

Madrid, a 31 de julio 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 seis meses de 2025:

1. Resumen de negocio al cierre del primer semestre 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 semestre de 2025.
4. Invitación para asistir a la presentación del avance de resultados financieros consolidados del primer semestre de 2025, publicada en el BME Growth el día 30 de julio 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 seis 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 SEMESTRE DE 2025

FECHA Y HORA: 31 DE JULIO DE 2025, 10:00 AM

INSCRIPCIÓN AL WEBINAR: https://zoom.us/webinar/register/WN_wPKLca1KSzSxb1yXFOUUIw

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.

Junio



making
science

2025



RESULTADOS

AVANCE DE RESULTADOS DE 6M 2025

31 JULIO

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 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 más 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 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 sigue avanzando en 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.**

En nuestra expansión Internacional, durante este semestre 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 junio de 2025, la Compañía mantiene su sólida senda trimestral de resultados, logrando **3,7 millones de euros de EBITDA recurrente en 2Q25 y 7,7 millones acumulados en el primer semestre de este año (+5,7% respecto al 1H24) y el Negocio Core crece un 9,8% su EBITDA recurrente, destacando el crecimiento del Negocio Internacional (+34%)** que alcanza los 2,5 millones de euros en EBITDA recurrente y España aporta 5.1 millones de euros a este resultado. Por su parte, el Negocio de Inversiones (e-Commerce) ha logrado un EBITDA acumulado de 65 mil euros en este primer semestre, presionado por la situación del sector, y se mantiene en break-even en cada trimestre.

Los resultados mantienen nuestra tendencia de un primer semestre estacionalmente más bajo que el segundo, manteniendo el Guidance que hemos entregado para este año, en el que alcanzaremos entre 17 y 18 millones de euros de EBITDA recurrente a través de la estabilidad de nuestro negocio en España y el crecimiento que esperamos en los mercados internacionales.

El **Core Business presentó un crecimiento del 9,8% en su EBITDA recurrente** respecto al primer semestre del año pasado, con una rentabilidad (EBITDA sobre Margen Bruto) del 21,6% a consecuencia del crecimiento en el margen bruto (+5,2%) y control de costes operativos (+5,2%).

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 semestre 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 €102 millones y €68 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 el primer semestre de 2025

- **Cerramos 1H25 con un EBITDA recurrente de 7,7 millones de euros** en nuestro perímetro consolidado, con un crecimiento del **5,7%** en nuestra cifra de negocio que ha alcanzado los **174,6 millones de euros** en ingresos y un margen bruto que ha crecido un **2,7%**, **alcanzando los 36,7 millones de euros**. Hay que destacar que el crecimiento de USA en reselling 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 21% al cierre de 1H25.**

- Nuestro resultado está compuesto por un **EBITDA recurrente de 5,1 millones en España, 2,5 millones en el Negocio Internacional y 65 mil de euros de nuestra línea de negocio de Inversiones.**

- **El Negocio Internacional se duplica en Ingresos (+105%) aunque permanece casi plano en el Margen Bruto (-5%).** 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 (-45%) por nuestra estrategia selectiva en clientes.** Sin Georgia, el Margen Bruto del Negocio Internacional crecería un **14,1%** 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.

- En nuestra expansión Internacional, durante este semestre 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.**

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 90 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.

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 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). 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.

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 semestre de este año con un **EBITDA recurrente de €7,7 millones, con un crecimiento recurrente respecto al resultado del mismo periodo del año anterior (+5,7%)**. 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 y la eficiencia operativa que logramos, manteniendo controlados el crecimiento del Gasto de Personal. 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.

Este resultado, de 7,7 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 174,6 millones de Ingresos Brutos, creciendo un 39,9% versus los seis meses del año anterior. Por su parte, el Negocio Core ha recuperado su Ratio de Rentabilidad (Profitability Ratio), retornando hacia el 21,6% 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 2,7% en los resultados consolidados, principalmente por el crecimiento del Core Business (5,2%). En el primer semestre de este año, los Ingresos Brutos del Negocio Internacional alcanzaron los €102 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-Jun 24	Jan-Jun 25	Var %	Jan-Jun 24	Jan-Jun 25	Var %	Jan-Jun 24	Jan-Jun 25	Var %
Revenues	124.766	174.591	39,9	119.228	170.186	42,7	5.538	4.405	-20,5
Cost of Sales	-89.026	-137.902	54,9	-85.513	-134.714	57,5	-3.515	-3.188	-9,3
Gross Margin	35.740	36.689	2,7	33.715	35.472	5,2	2.023	1.217	-39,8
Personnel	-24.602	-25.083	2,0	-24.198	-24.704	2,1	-404	-379	-6,3
Opex	-6.487	-7.089	9,3	-5.082	-6.214	22,3	-1.405	-875	-37,7
Capex	2.538	2.745	8,1	2.429	2.662	9,6	108	83	-23,4
Operat. Cost	-28.551	-29.427	3,1	-26.851	-28.256	5,2	-1.701	-1.171	-31,1
Exp. Loss	-261	139	-153,3	-217	138	-163,8	-44	1	-101,8
Other Income	369	313	-15,1	320	295	-7,8	50	18	-63,9
EBITDA rec.	7.297	7.714	5,7	6.967	7.649	9,8	328	65	-80,2
<i>Profitability Ratio</i>	<i>20,4</i>	<i>21,0</i>		<i>20,7</i>	<i>21,6</i>		<i>16,2</i>	<i>5,3</i>	

