

Madrid, a 7 de mayo de 2026

**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 el informe de información financiera no auditada relativa al cierre del primer trimestre de 2026.

1. Cambios a la presentación del Informe Financiero de Making Science Group
2. Resultados de Making Science Group Consolidados
3. Resultados de los segmentos primarios: Global Digital Agency, AWAKE, Racing AI e Investments
4. Resultados del segmento secundario de Digital Global Agency, países.
5. Invitación para asistir a la presentación del avance de resultados del primer trimestre de 2026

La presentación de resultados se ha programado a través de una conferencia telemática o webinar donde su Consejero Delegado explicará en detalle los resultados del primer trimestre de 2026 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 PRIMER TRIMESTRE DE 2026**  
**FECHA Y HORA: 7 DE MAYO DE 2026, 9:00 AM**  
**INSCRIPCIÓN AL WEBINAR:**

[https://zoom.us/webinar/register/WN\\_dMsLhmmZQRmvp3alxYr4w](https://zoom.us/webinar/register/WN_dMsLhmmZQRmvp3alxYr4w)

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



making  
science

# .....2026

## RESULTADOS



RESULTADOS NO AUDITADOS DE 1Q26

**7 MAYO**

**2026**

MADRID

COMUNICACIÓN CORPORATIVA

## Quiénes SOMOS

**Making Science** es una compañía global de aceleración digital impulsada por Inteligencia Artificial con 826 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 marketing digital, Cloud for Marketing, Adtech y Martech.

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 con Inteligencia Artificial. Contamos con más de 800 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 división tecnológica RAISING que combina la experiencia empresarial con la ciencia de los datos para ofrecer soluciones basadas en IA aplicada al marketing, como ad-machina, la plataforma de IA Agéntica para un marketing integrado; AWAKE, un AI Venture Studio, nacido para liderar la revolución de la Inteligencia Artificial que industrializa la creación de startups y proyectos innovadores AI-native que respondan a las nuevas necesidades de la economía digital. 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 socia consultora de Local Planet, la mayor red mundial de agencias de medios independientes, Making Science desarrolla soluciones tecnológicas y ofrece servicios de marketing digital, Cloud for Marketing, Adtech y Martech, a través de sus oficinas, delivery hubs y centros de excelencia que impulsan la creación de empleo y la disponibilidad de talento tecnológico altamente cualificado a nivel global.*

*El propósito de Making Science es impulsar la aceleración digital y el crecimiento sostenible de sus clientes para que sean competitivos en el nuevo paradigma de la Inteligencia Artificial. Actuando como un socio estratégico integral que cierra la brecha entre la estrategia de negocio y la ejecución tecnológica impulsada con IA, la compañía se basa en un modelo de Inteligencia Híbrida que aumenta las capacidades humanas.*

*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 compañía participa en numerosas iniciativas de ESG, a través de la Fundación Making Science, con el firme compromiso de obtener impacto positivo en la sociedad y el planeta.*

## Cambios en la presentación de la información de Making Science Group

Making Science reportará a partir de este trimestre su información financiera con cambios en sus segmentos primarios y secundarios, siguiendo la estructura de gestión del Grupo para sus distintos negocios.

### Segmentación Primaria

Tras la venta del negocio de Cloud y Ciberseguridad en España la Línea de Negocio 2 integrará el nuevo negocio de Awake uniéndose a las unidades de negocio Global Digital Agency, Raising AI e Investments.



El reporte financiero se alinea desde este trimestre a las unidades de negocio desapareciendo el concepto de Core Business, España y Negocio Internacional, manteniéndose el de e-Commerce o Investments

€ '000 - IFRS	MSG Consolidated			Core Business			e-Commerce		
	Jan-Dec 24	Jan-Dec 25	Var %	Jan-Dec 24	Jan-Dec 25 /ar %		Jan-Dec 24	Jan-Dec 25	Var %
Revenues	274.008	374.657	36,7	262.649	364.466	38,6	11.359	10.189	-10,3
Cost of Sales	-202.807	-298.697	47,3	-195.608	-291.065	48,8	-7.201	-7.631	6,0
Gross Margin	71.201	75.960	6,7	67.042	73.402	9,5	4.159	2.558	-35,5
Personnel	-49.588	-52.834	6,5	-48.680	-52.049	6,9	-908	-786	-13,5
Opex	-14.342	-15.061	6,5	-11.018	-13.367	21,3	-3.124	-1.694	-45,8
Capex	5.404	5.654	4,6	5.207	5.510	5,8	196	144	-26,4
Operat. Cost	-58.326	-62.241	6,7	-54.491	-59.907	9,9	-3.836	-2.335	-39,1
Exp. Loss	630	362	-42,5	592	380	-35,6	36	-18	-148,3
Other Income	816	606	-25,7	674	580	-13,9	144	25	-82,4
EBITDA rec.	14.320	14.687	2,6	13.818	14.456	4,6	503	230	-54,2

