

Madrid, a 29 de diciembre 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 nueve meses de 2025:

1. Resumen de negocio al cierre de los primeros nueve meses 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 a septiembre de 2025.

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.

# Septiembre



making  
science

# 2025



RESULTADOS

AVANCE DE RESULTADOS DE 9M 2025

**29 DICIEMBRE**

**2025**

MADRID

COMUNICACIÓN CORPORATIVA

## Quiénes SOMOS

**Making Science** es una empresa de **aceleración digital** internacional con cerca de 1.200 empleados y presencia directa en 18 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 cerca de 1200 empleados con presencia directa y desarrollo tecnológico en 18 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 provee 8 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** sigue avanzando en su Tercera Fase de crecimiento con la visión del “Plan 2027”, que preveía que alcanzáramos 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. Esta estimación debe ser revisada después de la venta del negocio de Ciberseguridad y Cloud en España efectuada el 19 diciembre de 2025<sup>1</sup>.**

En nuestra expansión Internacional, durante estos meses hemos **abierto sociedades en Argentina, Brasil, Países Bajos y realizado un acuerdo de Joint Venture con Pilot en Alemania.** Esta expansión está fundamentada en acompañar a nuestros clientes globales, proporcionándoles los servicios que necesitan en esas geografías. Además, **hemos creado una sociedad en USA para apoyar el desarrollo de RAISING: Raising Technology AI.**

Al cierre de septiembre de 2025, la Compañía mantiene su senda trimestral de resultados, logrando **3,1 millones de euros de EBITDA recurrente en 3Q25 y 10,8 millones acumulados en los primeros nueve meses de 2025 (+2,0% respecto al 9M24) y el Negocio Core crece un 6,9% su EBITDA recurrente, destacando el crecimiento del Negocio en España (+7%)** que alcanza los 7,6 millones de euros en EBITDA recurrente e Internacional aporta 3,2 millones de euros a este resultado. Por su parte, el Negocio de Inversiones (e-Commerce) ha logrado un EBITDA en break even a 9M25, a pesar de las tendencias de esta industria, afectada por los aranceles internacionales.

El EBITDA recurrente del tercer trimestre ha sido estacionalmente más bajo que los anteriores, principalmente por el Negocio Internacional en Francia, Italia y UK. Esto lo compensa un sólido tercer trimestre en España que crece en 3Q25 vs 3Q24 un 33,4% en Gross Margin y un 22,5% en EBITDA recurrente. La diversificación geográfica de Making Science es uno de sus puntos fuertes para lograr resultados estables. Más adelante se dará información de los distintos países.

El **Core Business presentó un crecimiento del 6,9% en su EBITDA recurrente** respecto a los primeros nueve meses del año pasado, con una rentabilidad (EBITDA recurrente sobre Margen Bruto) del 20,1% a consecuencia del crecimiento en el margen bruto (+9,7%).

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 durante este año. **Esto, junto al crecimiento del negocio internacional, ha permitido que en este trimestre los Ingresos del Negocio Internacional superen a los de España, logrando €154 millones y €109 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.

<sup>1</sup> [https://www.bmegrowth.es/docs/documentos/OtraInfRelevante/2025/12/05463\\_OtraInfRelev\\_20251219\\_1.pdf](https://www.bmegrowth.es/docs/documentos/OtraInfRelevante/2025/12/05463_OtraInfRelev_20251219_1.pdf)

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

- **Cerramos 9M25 con un EBITDA recurrente de 10,8 millones de euros** en nuestro perímetro consolidado, con un crecimiento del **39,4%** en nuestra cifra de negocio que ha alcanzado los **270,4 millones de euros** en ingresos y un margen bruto que ha crecido un **6,5%**, **alcanzando los 55,5 millones de euros**. Hay que destacar que el crecimiento de USA en reselling y ahora también en U.K., impulsa el crecimiento de los Ingresos aunque la rentabilidad de este producto es menor a la de los otros servicios que entregamos, por ello el crecimiento del Margen Bruto es menor al de los Ingresos. Sin embargo, **podemos ver que la rentabilidad de nuestra operación, medida como EBITDA recurrente a Margen Bruto, se mantiene en un 19,5% al cierre de 9M25 y del 20,1% si consideramos el perímetro del Negocio Core**.

- Nuestro resultado está compuesto por un **EBITDA recurrente de 7,6 millones en España, 3,2 millones en el Negocio Internacional y break even en nuestra línea de negocio de Inversiones**.