Respecto a la evolución trimestral del Negocio Consolidado, vemos una tendencia de resultados sólidos desde el tercer trimestre del año 2023. El primer semestre de 2025 muestra una tendencia a mantener el crecimiento de la segunda mitad del año pasado. Los Ingresos, cercanos a los 92 millones de euros trimestrales 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 trimestre 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. 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

Cifras en € '000	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25	2Q25	Var. % H125/24
Revenues	62.381	62.385	69.160	80.082	82.712	91.879	39,9%
Cost of Sales	(44.841)	(44.185)	(52.759)	(61.022)	(64.244)	(73.658)	54,9%
Gross Margín	17.540	18.200	16.401	19.060	18.468	18.221	2,7%
Operational Cost	(13.715)	(14.837)	(13.556)	(16.219)	(14.653)	(14.775)	3,1%
-Personnel	(11.961)	(12.641)	(11.655)	(13.331)	(12.398)	(12.685)	2,0%
-Capex (IFRS)	1.271	1.267	1.268	1.598	1.293	1.452	8,1%
-Administrative	(3.025)	(3.462)	(3.169)	(4.486)	(3.548)	(3.541)	9,3%
Expected Loss Provision	-403	142	193	698	6	133	-153,3%
Other Income	167	202	276	171	163	150	-15,1%
EBITDA*	3.589	3.707	3.314	3.710	3.985	3.729	5,7%
Gastos Extraordinarios	(88)	(118)	(850)	(1.100)	(369)	(513)	328,3%
EBITDA	3.502	3.589	2.464	2.609	3.616	3.216	-3,7%

(*) 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.

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 9,8% entre los seis meses de este año y el mismo periodo del 2024, alcanzando los €7,7 millones. En este resultado, €5,1 millones se obtienen en España y €2,5 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 segundo trimestre de este año es de €94 mil, mostrando la buena evolución y aporte de esta operación a los resultados de nuestra compañía.

€ '000 - IFRS	Core Business			Spain			International		
	Jan-Jun 24	Jan-Jun 25	Var %	Jan-Jun 24	Jan-Jun 25	Var %	Jan-Jun 24	Jan-Jun 25	Var %
Revenues	119.228	170.186	42,7	69.398	67.893	-2,2	49.830	102.293	105,3
Cost of Sales	-85.513	-134.714	57,5	-51.815	-47.750	-7,8	-33.698	-86.964	158,1
Gross Margin	33.715	35.472	5,2	17.583	20.143	14,6	16.132	15.329	-5,0
Personnel	-24.198	-24.704	2,1	-12.056	-14.018	16,3	-12.141	-10.686	-12,0
Opex	-5.082	-6.214	22,3	-3.095	-4.016	29,8	-1.987	-2.198	10,6
Capex	2.429	2.662	9,6	2.429	2.662	9,6	0	0	0,0
Operat. Cost	-26.851	-28.256	5,2	-12.722	-15.373	20,8	-14.128	-12.884	-8,8
Exp. Loss	-217	138	-163,8	35	157	347,9	-251	-18	-92,7
Other Income	320	295	-7,8	192	206	7,2	128	89	-30,2
EBITDA rec.	6.967	7.649	9,8	5.088	5.133	0,9	1.881	2.517	33,8
<i>Profitability Ratio</i>	<i>20,7</i>	<i>21,6</i>		<i>28,9</i>	<i>25,5</i>		<i>11,7</i>	<i>16,4</i>	

El Negocio Core crece su EBITDA recurrente a consecuencia del crecimiento en el Gross Margin un 5,2% mientras los Costes Operacionales crecen un 5,2%, aunque con distintas tendencias en España y el Negocio Internacional.