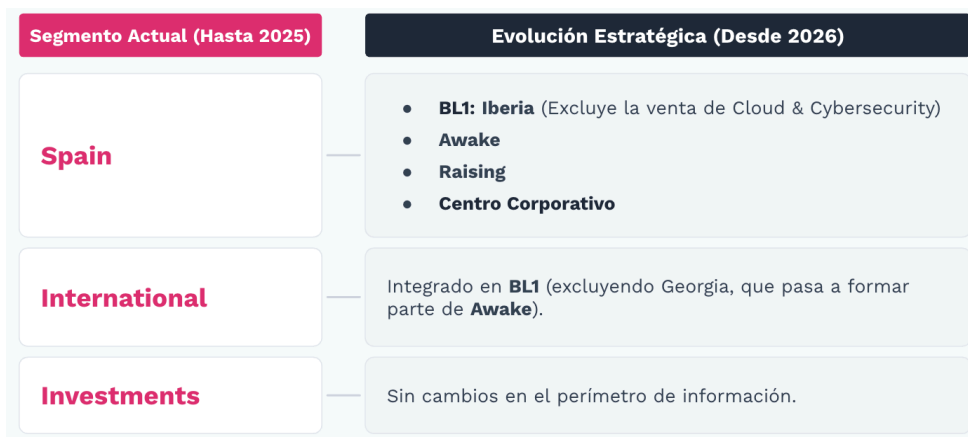
€ '000 - IFRS	Core Business			Spain			International		
	Jan-Dec 24	Jan-Dec 25	Var %	Jan-Dec 24	Jan-Dec 25 /ar %		Jan-Dec 24	Jan-Dec 25	Var %
Revenues	262.650	364.468	38,8	135.596	148.428	9,5	127.054	216.040	70,0
Cost of Sales	-195.608	-291.065	48,8	-100.564	-106.666	6,1	-95.044	-184.399	94,0
Gross Margin	67.042	73.402	9,5	35.032	41.762	19,2	32.010	31.641	-1,2
Personnel	-48.680	-52.049	6,9	-25.379	-30.255	20,2	-23.501	-21.794	-7,3
Opex	-11.018	-13.367	21,3	-6.406	-8.629	34,7	-4.612	-4.738	2,7
Capex	5.207	5.510	5,8	5.207	5.370	3,1	0	140	0,0
Operat. Cost	-54.491	-59.907	9,9	-26.378	-33.514	27,1	-28.113	-26.392	-6,1
Exp. Loss	592	380	-35,6	523	895	71,2	69	-515	-846,3
Other Income	674	580	-13,9	409	423	3,3	265	157	-40,6
EBITDA rec.	13.817	14.456	4,6	9.586	9.565	-0,2	4.231	4.891	15,6



Los principales cambios respecto al modelo anterior son:

1. España ahora se distribuye entre:
  - a. Global Digital Agency, integrando los resultados de los negocios de Agencia Digital en Iberia (España y Portugal)
  - b. Awake
  - c. Raising AI
  - d. Centro Corporativo
2. Internacional se integra en el negocio de Global Digital Agency excepto Georgia, que ahora pasa a formar parte del perímetro de Awake.
3. Investments, mantiene el perímetro de resultados de 2025.
4. El Centro Corporativo se presentará separado de las líneas de negocio y sus resultados están compuestos por los ingresos y costes propios del centro corporativo y las eliminaciones de consolidación de las líneas de negocio. Lo anterior implica que las líneas de negocio se presentan sin eliminaciones intragrupo, con el propósito de mostrar el negocio que generan. Además, las líneas de negocio incluyen los cargos del Centro Corporativo (SLAs), a menos que se señale algo distinto.

### Cambios en la Segmentación Primaria



### Cambios en la Segmentación Secundaria

Se entregará información de los países que componen Global Digital Agency, dada su relevancia en esta línea de negocio:

- a. Iberia (nuevo): España + Portugal
- b. Francia
- c. Italia
- d. Nordics: Suecia + Noruega + Finlandia + Dinamarca
- e. Reino Unido
- f. Alemania (nuevo)
- g. Estados Unidos
- h. Latam (nuevo): Brasil + Argentina + México + Colombia

En el resto de las unidades de negocio la segmentación secundaria corresponde a la primaria.