- **El Negocio Internacional casi se duplica en Ingresos (+89%) aunque permanece plano en el Margen Bruto (-2,1%)**. Los factores que explican esto son el crecimiento en Ingresos de Reselling en USA y U.K., junto a la disminución del Margen Bruto en Georgia (-43,7%) por nuestra estrategia selectiva en clientes. Sin Georgia, el Margen Bruto del Negocio Internacional crecería un 16,9%.

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.

- En nuestra expansión Internacional, durante este año hemos **abierto sociedades en Argentina, Brasil, Países Bajos y realizado un acuerdo de Joint Venture con Pilot en Alemania**. Esta expansión está fundamentada en acompañar a nuestros clientes globales, proporcionándoles los servicios que necesitan en esas geografías. Además, **hemos creado una sociedad en USA para apoyar el desarrollo de RAISING: Raising Technology AI**.

- El 4 de octubre de 2025 se anunció la **venta del negocio de Cloud y Ciberseguridad en España a Lutech S.p.A.**, empresa líder en el sector digital con sede en Italia, que se concretó el pasado 19 de diciembre. **La transacción ascendió a un máximo de 26 millones de euros** ("enterprise value") y se compone de: Un pago inicial de 23,256 millones de euros, y de un pago adicional variable, que se abonará en el primer semestre de 2026, basado en el EBITDA real de 2025. **La desinversión permite a Making Science centrar sus recursos y capacidades de gestión en sus unidades de negocio principales restantes: Servicios de marketing digital y AdTech (línea de actividad "BL1") y RAISING, su división de tecnología de inteligencia artificial (línea de actividad "BL3")**.

# RAISING

**RAISING** es 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. En el segundo trimestre de este año hemos constituido **Raising Technology AI en USA**, con el propósito del desarrollo más especializado de esta tecnología en ese país.

**Ad-machina cuenta con 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) con clientes que ya han comprado a través de ella**. 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 2025, al igual que en 2023 y 2024, hemos sido reconocidos en la quinta edición de los Google Marketing Partner Awards (GMP) en España con tres galardones**, consolidando su posición como referente en el desarrollo de soluciones tecnológicas basadas en inteligencia artificial aplicadas al marketing digital dentro del ecosistema Google Marketing Platform.

Los tres galardones obtenidos por Making Science destacan por su diversidad y alcance estratégico. Por un lado, la división tecnológica **RAISING** ha sido reconocida con su tecnología RAISING Tech en la categoría 'Solución Escalable' por su innovación en soluciones de marketing basadas en inteligencia artificial. Por otro lado, la colaboración estratégica con MAPFRE ha sido premiada en la categoría de 'Excelencia en medios' por los excepcionales resultados obtenidos en la campaña de MAPFRE Salud. Y, por último, el tercer puesto en 'Transformación Digital' reconoce el papel de Making Science para la integración de tecnología Google con AI haciendo foco en eficiencia, relevancia y escalabilidad.

RAISING Tech, la solución desarrollada por Making Science para el sector retail, fue premiada por su capacidad para integrar inteligencia artificial generativa y predictiva en todo el ecosistema Google Marketing Platform, logrando incrementos de ventas de hasta un 21% en clientes del sector. Esta tecnología permite automatizar y optimizar de forma integral todos los factores críticos de las campañas publicitarias, mejorando de forma tangible el rendimiento.

La campaña desarrollada para MAPFRE Salud ha sido reconocida en la categoría 'Excelencia en medios' por lograr resultados excepcionales que demuestran el poder de una estrategia integrada basada en datos y tecnología avanzada. La colaboración entre Making Science y MAPFRE apostó por un modelo de trabajo conjunto que permitió una visión unificada de toda la estrategia digital.

Además, Making Science ha recibido un tercer puesto en la categoría 'Transformación Digital' por su proyecto para la compañía hotelera Bahía Príncipe. En un contexto de fuerte presión competitiva en el sector turístico, la compañía abordó una transformación profunda de su arquitectura digital de marketing, con el objetivo de mejorar la eficiencia operativa y aumentar las reservas sin disparar los costes.

Estamos orgullosos de que nuestra filial en Suecia, **Tre Kronor Media**, haya sido incluida en el **Top10 del ranking mundial de nuevas empresas indie** con nuevos clientes de gran envergadura como Svenska Spel.

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.

