48 millones de euros en los primeros tres meses de 2025, un 103% superior al mismo periodo de 2024. El Margen Bruto aportado por esta geografía es de 7,8 millones de euros y un EBITDA de 1,3 millones de euros (+101,9% vs 1Q24)

| MSG International IFRS  |          |          |          |          |          | Var. %  |
|-------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|---------|
| Cifras en € '000        | 1Q24     | 2Q24     | 3Q24     | 4Q24     | 1Q25     | 1Q25/24 |
| Revenues                | 23.641   | 26.189   | 31.886   | 45.338   | 47.983   | 103,0%  |
| Cost of Sales           | (15.587) | (18.111) | (24.566) | (36.780) | (40.184) | 157,8%  |
| Gross Margin            | 8.054    | 8.078    | 7.320    | 8.558    | 7.799    | -3,2%   |
| Operational Cost        | (7.159)  | (6.969)  | (6.402)  | (7.584)  | (6.613)  | -7,6%   |
| -Personnel              | (6.271)  | (5.870)  | (5.435)  | (5.925)  | (5.623)  | -10,3%  |
| -Capex (IFRS)           | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        |         |
| -Administrative         | (888)    | (1.099)  | (967)    | (1.658)  | (990)    | 11,5%   |
| Expected Loss Provision | -328     | 77       | 168      | 152      | 33       | -109,9% |
| Other Income            | 68       | 60       | 72       | 65       | 63       | -6,7%   |
| EBITDA*                 | 635      | 1.245    | 1.158    | 1.192    | 1.282    | 101,9%  |
| Gastos Extraordinarios  | 0        | (46)     | (208)    | (160)    | (116)    |         |
| EBITDA                  | 635      | 1.199    | 950      | 1.032    | 1.166    | 83,6%   |

(\*) EBITDA recurrente, sin gastos extraordinarios.

<sup>1</sup> [https://www.bmegrowth.es/docs/documentos/OtraInfRelevante/2024/06/05463\\_OtraInfRelev\\_20240611.pdf](https://www.bmegrowth.es/docs/documentos/OtraInfRelevante/2024/06/05463_OtraInfRelev_20240611.pdf)

<sup>2</sup> [https://www.bmegrowth.es/docs/documentos/OtraInfRelevante/2024/06/05463\\_OtraInfRelev\\_20240613.pdf](https://www.bmegrowth.es/docs/documentos/OtraInfRelevante/2024/06/05463_OtraInfRelev_20240613.pdf)

## Resultados del negocio de Inversiones a 3M25

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 2,5 millones de euros a marzo de 2025 con un margen bruto de 718 mil euros y un EBITDA recurrente positivo de 64 mil euros.

Desde su adquisición, **Making Science** ha reorientado la estrategia y las operaciones de este negocio para lograr un crecimiento rentable. Para ello, ejecutaron un conjunto de iniciativas de reestructuración y mejora operativa a lo largo de 2022 y 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.

| MSG Investments IFRS    |         |         |         |         |         | Var. %  |
|-------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Cifras en € '000        | 1Q24    | 2Q24    | 3Q24    | 4Q24    | 1Q25    | 1Q25/24 |
| Revenues                | 2.963   | 2.575   | 2.912   | 2.909   | 2.509   | -15,3%  |
| Cost of Sales           | (2.005) | (1.510) | (1.859) | (1.827) | (1.791) | -10,7%  |
| Gross Margin            | 958     | 1.065   | 1.054   | 1.082   | 718     | -25,0%  |
| Operational Cost        | (763)   | (937)   | (1.020) | (1.115) | (656)   | -14,1%  |
| -Personnel              | (204)   | (200)   | (245)   | (258)   | (183)   | -10,5%  |
| -Capex (IFRS)           | 54      | 54      | 46      | 42      | 41      | -23,4%  |
| -Administrative         | (614)   | (791)   | (820)   | (898)   | (515)   | -16,2%  |
| Expected Loss Provision | 0       | -44     | 23      | 58      | 0       |         |
| Other Income            | 10      | 40      | 94      | 0       | 1       | -92,1%  |
| EBITDA*                 | 205     | 124     | 150     | 25      | 64      | -68,9%  |
| Gastos Extraordinarios  | 0       | 0       | (29)    | 0       | 0       |         |
| EBITDA                  | 205     | 124     | 121     | 25      | 64      | -68,9%  |

(\*) EBITDA recurrente, sin gastos extraordinarios.

# GRACIAS



making  
science