Por primera vez entregamos los resultados abiertos por las distintas líneas de negocio, información que ampliaremos a continuación para el primer trimestre de 2026 y 2025.

La rentabilidad, calculada como EBITDA recurrente respecto al Margen Bruto, se ha mantenido en el 19% consolidado en 1Q26 como en 1Q25 y destaca en este primer trimestre la sólida tendencia de los resultados, que permiten un crecimiento del EBITDA recurrente del 8,5%, donde Global Digital Agency representa cerca del 80% del EBITDA. Más adelante mostraremos con más detalle la evolución de todas nuestras nuevas líneas de negocio.

MSG Consolidado (€ '000)	Digital Agency	Awake	Raising	Investment	C. Corpo.	Total 1Q26
Revenues	91.112	1.849	809	2.584	877	97.231
Cost of sales	-75.858	-563	-161	-2.133	-1.211	-79.926
<b>Gross Margin</b>	<b>15.254</b>	<b>1.286</b>	<b>647</b>	<b>451</b>	<b>-334</b>	<b>17.305</b>
CAPEX	0	269	608	23	500	1.399
Staff Cost	-9.322	-735	-778	-193	-909	-11.937
OPEX	-3.288	-387	-338	-343	763	-3.593
<b>Operational Costs</b>	<b>-12.610</b>	<b>-853</b>	<b>-508</b>	<b>-514</b>	<b>354</b>	<b>-14.131</b>
Expected Loss Provision	-32	-11	-10	-2	10	-45
Other Income	34	117	4	2	27	184
<b>EBITDA Before Non Recurring</b>	<b>2.646</b>	<b>539</b>	<b>134</b>	<b>-62</b>	<b>57</b>	<b>3.314</b>
Non Recurring	-123	0	0	0	-43	-166
<b>EBITDA</b>	<b>2.524</b>	<b>539</b>	<b>134</b>	<b>-62</b>	<b>14</b>	<b>3.149</b>
Profitability, %	17,3	41,9	20,7	-13,8	-17,1	19,2

MSG Consolidado (€ '000)	Digital Agency	Awake	Raising	Investment	C. Corpo.	Total 1Q25
Revenues	72.313	3.086	552	2.509	2.886	81.345
Cost of sales	-57.422	-1.088	-318	-1.791	-4.929	-65.548
<b>Gross Margin</b>	<b>14.891</b>	<b>1.997</b>	<b>234</b>	<b>718</b>	<b>-2.044</b>	<b>15.797</b>
CAPEX	0	311	599	41	342	1.293
Staff Cost	-8.369	-1.333	-458	-183	-1.178	-11.521
OPEX	-4.372	-628	-75	-515	2.929	-2.661
<b>Operational Costs</b>	<b>-12.741</b>	<b>-1.650</b>	<b>65</b>	<b>-656</b>	<b>2.092</b>	<b>-12.889</b>
Expected Loss Provision	-48	53	0	0	0	6
Other Income	101	12	1	1	25	140
<b>EBITDA Before Non Recurring</b>	<b>2.204</b>	<b>413</b>	<b>301</b>	<b>64</b>	<b>73</b>	<b>3.054</b>
Non Recurring	-135	0	0	0	-369	-505
<b>EBITDA</b>	<b>2.068</b>	<b>413</b>	<b>301</b>	<b>64</b>	<b>-64</b>	<b>2.782</b>
Profitability, %	14,8	20,7	128,4	8,8	-3,6	19,3

La evolución trimestral muestra la estabilidad en la evolución de las principales variables del negocio. Se puede ver la evolución positiva del Margen Bruto hasta alcanzar los 17,3 millones en 1Q26. El resultado de diciembre es estacional como hemos comentado en ocasiones anteriores.

Además vemos una estabilidad en los gastos de personal y OPEX, siguiendo nuestro modelo de eficiencia operativa que se basa en operar con hubs y centros de excelencia, además de la implementación de inteligencia artificial en los procesos internos de la compañía, que permite aumentar la eficiencia de las personas rompiendo la antigua relación de negocio vs personas. Hoy toda la compañía cuenta con diversos usos de la IA, desde negocio hasta las áreas corporativas.