## Operaciones Corporativas

- a) **Con fecha 30 de abril, se concedió a la Sociedad un préstamo bilateral por un valor de 5 millones de euros, a tres años, con un tipo de interés variable EURIBOR a seis meses más 2,251%, con un período de amortización semestral.** Con ello, Making Science adecúa su estructura financiera, tanto a sus necesidades de financiación actuales como a los planes de desarrollo del Plan 2027 presentado a los inversores. EBN Banco es el prestamista con el respaldo del Fondo Europeo de Inversiones (FEI). Los fondos estarán destinados íntegramente a invertir y potenciar nuestra estrategia de liderazgo en tecnología e inteligencia artificial, consolidando así nuestra posición de vanguardia en uno de los ámbitos de mayor crecimiento e innovación a nivel global. Además, comunicamos que el pasado 22 de abril, la Sociedad ha prepagado el préstamo sindicado que tenía, a esa fecha, un saldo pendiente de capital de 7.875.000 euros más intereses. Esta operación muestra la capacidad de pago de nuestra compañía y desapalancamiento.
- b) **Making Science y Pilot, uno de los grupos de agencias independientes líderes en Alemania, anuncian la creación de una joint venture estratégica para impulsar la innovación en el ámbito del marketing de resultados en el mercado alemán.** Esta cooperación entrará en vigor el 1 de julio de 2025. Dentro del acuerdo, **Pilot adquiere un 25% de la empresa conjunta, Making Science Alemania, a la que transfiere su negocio de marketing en buscadores para seguir creciendo.** Esta transferencia permitirá consolidar un servicio especializado y tecnológicamente avanzado, ampliando significativamente la capacidad de pilot para ofrecer soluciones de rendimiento basadas en datos, inteligencia artificial y analítica de última generación. Asimismo, los clientes de pilot tendrán acceso a una gama más amplia de servicios, incluyendo ingeniería de datos, medición y tecnologías desarrolladas por uno de los principales partners globales de Google. **Esta alianza refuerza la posición de Making Science como uno de los principales proveedores globales de tecnología e IA aplicadas al marketing, un paso clave en**



el marco de su estrategia de expansión internacional.

- c) **El 7 de julio, Making Science anunció que ha adquirido un 30% adicional de las acciones de Agua3 Growth Engines, S.L. ("Agua3"), aumentando la participación de Making Science en Agua3 hasta el 100%.** El coste total de la adquisición del 30% adicional es de 3,0 millones de euros, consistentes en 2,0 millones de euros en efectivo y 1,0 millones de euros en acciones de Making Science. Del importe en efectivo mencionado, la mitad se ha abonado con tesorería que tenía disponible la Compañía, y la otra mitad se ha aplazado su pago hasta julio de 2026. Agua3 es propietaria de la plataforma tecnológica de "AdTech" Ad-Machina ([www.ad-machina.com](http://www.ad-machina.com)). Ad-Machina es una tecnología de generación de lenguaje natural que usa Inteligencia Artificial para transformar las fuentes de datos en campañas avanzadas de Google Ads, generando más ventas y a un menor coste. La compañía, con sede en Palma de Mallorca, ha experimentado un destacado crecimiento desde la compra inicial de 51% que realizó Making Science en septiembre de 2021 y la adquisición de un 19% adicional en junio de 2024. El precio total pagado en las tres transacciones combinadas para la adquisición del 100% de Agua3 ha sido de 5.220.000 euros.
- d) **El 4 de octubre de 2025 se anunció la venta del negocio de Cloud y Ciberseguridad en España a Lutech S.p.A., empresa líder en el sector digital con sede en Italia.** La transacción se llevará a cabo mediante la compraventa de las entidades jurídicas de Making Science en España que operan en los segmentos de infraestructura en la nube, desarrollo de software y servicios de ciberseguridad. Esto se corresponde con parte de la línea de actividad "BL2", excluyendo del perímetro de la transacción la actividad que se lleva a cabo desde Georgia. El importe pagadero en virtud de **la transacción asciende a un máximo de 26 millones de euros ("enterprise value") y se compone de: Un pago inicial de 23,256 millones de euros, y de un pago adicional variable, que se abonará en el primer semestre de 2026, basado en el EBITDA real de 2025.**
- e) **El 19 de diciembre se produjo el cierre de la venta de la unidad de negocio de Cloud y Ciberseguridad en España a Lutech S.p.A..** La culminación de la transacción se produce tras la recepción de la aprobación de la inversión extranjera directa en España y al cumplimiento de las condiciones previas habituales para este tipo de transacciones. **La desinversión permite a Making Science centrar sus recursos y capacidades de gestión en sus unidades de negocio principales restantes: Servicios de marketing digital y AdTech (línea de actividad "BL1") y RAISING, su división de tecnología de inteligencia artificial (línea de actividad "BL3").**

## 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 a 9M25 de este año un **EBITDA recurrente de €10,8 millones, con un crecimiento recurrente respecto al resultado del mismo periodo del año anterior +2,0%**, que sube a un 6,9% el EBITDA recurrente en el Negocio Core (España más Internacional) dado que el Negocio de e-commerce está en break even como consecuencia de las tendencia de este mercado afectado por los aranceles.