En el caso de **España el Margen Bruto crece un 14,6% producto de la consolidación del negocio de la segunda parte del año pasado**. Los gastos también crecen ya que la base de 1H25 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 1% sobre el primer semestre de 2024 y un 14% sobre el segundo semestre del año pasado.**

En el caso del Negocio Internacional, el Margen Bruto decreció un 5% y el Gasto de Personal disminuyó un 12%. 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 1H24 Georgia tuvo un Margen Bruto de €5,2 millones mientras que en 1H25 fue de €2,9 millones. Esta disminución de €2,3 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 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. **Si aislamos Georgia, el Margen Bruto del Negocio Internacional hubiese crecido un 14,1%, 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 Margín por países IFRS							Var. %
Cifras en € '000	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25	2Q25	H125/24
Spain	8.527	9.056	8.027	9.421	9.951	10.192	14,6%
International	8.054	8.078	7.320	8.558	7.799	7.530	-5,0%
- France	1.512	1.570	1.368	1.252	1.731	1.452	3,3%
- Italy	1.103	1.042	1.033	1.060	1.129	1.139	5,8%
- Nordics	2.031	2.166	2.079	2.995	2.431	2.474	16,9%
- U.K.	516	471	408	403	367	256	-36,9%
- Georgia	2.715	2.480	2.055	1.801	1.574	1.281	-45,0%
- USA	93	233	267	678	495	472	196,7%
- Others	85	115	110	369	71	456	163,2%
Core Business	16.581	17.134	15.347	17.979	17.750	17.722	5,2%
International w/o Georgia	5.339	5.597	5.265	6.756	6.225	6.249	14,1%

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 y segundo trimestre de este año, mostrando la recurrencia de nuestros resultados en un semestre con menor Inversión en medios.

En el caso de Georgia, el EBITDA recurrente de 1Q24 tuvo el impacto de la provisión de insolvencia de un cliente, cuya posición fue recuperada en su totalidad. También vemos que a pesar de la caída importante del Gross Margin de este país, se logra estabilizar el EBITDA recurrente, tras el ajuste de costes operacionales que se realizó.

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

Cifras en € '000	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25	2Q25	Var. % H125/24
Spain	2.749	2.340	2.006	2.493	2.639	2.493	0,9%
International	635	1.245	1.158	1.192	1.282	1.235	33,9%
- France	505	521	390	186	536	439	-5,0%
- Italy	301	318	277	237	201	143	-44,4%
- Nordics	339	368	539	541	360	388	5,8%
- U.K.	144	117	69	8	36	-135	-137,9%
- Georgia	88	509	479	324	390	211	0,8%
- USA	-476	-337	-359	48	-3	94	-111,2%
- Others	-265	-251	-238	-153	-237	94	-72,1%
Core Business EBITDA*	3.384	3.584	3.164	3.685	3.921	3.728	9,8%

(*) 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 20% y el 29%, salvo UK que está en fase de construcción de ingresos tras la incorporación del nuevo CEO de Europa del Norte.

MSG IFRS

EBITDA*/Gross Margin, %	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25	2Q25
Spain	32,2%	25,8%	25,0%	26,5%	26,5%	24,5%
International	7,9%	15,4%	15,8%	13,9%	16,4%	16,4%
- France	33,4%	33,2%	28,5%	14,9%	30,9%	30,2%
- Italy	27,3%	30,5%	26,8%	22,4%	17,8%	12,5%
- Nordics	16,7%	17,0%	25,9%	18,1%	14,8%	15,7%
- U.K.	27,9%	24,8%	17,0%	1,9%	9,8%	-52,7%
- Georgia	3,2%	20,5%	23,3%	18,0%	24,8%	16,5%
- USA	-509,4%	-144,5%	-134,5%	7,1%	-0,7%	20,0%
- Others	-313,6%	-218,5%	-216,2%	-41,4%	-334,8%	20,6%
Core Business	20,4%	20,9%	20,6%	20,5%	22,1%	21,0%
<i>International sin USA</i>	<i>14,0%</i>	<i>20,2%</i>	<i>21,5%</i>	<i>14,5%</i>	<i>17,6%</i>	<i>16,2%</i>
<i>Core Business sin USA</i>	<i>23,4%</i>	<i>23,2%</i>	<i>23,4%</i>	<i>21,0%</i>	<i>22,7%</i>	<i>21,1%</i>

(*) 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 1H25 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 sindicado, la apertura de las nuevas oficinas en Argentina, Brasil, Países Bajos y análisis de M&A.