MSG Consolidado (€ '000)	Q125	2Q25	3Q25	4Q25	FY 2025	1Q26	Var% 1Q26/25
Revenues	81.345	92.600	83.518	106.001	363.464	97.231	19,5
Cost of sales	-65.548	-77.261	-67.765	-87.520	-298.095	-79.926	21,9
<b>Gross Margin</b>	<b>15.797</b>	<b>15.339</b>	<b>15.752</b>	<b>18.481</b>	<b>65.369</b>	<b>17.305</b>	<b>9,5</b>
CAPEX	1.293	1.452	1.532	1.378	5.656	1.399	8,2
Staff Cost	-11.521	-10.434	-12.168	-12.717	-46.840	-11.937	3,6
OPEX	-2.661	-3.686	-2.934	-3.717	-12.997	-3.593	35,1
<b>Operational Costs</b>	<b>-12.889</b>	<b>-12.668</b>	<b>-13.570</b>	<b>-15.056</b>	<b>-54.182</b>	<b>-14.131</b>	<b>9,6</b>
Expected Loss Provision	6	133	-4	227	362	-45	-826,7
Other Income	140	125	153	87	505	184	31,8
<b>EBITDA Before Non Recurring</b>	<b>3.054</b>	<b>2.930</b>	<b>2.331</b>	<b>3.740</b>	<b>12.055</b>	<b>3.314</b>	<b>8,5</b>
Non Recurring	-369	-513	-2.085	-3.152	-6.119	-166	-55,1
<b>EBITDA</b>	<b>2.685</b>	<b>2.417</b>	<b>246</b>	<b>588</b>	<b>5.936</b>	<b>3.149</b>	<b>17,3</b>
<b>Profitability (EBITDA/Gross Margin, %)</b>	19,3	19,1	14,8	20,2	18,4	19,2	

## Resultados por Líneas de Negocio



El Negocio de Global Digital Agency corresponde a las actividades Marketing Digital, Mar-Tech & Ad-Tech desarrollado en los distintos países en los que tenemos presencia.

En el primer trimestre de 2026 los ingresos alcanzaron los 91 millones de euros, un 26% de incremento sobre el mismo trimestre de 2025, el impulso de los ingresos es consecuencia de las actividades de *reselling* de Google GMP que se han incrementado durante 2025 en USA y UK principalmente . El Margen Bruto se situó en los 15,3 millones de euros, un 2,4% sobre 1Q25, y los costes operacionales decrecieron un 1%, permitiendo que el EBITDA creciera un 20,1% sin gastos no recurrentes.

El crecimiento del Margen Bruto se explica por la buena evolución del negocio en Nordics (+36,6%), USA (+36,8%) y LATAM (+546%) respecto al primer trimestre del año 2025. En el caso de Francia el Gross Margin está en línea respecto a los últimos dos trimestres del año 2025, mostrando la consistencia del negocio, aunque decrece un 7% respecto al 1Q25 que fue un buen trimestre en Francia. En el caso de Italia, vemos una evolución positiva en su margen bruto

respecto a los últimos trimestres de 2025 y mejor evolución de su EBITDA (+18%) por el plan de eficiencia que ha llevado a cabo en este país. En el caso de USA, muestra una tendencia positiva en el Margen Bruto (37%) y el EBITDA de este primer trimestre tiene un one-off en gastos de personal por mejores bonus, tras el buen desempeño del año pasado. UK está estable, respecto a los trimestres anteriores donde mantenemos una estrategia de inversión en talento para desarrollar North Europe que incluye UK, Alemania y Países Bajos.

Digital Agency (€ '000)	1Q25	1Q26	Var% 1Q26/25
Revenues	72.313	91.112	26,0
Cost of sales	-57.422	-75.858	32,1
<b>Gross Margin</b>	<b>14.891</b>	<b>15.254</b>	<b>2,4</b>
CAPEX	0	0	
Staff Cost	-8.369	-9.322	11,4
OPEX	-4.372	-3.288	-24,8
<b>Operational Costs</b>	<b>-12.741</b>	<b>-12.610</b>	<b>-1,0</b>
Expected Loss Provision	-48	-32	-32,9
Other Income	101	34	-66,8
<b>EBITDA Before Non Recurring</b>	<b>2.204</b>	<b>2.646</b>	<b>20,1</b>
Non Recurring	-135	-123	-9,2
<b>EBITDA</b>	<b>2.068</b>	<b>2.524</b>	<b>22,0</b>
<i>Profitability, %</i>	14,8	17,3	