Los otros gastos de explotación han mostrado un crecimiento sobre el año anterior a consecuencia de la compra de licencias de Inteligencia Artificial para los empleados de Making Science. Creemos que nuestra eficiencia futura radica en poder incorporar estas tecnologías a nuestra actividad diaria, permitiendo incrementar la eficiencia a través de Agentes y otras herramientas de IA.

El Negocio Consolidado ha alcanzado los 270,4 millones de Ingresos Brutos, creciendo un 39,4% versus los nueve meses del año anterior. Por su parte, el Negocio Core mantiene un buen Ratio de Rentabilidad (Profitability Ratio) del 20,1% de EBITDA recurrente sobre Gross Margin y en el que todos los segmentos del negocio muestran resultados positivos. El Margen Bruto (Gross Margin) muestra una tasa de crecimiento del 6,5% en los resultados consolidados, principalmente por el crecimiento del Core Business 9,7%.

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-Sep 24	Jan-Sep 25	Var %	Jan-Sep 24	Jan-Sep 25	Var %	Jan-Sep 24	Jan-Sep 25	Var %
Revenues	193.926	270.382	39,4	185.476	263.616	42,1	8.450	6.766	-19,9
Cost of Sales	-141.785	-214.852	51,5	-136.414	-209.812	53,8	-5.374	-5.041	-6,2
Gross Margin	52.141	55.529	6,5	49.062	53.804	9,7	3.076	1.725	-43,9
Personnel	-36.257	-38.958	7,4	-35.607	-38.369	7,8	-649	-589	-9,3
Opex	-9.656	-10.639	10,2	-7.430	-9.359	26,0	-2.225	-1.280	-42,5
Capex	3.806	4.277	12,4	3.651	4.160	13,9	154	117	-24,1
Operat. Cost	-42.107	-45.320	7,6	-39.386	-43.568	10,6	-2.720	-1.752	-35,6
Exp. Loss	-68	135	-298,4	-47	134	-385,4	-21	1	-103,7
Other Income	645	480	-25,6	503	461	-8,3	144	19	-87,0
EBITDA rec.	10.611	10.824	2,0	10.132	10.831	6,9	479	-7	-101,5
Profitability Ratio	20,4	19,5		20,7	20,1		15,6	-0,4	

Los Costes Operacionales siguen controlados, en línea con los últimos trimestres. 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. A Agentspace **se le suman más de 500 otras licencias de IA individuales, específicas para ayudar a mejorar la productividad de nuestros equipos mundiales.**

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**

<b>Cifras en € '000</b>	<b>1Q24</b>	<b>2Q24</b>	<b>3Q24</b>	<b>1Q25</b>	<b>2Q25</b>	<b>3Q25</b>
Revenues	62.381	62.385	69.160	82.712	91.879	95.790
Cost of Sales	(44.841)	(44.185)	(52.759)	(64.244)	(73.658)	(76.950)
<b>Gross Margín</b>	<b>17.540</b>	<b>18.200</b>	<b>16.401</b>	<b>18.468</b>	<b>18.221</b>	<b>18.840</b>
Operational Cost	(13.715)	(14.837)	(13.556)	(14.653)	(14.775)	(15.893)
-Personnel	(11.961)	(12.641)	(11.655)	(12.398)	(12.685)	(13.875)
-Capex (IFRS)	1.271	1.267	1.268	1.293	1.452	1.532
-Administrative	(3.025)	(3.462)	(3.169)	(3.548)	(3.541)	(3.550)
Expected Loss Provision	-403	142	193	6	133	-4
Other Income	167	202	276	163	150	167
<b>EBITDA Rec.</b>	<b>3.589</b>	<b>3.707</b>	<b>3.314</b>	<b>3.985</b>	<b>3.729</b>	<b>3.110</b>
Gastos Extraordinarios	(88)	(118)	(850)	(369)	(513)	(1.813)
<b>EBITDA</b>	<b>3.502</b>	<b>3.589</b>	<b>2.464</b>	<b>3.616</b>	<b>3.216</b>	<b>1.296</b>

(\*) 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 18 países o de 25 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.