Gastos no recurrentes						
MSG Consolidado (€ '000)	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25	2Q25
Operaciones Corporativas	26	66	795	345	146	442
People & Culture	7	50	52	690	223	71
Varios	38	2	3	20	0	0
Donaciones	17	0	0	45	0	0
Totales	88	118	850	1.100	369	513

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 millones de euros	Cierre 6M25	Guidance 12 meses	
		Bajo	Alto
Ingresos	174,6	350	370
% de Cumplimiento		49,9%	47,2%
Margen Bruto	36,7	79	83
% de Cumplimiento		46,5%	44,2%
EBITDA recurrente	7,7	17	18
% de Cumplimiento		45,3%	42,8%

El avance en los resultados, al cierre del primer semestre de este año, nos permiten mantener el Guidance entregado al mercado para el ejercicio 2025, basados en la solidez de los resultados del primer semestre 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 semestre 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 174,6 millones de euros hasta junio de 2025, frente a los 124,8 millones de euros del mismo periodo de 2024, lo que supone un crecimiento del 39,9%. El margen bruto consolidado se ha incrementado un 2,7% para alcanzar los 36,7 millones de euros y el EBITDA recurrente ha registrado un importe de 7,7 millones de euros, un 5,7% superior a la cifra reportada en el mismo periodo del año anterior.

MSG Consolidado IFRS							
Cifras en € '000	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25	2Q25	Var. % H125/24
Revenues	62.381	62.385	69.160	80.082	82.712	91.879	39,9%
Cost of Sales	(44.841)	(44.185)	(52.759)	(61.022)	(64.244)	(73.658)	54,9%
Gross Margin	17.540	18.200	16.401	19.060	18.468	18.221	2,7%
Operational Cost	(13.715)	(14.837)	(13.556)	(16.219)	(14.653)	(14.775)	3,1%
-Personnel	(11.961)	(12.641)	(11.655)	(13.331)	(12.398)	(12.685)	2,0%
-Capex (IFRS)	1.271	1.267	1.268	1.598	1.293	1.452	8,1%
-Administrative	(3.025)	(3.462)	(3.169)	(4.486)	(3.548)	(3.541)	9,3%
Expected Loss Provision	-403	142	193	698	6	133	-153,3%
Other Income	167	202	276	171	163	150	-15,1%
EBITDA*	3.589	3.707	3.314	3.710	3.985	3.729	5,7%
Gastos Extraordinarios	(88)	(118)	(850)	(1.100)	(369)	(513)	328,3%
EBITDA	3.502	3.589	2.464	2.609	3.616	3.216	-3,7%

(*) EBITDA recurrente, sin gastos extraordinarios.

Resultados del Negocio Core a 6M25

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

MSG Core Business IFRS

Cifras en € '000	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25	2Q25	Var. % H125/24
Revenues	59.418	59.810	66.248	77.173	80.203	89.984	42,7%
Cost of Sales	(42.837)	(42.676)	(50.901)	(59.194)	(62.453)	(72.262)	57,5%
Gross Margin	16.581	17.134	15.347	17.979	17.750	17.722	5,2%
Operational Cost	(12.952)	(13.899)	(12.536)	(15.105)	(13.997)	(14.259)	5,2%
-Personnel	(11.757)	(12.441)	(11.410)	(13.072)	(12.215)	(12.489)	2,1%
-Capex (IFRS)	1.217	1.212	1.222	1.556	1.251	1.410	9,6%
-Administrative	(2.412)	(2.670)	(2.348)	(3.588)	(3.033)	(3.180)	22,3%
Expected Loss Provision	-403	186	170	640	6	133	-163,8%
Other Income	157	163	183	171	163	132	-7,8%
EBITDA*	3.384	3.584	3.165	3.686	3.921	3.728	9,8%
Gastos Extraordinarios	(88)	(118)	(822)	(1.100)	(369)	(513)	328,3%
EBITDA	3.296	3.466	2.343	2.586	3.552	3.215	0,1%

(*) EBITDA recurrente, sin gastos extraordinarios.

El Importe Neto de la Cifra de Negocios al cierre de los seis primeros meses de 2025 ascendió a 170,2 millones de euros en el Negocio Core y el Margen Bruto a 35,5 millones de euros, mostrando crecimientos frente al mismo periodo de 2024 del 42,7% y del 9,8%, respectivamente.