Digital Agency (€ '000)	Q125	2Q25	3Q25	4Q25	FY 2025	1Q26	Var% 1Q26/25
Revenues	72.313	84.834	76.003	94.047	327.196	91.112	26,0
Cost of sales	-57.422	-70.926	-61.221	-78.999	-268.568	-75.858	32,1
<b>Gross Margin</b>	<b>14.891</b>	<b>13.908</b>	<b>14.782</b>	<b>15.048</b>	<b>58.629</b>	<b>15.254</b>	<b>2,4</b>
CAPEX	0	0	0	140	140	0	
Staff Cost	-8.369	-7.451	-9.046	-8.540	-33.407	-9.322	11,4
OPEX	-4.372	-4.583	-3.719	-4.269	-16.943	-3.288	-24,8
<b>Operational Costs</b>	<b>-12.741</b>	<b>-12.034</b>	<b>-12.766</b>	<b>-12.669</b>	<b>-50.210</b>	<b>-12.610</b>	<b>-1,0</b>
Expected Loss Provision	-48	133	-3	-3	79	-32	-32,9
Other Income	101	76	110	56	344	34	-66,8
<b>EBITDA Before Non Recurring</b>	<b>2.204</b>	<b>2.083</b>	<b>2.124</b>	<b>2.431</b>	<b>8.841</b>	<b>2.646</b>	<b>20,1</b>
Non Recurring	-135	-86	-109	-146	-476	-123	-9,2
<b>EBITDA</b>	<b>2.068</b>	<b>1.997</b>	<b>2.015</b>	<b>2.285</b>	<b>8.365</b>	<b>2.524</b>	<b>22,0</b>
<i>Profitability (EBITDA/Gross Margin, %)</i>	14,8	15,0	14,4	16,2	15,1	17,3	

Digital Agency Gross Margin (€ '000)	Q125	2Q25	3Q25	4Q25	FY 2025	1Q26	Var% 1Q26/25
<b>Iberia</b>	8.667	7.192	7.887	7.053	30.798	7.604	-12,3%
<b>France</b>	1.731	1.452	1.691	1.540	6.414	1.613	-6,9%
<b>Italy</b>	1.129	1.139	862	954	4.085	1.020	-9,7%
<b>Nordics</b>	2.431	2.474	2.643	3.687	11.235	3.322	36,6%
<b>U.K.</b>	367	256	290	297	1.209	256	-30,3%
<b>Germany</b>	0	165	249	-88	326	304	
<b>USA</b>	495	472	662	933	2.563	677	36,8%
<b>LATAM (Arg, Brs, Col, Mex)</b>	71	758	498	672	1.999	458	546,2%
<b>Total</b>	<b>14.891</b>	<b>13.908</b>	<b>14.782</b>	<b>15.047</b>	<b>58.629</b>	<b>15.254</b>	<b>2,4%</b>

Digital Agency EBITDA Rec. (€ '000)	Q125	2Q25	3Q25	4Q25	FY 2025	1Q26	Var% 1Q26/25
<b>Iberia</b>	3.278	1.594	2.161	3.367	10.400	3.597	9,7%
<b>France</b>	536	439	242	416	1.633	108	-79,8%
<b>Italy</b>	201	143	-9	16	351	238	18,4%
<b>Nordics</b>	360	388	478	967	2.193	542	50,6%
<b>U.K.</b>	36	-135	-111	138	-72	-153	-524,2%
<b>Germany</b>	0	147	124	-254	17	181	
<b>USA</b>	-3	94	-94	596	593	-160	5217,0%
<b>LATAM (Arg, Brs, Col, Mex)</b>	-209	574	156	288	808	12	-105,8%
<b>Total sin SLAs Corporativos</b>	<b>4.198</b>	<b>3.245</b>	<b>2.947</b>	<b>5.533</b>	<b>15.923</b>	<b>4.367</b>	<b>4,0%</b>

Profitability sin Corporate Cost, %	Q125	2Q25	3Q25	4Q25	FY 2025	1Q26
<b>Iberia</b>	37,8	22,2	27,4	47,7	33,8	47,3
<b>France</b>	31,0	30,2	14,3	27,0	25,5	6,7
<b>Italy</b>	17,8	12,6	-1,0	1,7	8,6	23,3
<b>Nordics</b>	14,8	15,7	18,1	26,2	19,5	16,3
<b>U.K.</b>	9,8	-52,8	-38,3	46,5	-6,0	-59,7
<b>Germany</b>		89,5	49,6	289,5	5,2	59,5
<b>USA</b>	-0,6	19,9	-14,2	63,9	23,1	-23,5
<b>LATAM (Arg, Brs, Col, Mex)</b>	-295,4	75,7	31,4	42,8	40,4	2,6
<b>Total</b>	<b>28,2</b>	<b>23,3</b>	<b>19,9</b>	<b>36,8</b>	<b>27,2</b>	<b>28,6</b>



**AWAKE Venture Studio** es un modelo basado en la metodología "AI-first" (primero en IA) marca una nueva era en la innovación sistemática y está diseñado para identificar, generar prototipos y escalar tanto soluciones internas propias como startups independientes nativas de IA con alcance global.