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 6,9% entre los nueve meses de este año y el mismo periodo del 2024, alcanzando los €10,8 millones. En este resultado, €7,6 millones se obtienen en España y €3,2 millones de la parte internacional, que tiene incluida la operación de USA que está en break-even desde el último trimestre de 2024.

Durante 2024 USA acumulaba una pérdida en EBITDA de -€1,2 millones a 9M24 y está en break even, mostrando la buena evolución y aporte de esta operación a los resultados de nuestra compañía.

€ '000 - IFRS	Core Business			Spain			International		
	Jan-Sep 24	Jan-Sep 25	Var %	Jan-Sep 24	Jan-Sep 25	Var %	Jan-Sep 24	Jan-Sep 25	Var %
Revenues	185.476	263.616	42,1	103.760	109.251	5,3	81.716	154.365	88,9
Cost of Sales	-136.414	-209.812	53,8	-78.150	-78.401	0,3	-58.264	-131.411	125,5
Gross Margin	49.062	53.804	9,7	25.610	30.850	20,5	23.452	22.954	-2,1
Personnel	-35.607	-38.369	7,8	-18.031	-22.035	22,2	-17.576	-16.334	-7,1
Opex	-7.430	-9.359	26,0	-4.476	-5.875	31,3	-2.954	-3.484	17,9
Capex	3.651	4.160	13,9	3.651	4.160	13,9	0	0	
Operat. Cost	-39.386	-43.568	10,6	-18.856	-23.750	26,0	-20.530	-19.818	-3,5
Exp. Loss	-47	134	-385,4	36	182	405,9	-83	-48	-42,2
Other Income	503	461	-8,3	303	309	1,9	200	152	-23,8
EBITDA rec.	10.132	10.831	6,9	7.093	7.590	7,0	3.039	3.241	6,6
Profitability Ratio	20,7	20,1		27,7	24,6		13,0	14,1	

El Negocio Core crece su EBITDA recurrente a consecuencia del crecimiento en el Gross Margin un 9,7% con distintas tendencias en España y el Negocio Internacional.

En el caso de **España el Margen Bruto crece un 20,5% producto de la consolidación del negocio de la segunda parte del año pasado.** Los gastos también crecen ya que la base de 9M25 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. **El EBITDA recurrente de España crece un 7% sobre 9M24.** Las cifras de netocio correspondientes al negocio vendido a Lutech se encuentran dentro de las cifras del negocio de España y se desglosarán en la presentación de los resultados completos del año 2025 por líneas de negocio.

En el caso del Negocio Internacional, el Margen Bruto decreció un 2% y el Gasto de Personal disminuyó un 7%. 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 9M24 Georgia tuvo un Margen Bruto de €7,3 millones mientras que en 9M25 fue de €4,0 millones. Esta disminución de €3,3 millones impacta en el crecimiento del Margen Bruto y para ello se ajustó la estructura con el fin de estabilizar el EBITDA, explicando la disminución en el Gasto de Personal. Además en UK aún estamos construyendo la nueva base de clientes tras la incorporación de Nick Waters, como CEO de Europa del Norte, algo que vendrá en los próximos trimestres. En Italia vemos un Margen Bruto plano, como consecuencia del bajo crecimiento de algunos clientes del sector de la moda y se está reforzando otras líneas de negocio como Data y Ad Machina. **Si aislamos Georgia, el Margen Bruto del Negocio Internacional hubiese crecido un 16,9%.**

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 donde observamos la disminución del margen en Georgia, a consecuencia del foco en clientes más rentables, y las menores dinámicas en Italia y UK. Nordics y USA muestran tendencias de crecimiento estables, como lo hemos estado comentando.

Gross Margin por países IFRS							Var. %
Cifras en € '000	1Q24	2Q24	3Q24	1Q25	2Q25	3Q25	9M25/24
Spain	8.527	9.056	8.027	9.951	10.192	10.707	20,5%
International	8.054	8.078	7.320	7.799	7.530	7.625	-2,1%
- France	1.512	1.570	1.368	1.731	1.452	1.691	9,5%
- Italy	1.103	1.042	1.033	1.129	1.139	862	-1,5%
- Nordics	2.031	2.166	2.079	2.431	2.474	2.643	20,3%
- U.K.	516	471	408	367	256	290	-34,6%
- Georgia	2.715	2.480	2.055	1.574	1.281	1.157	-44,6%
- USA	93	233	267	495	472	662	174,8%
- Others	85	115	110	71	456	319	172,8%
Core Business	16.581	17.134	15.347	17.750	17.722	18.332	9,7%
International w/o Georgia	5.339	5.597	5.265	6.225	6.249	6.467	16,9%

En términos de EBITDA recurrente, las tendencias son parecidas al del Gross Margin. Georgia, UK e Italia muestran disminuciones de su EBITDA como consecuencia de la evolución de su Gross Margin.