El importe de EBITDA recurrente es de 7,7 millones de euros, una variación del 9,8% respecto a los 7,0 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 semestre 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 semestre de 2025, el negocio de España ha incrementado su margen bruto respecto al mismo periodo de 2024 un 14,6%. El Capex está en línea con lo realizado el año pasado, con un crecimiento de un 9,6% en este primer semestre del año. 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	2Q25	H125/24
Revenues	35.777	33.621	34.362	31.836	32.220	35.673	-2,2%
Cost of Sales	(27.250)	(24.565)	(26.335)	(22.414)	(22.269)	(25.481)	-7,8%
Gross Margin	8.527	9.056	8.027	9.421	9.951	10.192	14,6%
Operational Cost	(5.792)	(6.930)	(6.134)	(7.522)	(7.384)	(7.989)	20,8%
-Personnel	(5.485)	(6.571)	(5.975)	(7.148)	(6.592)	(7.427)	16,3%
-Capex (IFRS)	1.217	1.212	1.222	1.556	1.251	1.410	9,6%
-Administrative	(1.524)	(1.571)	(1.381)	(1.929)	(2.044)	(1.973)	29,8%
Expected Loss Provision	-75	110	1	487	-27	184	347,9%
Other Income	89	103	111	106	99	107	7,2%
EBITDA*	2.749	2.340	2.006	2.493	2.639	2.493	0,9%
Gastos Extraordinarios	(88)	(72)	(614)	(941)	(253)	(461)	346,2%
EBITDA	2.661	2.268	1.392	1.552	2.386	2.033	-10,4%

(*) 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.

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 UCP¹ 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 Agua3² Growth Engine S.L. con lo que 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%.

En su segmento Internacional, **Making Science** ha obtenido unos ingresos de 102,3 millones de euros en los primeros seis meses de 2025, un 105% superior al mismo periodo de 2024. El Margen Bruto aportado por esta geografía es de 15,3 millones de euros y un EBITDA de 2,5 millones de euros (+33,8% vs 1H24)

MSG International IFRS							
Cifras en € '000	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25	2Q25	Var. % H125/24
Revenues	23.641	26.189	31.886	45.338	47.983	54.311	105,3%
Cost of Sales	(15.587)	(18.111)	(24.566)	(36.780)	(40.184)	(46.781)	158,1%
Gross Margin	8.054	8.078	7.320	8.558	7.799	7.530	-5,0%
Operational Cost	(7.159)	(6.969)	(6.402)	(7.584)	(6.613)	(6.270)	-8,8%
-Personnel	(6.271)	(5.870)	(5.435)	(5.925)	(5.623)	(5.063)	-12,0%
-Capex (IFRS)	0	0	0	0	0	0	0
-Administrative	(888)	(1.099)	(967)	(1.658)	(990)	(1.208)	10,6%
Expected Loss Provision	-328	77	168	152	33	(51)	-92,7%
Other Income	68	60	72	65	63	26	-30,2%
EBITDA*	635	1.245	1.158	1.192	1.282	1.235	33,9%
Gastos Extraordinarios	0	(46)	(208)	(160)	(116)	(52)	265,9%
EBITDA	635	1.199	950	1.032	1.166	1.183	28,0%

(*) EBITDA recurrente, sin gastos extraordinarios.

¹ https://www.bmegrowth.es/docs/documentos/OtraInfRelevante/2024/06/05463_OtraInfRelev_20240611.pdf

² https://www.bmegrowth.es/docs/documentos/OtraInfRelevante/2024/06/05463_OtraInfRelev_20240613.pdf

Resultados del negocio de Inversiones a 6M25

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 4,4 millones de euros a junio de 2025 con un margen bruto de 1,2 millones de euros y un EBITDA recurrente positivo de 65 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	2Q25	H125/24
Revenues	2.963	2.575	2.912	2.909	2.509	1.896	-20,5%
Cost of Sales	(2.005)	(1.510)	(1.859)	(1.827)	(1.791)	(1.397)	-9,3%
Gross Margín	958	1.065	1.054	1.082	718	499	-39,8%
Operational Cost	(763)	(937)	(1.020)	(1.115)	(656)	(516)	-31,1%
-Personnel	(204)	(200)	(245)	(258)	(183)	(196)	-6,3%
-Capex (IFRS)	54	54	46	42	41	41	-23,4%
-Administrative	(614)	(791)	(820)	(898)	(515)	(361)	-37,7%
Expected Loss Provision	0	-44	23	58	0	0	-1,0183181 82
Other Income	10	40	94	0	1	17	-63,9%
EBITDA*	205	124	150	25	64	1	-80,2%
Gastos Extraordinarios	0	0	(29)	0	0	0	
EBITDA	205	124	121	25	64	1	-80,2%

(*) EBITDA recurrente, sin gastos extraordinarios.

GRACIAS



making
science