El lanzamiento de AWAKE viene motivado por las importantes ganancias de eficiencia de órdenes de magnitud que Making Science ya ha logrado gracias a la integración interna de la IA. Al aplicar estos métodos, la firma ha conseguido duplicar la velocidad en el desarrollo de funcionalidades tecnológicas y reducir el tiempo de implantación de los agentes de IA. Este modelo ya ha demostrado su potencial comercial e innovador a través de la aceleración de startups como ad-machina, que ha multiplicado su

valor por 10 desde que se integró en el ecosistema de Making Science. Estos datos de referencia probados sirven como base técnica para los dos motores interconectados de AWAKE, que transforman esta eficiencia en un proceso de generación de innovación repetible.

Este proceso comienza con AI Create, un motor de descubrimiento y validación que utiliza herramientas internas de IA para la monitorización de tendencias y el análisis de futuros escenarios. Inmediatamente después, los conceptos validados pasan a AI Forge, el motor de construcción y escalado.

AWAKE se basa en tres pilares fundamentales (pensamiento AI-first, integración global e infraestructura compartida) que trabajan de manera conjunta para eliminar las fricciones habituales en el ciclo de vida de una startup. Al priorizar oportunidades en las que los agentes autónomos y los modelos fundacionales proporcionan una ventaja competitiva hasta 10 veces mayor, AWAKE asegura que cada proyecto tenga un ADN nativo de IA. Esta característica se amplifica mediante una estructura operativa global que aprovecha los centros de excelencia tecnológicos distribuidos entre Chicago, Madrid y Tiflis, asegurando que las nuevas compañías nazcan con una propuesta de valor global y tengan acceso a talento internacional desde el primer día. Gracias a esta infraestructura centralizada, AWAKE reduce de forma drástica el tiempo y los recursos necesarios para el lanzamiento, permitiendo que el talento se concentre en la disrupción y el liderazgo de mercado.

Awake ha generado un EBITDA de 539 mil euros en el primer trimestre de 2026, un 31% superior al del primer trimestre del año anterior. Esto es el resultado de la nueva estrategia de optimizar el negocio de Georgia (ahora reportado en Awake) con su orientación a clientes rentables y desarrollo de productos internos de inteligencia artificial, hoy agrupados en Awake.

AWAKE (€ '000)	1Q25	1Q26	Var% 1Q26/25
Revenues	3.086	1.849	-40,1
Cost of sales	-1.088	-563	-48,3
<b>Gross Margin</b>	<b>1.997</b>	<b>1.286</b>	<b>-35,6</b>
CAPEX	311	269	-13,7
Staff Cost	-1.333	-735	-44,9
OPEX	-628	-387	-38,3
<b>Operational Costs</b>	<b>-1.650</b>	<b>-853</b>	<b>-48,3</b>
Expected Loss Provision	53	-11	-120,8
Other Income	12	117	900,4
<b>EBITDA Before Non Recurring</b>	<b>413</b>	<b>539</b>	<b>30,7</b>
Non Recurring	0	0	
<b>EBITDA</b>	<b>413</b>	<b>539</b>	<b>30,7</b>

AWAKE (€ '000)	Q125	2Q25	3Q25	4Q25	FY 2025	1Q26	Var% 1Q26/25
Revenues	3.086	2.374	1.661	2.006	9.126	1.849	-40,1
Cost of sales	-1.088	-1.050	-593	-721	-3.453	-563	-48,3
<b>Gross Margin</b>	<b>1.997</b>	<b>1.324</b>	<b>1.067</b>	<b>1.285</b>	<b>5.674</b>	<b>1.286</b>	<b>-35,6</b>
CAPEX	311	286	433	297	1.328	269	-13,7
Staff Cost	-1.333	-1.168	-975	-833	-4.309	-735	-44,9
OPEX	-628	-444	-494	-466	-2.031	-387	-38,3
<b>Operational Costs</b>	<b>-1.650</b>	<b>-1.325</b>	<b>-1.036</b>	<b>-1.002</b>	<b>-5.013</b>	<b>-853</b>	<b>-48,3</b>
Expected Loss Provision	53	0	-2	44	96	-11	-120,8
Other Income	12	3	1	2	18	117	900,4
<b>EBITDA Before Non Recurring</b>	<b>413</b>	<b>2</b>	<b>31</b>	<b>329</b>	<b>775</b>	<b>539</b>	<b>30,7</b>
Non Recurring	0	0	0	0	0	0	
<b>EBITDA</b>	<b>413</b>	<b>2</b>	<b>31</b>	<b>329</b>	<b>775</b>	<b>539</b>	<b>30,7</b>



**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 durante más de 8 años, que nos ha permitido desarrollar productos de vanguardia para nuestros clientes como **ad-machina** reconocida 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 más de 100 clientes activos en 20 países**, ampliando nuestra presencia internacional. 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 lanzó 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**.