EBITDA recurrente por países IFRS							Var. %
Cifras en € '000	1Q24	2Q24	3Q24	1Q25	2Q25	3Q25	9M25/24
Spain	2.749	2.340	2.006	2.639	2.493	2.458	7,0%
International	635	1.245	1.158	1.282	1.235	724	6,7%
- France	505	521	390	536	439	242	-14,1%
- Italy	301	318	277	201	143	-9	-62,6%
- Nordics	339	368	539	360	388	478	-1,6%
- U.K.	144	117	69	36	-135	-111	-163,6%
- Georgia	88	509	479	390	211	253	-20,6%
- USA	-476	-337	-359	-3	94	-94	99,8%
- Others	-265	-251	-238	-237	94	-35	76,3%
Core Business EBITDA*	3.384	3.584	3.164	3.921	3.728	3.182	6,9%

(\*) EBITDA recurrente, sin gastos extraordinarios.

En la siguiente tabla vemos la rentabilidad por trimestres

MSG IFRS						
EBITDA*/Gross Margin, %	1Q24	2Q24	3Q24	1Q25	2Q25	3Q25
Spain	32,2%	25,8%	25,0%	26,5%	24,5%	23,0%
International	7,9%	15,4%	15,8%	16,4%	16,4%	9,5%
- France	33,4%	33,2%	28,5%	30,9%	30,2%	14,3%
- Italy	27,3%	30,5%	26,8%	17,8%	12,5%	-1,0%
- Nordics	16,7%	17,0%	25,9%	14,8%	15,7%	18,1%
- U.K.	27,9%	24,8%	17,0%	9,8%	-52,7%	-38,3%
- Georgia	3,2%	20,5%	23,3%	24,8%	16,5%	21,8%
- USA	-509,4%	-144,5%	-134,5%	-0,7%	20,0%	-14,1%
- Others	-313,6%	-218,5%	-216,2%	-334,8%	20,6%	-10,9%

## Gastos no recurrentes

En 9M25 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. Los gastos no recurrentes del segundo trimestre están relacionados con las operaciones corporativas referentes a la JV con pilot en Alemania, Préstamo bilateral, prepago del sindicato, la apertura de las nuevas oficinas en Argentina, Brasil, Países Bajos y análisis de M&A. En el tercer trimestre se explican por la operación de venta del negocio de Ciberseguridad y Cloud, aunque serán ajustados contra la utilidad de la operación siguiendo los criterios establecidos en IFRS.

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.

### Gastos no recurrentes

MSG Consolidado (€ '000)	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25	2Q25	3Q25
Operaciones Corporativas	26	66	795	345	146	442	1.133
People & Culture	7	50	52	690	223	71	298
Varios	38	2	3	20	0	0	366
Donaciones	17	0	0	45	0	0	17
<b>Totales</b>	<b>88</b>	<b>118</b>	<b>850</b>	<b>1.100</b>	<b>369</b>	<b>513</b>	<b>1.814</b>

## Guidance 2025

Making Science informó al mercado, mediante la Información Privilegiada publicada el 4 de octubre de 2025, la venta de la unidad de negocio de Cloud y Ciberseguridad en España a Lutech S.p.A. Como consecuencia de la citada transacción, valorada en aproximadamente 26 millones de euros y cuyo cierre se prevé para el cuarto trimestre de 2025, los resultados consolidados presentados el 30 de octubre, correspondientes al primer semestre de 2025, no incluyen el EBITDA recurrente de la citada unidad de negocio (al aplicarse la NIIF 5 que implica la contabilización del resultado neto de dicha unidad de negocio en la cuenta de resultados consolidada, dentro del epígrafe de "Beneficio del ejercicio de operaciones interrumpidas"). Como consecuencia de lo anteriormente mencionado, el Consejo de Administración de la Compañía de fecha 29 de octubre de 2025, acordó suspender el guidance del año 2025 como aparece publicado en los estados financieros intermedios. Making Science actualizará su información al mercado, incluyendo la revisión del plan estratégico 2027, con el objetivo de incorporar plenamente las oportunidades derivadas de esta operación y su impacto en las unidades Ad Machina y Making Science Marketing & AdTech. Ciberseguridad y Cloud en España a Lutech S.a.P.

## Cuenta de Pérdidas y Ganancias consolidada

A continuación, presentamos la cuenta de pérdidas y ganancias consolidada del Grupo correspondiente al cierre de 9M25, que incluyen tanto el Negocio Core como las inversiones en e-Commerce y Productos.

MSG Consolidado IFRS							Var. %		
Cifras en € '000	1Q24	2Q24	3Q24	1Q25	2Q25	3Q25	9M 2024	9M 2025	9M25/24
Revenues	62.381	62.385	69.160	82.712	91.879	95.790	193.926	270.382	39,4%
Cost of Sales	(44.841)	(44.185)	(52.759)	(64.244)	(73.658)	(76.950)	(141.785)	(214.852)	51,5%
Gross Margin	17.540	18.200	16.401	18.468	18.221	18.840	52.141	55.529	6,5%
Operational Cost	(13.715)	(14.837)	(13.556)	(14.653)	(14.775)	(15.893)	(42.108)	(45.320)	7,6%
-Personnel	(11.961)	(12.641)	(11.655)	(12.398)	(12.685)	(13.875)	(36.257)	(38.958)	7,4%
-Capex (IFRS)	1.271	1.267	1.268	1.293	1.452	1.532	3.806	4.277	12,4%
-Administrative	(3.025)	(3.462)	(3.169)	(3.548)	(3.541)	(3.550)	(9.656)	(10.639)	10,2%
Expected Loss Provision	-403	142	193	6	133	-4	-68	135	-298,4%
Other Income	167	202	276	163	150	167	645	480	-25,6%
EBITDA Rec.	3.589	3.707	3.314	3.985	3.729	3.110	10.610	10.824	2,0%
Gastos Extraordinarios	(88)	(118)	(850)	(369)	(513)	(1.813)	(1.056)	(2.696)	155,3%
EBITDA	3.502	3.589	2.464	3.616	3.216	1.296	9.555	8.128	-14,9%

## Resultados del Negocio Core a 9M25

A continuación, presentamos la cuenta de pérdidas y ganancias del Negocio Core de Making Science correspondiente a los nueve 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	1Q25	2Q25	3Q25	9M 2024	9M 2025	9M25/24
Revenues	59.418	59.810	66.248	80.203	89.984	93.429	185.476	263.616	42,1%
Cost of Sales	(42.837)	(42.676)	(50.901)	(62.453)	(72.262)	(75.098)	(136.414)	(209.812)	53,8%
Gross Margín	16.581	17.134	15.347	17.750	17.722	18.332	49.062	53.804	9,7%
Operational Cost	(12.952)	(13.899)	(12.536)	(13.997)	(14.259)	(15.312)	(39.387)	(43.568)	10,6%
-Personnel	(11.757)	(12.441)	(11.410)	(12.215)	(12.489)	(13.665)	(35.608)	(38.369)	7,8%
-Capex (IFRS)	1.217	1.212	1.222	1.251	1.410	1.498	3.651	4.160	13,9%
-Administrative	(2.412)	(2.670)	(2.348)	(3.033)	(3.180)	(3.145)	(7.430)	(9.359)	26,0%
Expected Loss Provision	-403	186	170	6	133	-4	-47	134	-385,4%
Other Income	157	163	183	163	132	166	503	461	-8,3%
EBITDA*	3.384	3.584	3.165	3.921	3.728	3.182	10.133	10.831	6,9%
Gastos Extraordinarios	(88)	(118)	(822)	(369)	(513)	(2.589)	(1.028)	(3.471)	237,6%
EBITDA	3.296	3.466	2.343	3.552	3.215	593	9.105	7.360	-19,2%



## Negocio España

MSG Spain IFRS							Var. %		
Cifras en € '000	1Q24	2Q24	3Q24	1Q25	2Q25	3Q25	9M 2024	9M 2025	9M25/24
Revenues	35.777	33.621	34.362	32.220	35.673	41.358	103.760	109.251	5,3%
Cost of Sales	(27.250)	(24.565)	(26.335)	(22.269)	(25.481)	(30.651)	(78.150)	(78.401)	0,3%
Gross Margin	8.527	9.056	8.027	9.951	10.192	10.707	25.610	30.850	20,5%
Operational Cost	(5.792)	(6.930)	(6.134)	(7.384)	(7.989)	(8.378)	(18.856)	(23.750)	26,0%
-Personnel	(5.485)	(6.571)	(5.975)	(6.592)	(7.427)	(8.017)	(18.031)	(22.035)	22,2%
-Capex (IFRS)	1.217	1.212	1.222	1.251	1.410	1.498	3.651	4.160	13,9%
-Administrative	(1.524)	(1.571)	(1.381)	(2.044)	(1.973)	(1.859)	(4.476)	(5.875)	31,3%
Expected Loss Provision	-75	110	1	-27	184	25	36	182	405,9%
Other Income	89	103	111	99	107	103	303	309	1,9%
EBITDA*	2.749	2.340	2.006	2.639	2.493	2.458	7.095	7.590	7,0%
Gastos Extraordinarios	(88)	(72)	(614)	(253)	(461)	(1.782)	(774)	(2.496)	222,5%
EBITDA	2.661	2.268	1.392	2.386	2.033	676	6.321	5.094	-19,4%