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 nuestra posición como referente en el desarrollo de soluciones tecnológicas basadas en inteligencia artificial aplicadas al marketing digital dentro del ecosistema Google Marketing Platform.

En Raising AI estamos invirtiendo en el desarrollo de todas sus posibilidades, utilizando los recursos obtenidos con la venta de las sociedades de Cloud y Ciberseguridad en España. Su margen bruto alcanzó los 647 mil euros en 1Q26, con estacionalidad del primer trimestre, pero siguiendo la tendencia de los últimos trimestres de 2025. Se han incrementado los gastos de personal y administrativos, como consecuencia de acelerar el desarrollo de las potencialidades de Ad machina y su venta tanto en mercados europeos como en USA o LATAM.

Raising AI (€ '000)	1Q25	1Q26	Var% 1Q26/25
Revenues	552	809	46,5
Cost of sales	-318	-161	-49,2
<b>Gross Margin</b>	<b>234</b>	<b>647</b>	<b>176,0</b>
CAPEX	599	608	1,6
Staff Cost	-458	-778	69,8
OPEX	-75	-338	349,7
<b>Operational Costs</b>	<b>65</b>	<b>-508</b>	<b>-876,6</b>
Expected Loss Provision	0	-10	
Other Income	1	4	223,1
<b>EBITDA Before Non Recurring</b>	<b>301</b>	<b>134</b>	<b>-55,5</b>
Non Recurring	0	0	
<b>EBITDA</b>	<b>301</b>	<b>134</b>	<b>-55,5</b>

Raising AI (€ '000)	Q125	2Q25	3Q25	4Q25	FY 2025	1Q26	Var% 1Q26/25
Revenues	552	391	663	1.031	2.637	809	46,5
Cost of sales	-318	-145	58	-96	-500	-161	-49,2
<b>Gross Margin</b>	<b>234</b>	<b>246</b>	<b>721</b>	<b>935</b>	<b>2.137</b>	<b>647</b>	<b>176,0</b>
CAPEX	599	564	275	730	2.168	608	1,6
Staff Cost	-458	-400	-525	-597	-1.980	-778	69,8
OPEX	-75	-168	-250	-481	-974	-338	349,7
<b>Operational Costs</b>	<b>65</b>	<b>-4</b>	<b>-501</b>	<b>-348</b>	<b>-787</b>	<b>-508</b>	<b>-876,6</b>
Expected Loss Provision	0	0	0	0	0	-10	
Other Income	1	1	1	2	6	4	223,1
<b>EBITDA Before Non Recurring</b>	<b>301</b>	<b>244</b>	<b>222</b>	<b>589</b>	<b>1.356</b>	<b>134</b>	<b>-55,5</b>
Non Recurring	0	0	0	0	0	0	
<b>EBITDA</b>	<b>301</b>	<b>244</b>	<b>222</b>	<b>589</b>	<b>1.356</b>	<b>134</b>	<b>-55,5</b>



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.

En el primer trimestre de 2026, esta línea de negocio facturó 2,6 millones de euros, obteniendo un Margen Bruto de 451 mil euros, un 37% inferior al del primer trimestre del año anterior. La disminución en los márgenes es consecuencia de las tendencias del sector y la aplicación de aranceles durante la segunda parte del año pasado. Esperamos una evolución positiva en el año, basada en una estrategia de incrementar la distribución de productos y optimización de costes.