(\*) 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.

Los gastos no recurrentes están principalmente asociados a las operaciones corporativas, como la venta del negocio de Ciberseguridad y Cloud en España. Estos gastos se eliminarán contra la utilidad de la operación, siguiendo los principios contables de IFRS.

## 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>2</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. El 14 de Junio de 2024 anunciamos la compra del 19% de nuestra filial Agua3<sup>3</sup> Growth Engine S.L. con lo que

<sup>2</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>3</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)



alcanzamos un 70% de participación en esta sociedad. Finalmente, el 7 de julio de 2025, Making Science anunció que ha adquirido un 30% adicional de las acciones de Agua3 Growth Engines, S.L. ("Agua3"), aumentando la participación de Making Science en Agua3 hasta el 100%.

MSG International IFRS							Var. %		
Cifras en € '000	1Q24	2Q24	3Q24	1Q25	2Q25	3Q25	9M 2024	9M 2025	9M25/24
Revenues	23.641	26.189	31.886	47.983	54.311	52.072	81.716	154.365	88,9%
Cost of Sales	(15.587)	(18.111)	(24.566)	(40.184)	(46.781)	(44.447)	(58.264)	(131.411)	125,5%
Gross Margin	8.054	8.078	7.320	7.799	7.530	7.625	23.452	22.954	-2,1%
Operational Cost	(7.159)	(6.969)	(6.402)	(6.613)	(6.270)	(6.934)	(20.530)	(19.818)	-3,5%
-Personnel	(6.271)	(5.870)	(5.435)	(5.623)	(5.063)	(5.648)	(17.576)	(16.334)	-7,1%
-Capex (IFRS)	0	0	0	0	0	0	0	0	
-Administrative	(888)	(1.099)	(967)	(990)	(1.208)	(1.286)	(2.954)	(3.484)	17,9%
Expected Loss Provision	-328	77	168	33	(51)	-30	-83	(48)	-42,2%
Other Income	68	60	72	63	26	63	200	152	-23,8%
EBITDA*	635	1.245	1.158	1.282	1.235	724	3.038	3.241	6,7%
Gastos Extraordinarios	0	(46)	(208)	(116)	(52)	(31)	(254)	(200)	-21,4%
EBITDA	635	1.199	950	1.166	1.183	693	2.784	3.041	9,2%

(\*) EBITDA recurrente, sin gastos extraordinarios.

## Resultados del negocio de Inversiones a 9M25

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. 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	1Q25	2Q25	3Q25	9M 2024	9M 2025	9M25/24
Revenues	2.963	2.575	2.912	2.509	1.896	2.361	8.450	6.766	-19,9%
Cost of Sales	(2.005)	(1.510)	(1.859)	(1.791)	(1.397)	(1.853)	(5.374)	(5.041)	-6,2%
Gross Margin	958	1.065	1.054	718	499	508	3.077	1.725	-43,9%
Operational Cost	(763)	(937)	(1.020)	(656)	(516)	(581)	(2.720)	(1.752)	-35,6%
-Personnel	(204)	(200)	(245)	(183)	(196)	(210)	(649)	(589)	-9,3%
-Capex (IFRS)	54	54	46	41	41	34	154	117	-24,1%
-Administrative	(614)	(791)	(820)	(515)	(361)	(405)	(2.225)	(1.280)	-42,5%
Expected Loss Provision	0	-44	23	0	0	0	-21	1	-103,7%
Other Income	10	40	94	1	17	1	144	19	-87,0%
EBITDA*	205	124	150	64	1	(72)	479	-7	-101,5%
Gastos Extraordinarios	0	0	(29)	0	0	0	(29)	0	-100,0%
EBITDA	205	124	121	64	1	(72)	450	(7)	-101,6%

# GRACIAS



making  
science