Investments (€ '000)	1Q25	1Q26	Var% 1Q26/25
<i>Revenues</i>	2.509	2.584	3,0
<i>Cost of sales</i>	-1.791	-2.133	19,1
<b>Gross Margin</b>	<b>718</b>	<b>451</b>	<b>-37,2</b>
<i>CAPEX</i>	41	23	-45,0
<i>Staff Cost</i>	-183	-193	5,9
<i>OPEX</i>	-515	-343	-33,3
<b>Operational Costs</b>	<b>-656</b>	<b>-514</b>	<b>-21,6</b>
<i>Expected Loss Provision</i>	0	-2	-522,7
<i>Other Income</i>	1	2	169,2
<b>EBITDA Before Non Recurring</b>	<b>64</b>	<b>-62</b>	<b>-198,1</b>
Non Recurring	0	0	
<b>EBITDA</b>	<b>64</b>	<b>-62</b>	<b>-197,7</b>

Investments (€ '000)	Q125	2Q25	3Q25	4Q25	FY 2025	1Q26	Var% 1Q26/25
Revenues	2.509	1.896	2.361	3.424	10.189	2.584	3,0
Cost of sales	-1.791	-1.397	-1.853	-2.591	-7.632	-2.133	19,1
<b>Gross Margin</b>	<b>718</b>	<b>499</b>	<b>508</b>	<b>833</b>	<b>2.558</b>	<b>451</b>	<b>-37,2</b>
CAPEX	41	41	34	27	144	23	-45,0
Staff Cost	-183	-196	-210	-197	-786	-193	5,9
OPEX	-515	-361	-405	-414	-1.694	-343	-33,3
<b>Operational Costs</b>	<b>-656</b>	<b>-516</b>	<b>-581</b>	<b>-583</b>	<b>-2.335</b>	<b>-514</b>	<b>-21,6</b>
Expected Loss Provision	0	0	0	-18	-18	-2	-522,7
Other Income	1	17	1	7	25	2	169,2
<b>EBITDA Before Non Recurring</b>	<b>64</b>	<b>1</b>	<b>-72</b>	<b>238</b>	<b>230</b>	<b>-62</b>	<b>-197,7</b>
Non Recurring	0	0	0	0	0	0	
<b>EBITDA</b>	<b>64</b>	<b>1</b>	<b>-72</b>	<b>238</b>	<b>230</b>	<b>-62</b>	<b>-197,7</b>

## Corporate Center

El centro corporativo concentra las funciones de People & Culture, Tecnología, Marketing & Comunicaciones y Finanzas, todas ellas prestan servicios globales a las unidades de negocio y países permitiendo un modelo eficiente de procesos que se ejecutan con tecnologías globales. Existen SLAs con cada una de estas unidades que establecen los servicios.

En la cuenta del Centro Corporativo se incluyen los ajustes de consolidación del grupo. Los resultados son estables y mantiene un criterio de eficiencia como vemos en la disminución de los gastos de personal en 1Q26.

Corporate Center (€ '000)	Q125	2Q25	3Q25	4Q25	FY 2025	1Q26	Var% 1Q26/25
Revenues	2.482	2.702	2.427	4.182	11.793	877	-64,7
Cost of sales	-2.294	-1.608	-1.021	-1.922	-6.845	-1.211	-47,2
<b>Gross Margin</b>	<b>188</b>	<b>1.094</b>	<b>1.406</b>	<b>2.260</b>	<b>4.948</b>	<b>-334</b>	<b>-277,2</b>
CAPEX	342	560	790	184	1.876	500	46,3
Staff Cost	-1.362	-1.403	-1.597	-2.643	-7.005	-909	-33,3
OPEX	977	-82	-42	-39	814	763	-22,0
<b>Operational Costs</b>	<b>-43</b>	<b>-925</b>	<b>-849</b>	<b>-2.498</b>	<b>-4.315</b>	<b>354</b>	<b>-919,7</b>
Expected Loss Provision	0	0	0	205	205	10	
Other Income	25	28	25	32	110	27	10,1
<b>EBITDA Before Non Recurring</b>	<b>170</b>	<b>197</b>	<b>582</b>	<b>-1</b>	<b>948</b>	<b>57</b>	<b>-66,4</b>
Non Recurring	-234	-427	-1.976	-3.005	-5.643	-43	-81,7
<b>EBITDA</b>	<b>-64</b>	<b>-230</b>	<b>-1.394</b>	<b>-3.007</b>	<b>-4.695</b>	<b>14</b>	<b>-122,3</b>

## **Operaciones Corporativas**

- a) El 20 de marzo de 2026, en una Junta extraordinaria de accionistas se aprobó la distribución de un dividendo con cargo al resultado del ejercicio 2025, por importe de 2.000.000,00 € (dos millones de euros). El 30 de abril se pagó un dividendo bruto de €0,22218472 por acción o el equivalente a €0,17996963 de dividendo neto, aplicando una retención fiscal del 19%.

## **Gastos no recurrentes**

En el primer trimestre de 2026 los gastos no recurrentes no son materiales para el análisis de las cuentas y se han concentrado en estructuraciones de plantillas y gastos del centro corporativo por operaciones en estudio.

# GRACIAS



making  
science