

Madrid, a 22 de octubre de 2024

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 información:

OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

Con el objetivo de ofrecer mayor transparencia y de proveer de información recurrente al mercado de valores, la Sociedad presenta en este informe un avance de la información financiera (no auditada) relativa a los primeros nueve meses de 2024:

1. Resumen de negocio al cierre de los primeros nueve meses de 2024
2. Guidance 2024
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 en los primeros nueve meses de 2024.
4. Invitación para asistir a la presentación del avance de resultados financieros consolidados de los primeros nueve meses de 2024 terminado el 30 de septiembre de 2024, publicada en el BME Growth el día 16 de octubre de 2024

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 primeros nueve meses de 2024 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 DE LOS PRIMEROS NUEVE MESES DE 2024
FECHA Y HORA: 22 DE OCTUBRE DE 2024, 10:00 AM INSCRIPCIÓN AL WEBINAR:
https://us02web.zoom.us/webinar/register/WN_XB_elilGQ1GkyKScq9tIsA

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

2024



making
science

RESULTADOS

AVANCE DE RESULTADOS DE 9M 2024



22 OCTUBRE

2024

MADRID

COMUNICACIÓN CORPORATIVA

Quiénes SOMOS

Making Science es una empresa de **aceleración digital** internacional con más de 1.200 empleados y presencia directa en 15 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 15 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 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 13 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, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y la iniciativa Pledge 1%.

Introducción a los resultados

Making Science ha comenzado su Tercera Fase de crecimiento con la visión del "Plan 2027" que prevé que **alcancemos un EBITDA recurrente entre 23 y 27 millones de euros en el ejercicio 2027 y de entre 14 y 15 millones de euros en 2024.**

Al cierre de septiembre de 2024, la Compañía mantiene su sólida senda de resultados, recurrente desde los últimos trimestres del año pasado, logrando **3,3 millones de euros de EBITDA recurrente en 3Q24 (+87% respecto al 3Q23) y 10,6 millones en 9M24 creciendo un 94% sobre los primeros nueve meses del año anterior**, consecuencia del crecimiento del Margen Bruto y el apalancamiento operacional. Mientras que los ingresos crecen un 12,9%, el Margen Bruto un 14,5% en y los Costes Operacionales aumentan un 4,7% sobre 9M23¹, lo que permiten un crecimiento del EBITDA recurrente muy superior al de los ingresos.

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, unido a un claro enfoque en los clientes y en el liderazgo en soluciones propias y pioneras que han sido reconocidas por el mercado, obteniendo premios destacados por su ayuda a problemas reales de nuestros clientes. Además, hemos obtenido el contrato de ReSelling de Google Marketing Platform en Estados Unidos y, adicionalmente, seguimos desarrollando nuestro compromiso con la excelencia, a través de las certificaciones de los equipos en productos y soluciones, así como en Calidad, Medio Ambiente y Seguridad de la Información (ISO 9.001, 14.001 y 27.001), junto a la inversión en Cyber Security.

La recurrencia de nuestros resultados se basa en nuestra base de clientes, su fidelidad, la diversificación internacional que tenemos y en los equipos de profesionales que apoyan el crecimiento de los negocios. Esta recurrencia, que ha sido permanente en los últimos años y que nos permite trazar una senda de resultados como la evolución de Ingresos, Margen Bruto y EBITDA, es abordada en esta nota de resultados en la que entregaremos más información sobre los mismos y su composición entre los países en los que operamos, así como un nuevo guidance sobre el año 2024, donde mantenemos nuestros objetivos de Ingresos, Margen Bruto y EBITDA.

Puntos destacados de los resultados en los primeros nueve meses de 2024

· **Cerramos 9M24 con un EBITDA recurrente de 10,6 millones de euros** en nuestro perímetro consolidado, con un crecimiento del **12,9%** en nuestra cifra de negocio que ha alcanzado los **194 millones de euros** en ingresos y un margen bruto que ha crecido un **14,5%**, **alcanzando los 52,1 millones de euros. Además, mantenemos una tendencia sólida de resultados trimestrales que nos permiten mantener nuestro guidance de alcanzar entre 14 y 15 millones de euros de EBITDA recurrente en este año.**

· Nuestro resultado está compuesto por un **EBITDA recurrente de 7,1 millones en España, 3,0 millones en el Negocio Internacional y 478 mil de euros de nuestra Business Line de Inversiones.**

· **El Negocio Internacional crece un 20,1% en Ingresos y 17,5% en Margen Bruto respecto a los primeros nueve meses del año anterior**, basado en los resultados positivos de nuestras operaciones en Francia, Georgia, Italia, países Nórdicos y Reino Unido, mientras que USA sigue siendo un mercado en el que estamos invirtiendo y cuyo break-even lo esperamos hacia finales de este año.

¹ Las cifras que se presentan en este documento son bajo normativa IFRS y no están auditadas.

Puntos destacados de los resultados en los primeros nueve meses de 2024

- Desde enero de 2024 **somos Google ReSeller -Sales Partner- en Estados Unidos** y seguimos **incrementando tanto los contratos con clientes, como nuevos servicios con los que hemos ganado. Tenemos una media de dos productos por cada uno y estamos en fase de negociación para firmar con varios clientes.** Esto supone una evolución en línea con nuestras expectativas en las que **estimamos alcanzar el break-even en nuestra operación este mismo año.**
- **Llevamos 7 años invirtiendo continuamente en Inteligencia Artificial.** Esto nos ha permitido desarrollar productos de vanguardia que son soluciones efectivas para nuestros clientes. Ad-Machina y Gauss AI han sido reconocidos con importantes premios del sector en 2023 por sus casos de uso efectivos en clientes. **Ad-Machina y Gauss AI están presentes en 48 y 28 clientes respectivamente, más del 25% 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 se están comercializando a través de la plataforma Google Cloud MarketPlace,** que da acceso a nuestras tecnologías, incluida la recientemente lanzada **Gauss Cookie Deprecation Impact Tool, única herramienta del mercado** que permite medir el impacto que tendrá la eliminación de las cookies de terceros en 2024. La solución utiliza una combinación de tecnologías y técnicas de análisis de datos para proporcionar a las empresas información precisa y actualizada sobre dicho impacto, y ofrece resultados en tan sólo una semana. Con datos de clientes, Making Science ha demostrado la caída de hasta un 30% en la tasa de conversión, lo que muestra la necesidad de apostar por las soluciones "First Party Data".
- A estas nuevas soluciones de **Gauss AI** también se suma el lanzamiento de **BrandMax,** 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%.
- **Nuevamente, al igual que el año pasado, hemos sido reconocidos en la cuarta edición de los Google Marketing Partner Awards (GMP) en España con tres galardones.** Estos premios, que celebran la excelencia en la implementación de la tecnología de GMP, destacaron a Making Science por su innovación y efectividad en sus proyectos de transformación y madurez digital para sus clientes.

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

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

- En el segundo trimestre hemos lanzado **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.
- Hemos sido reconocidos como Service Partner of the Year for Iberia en Google Cloud y además, **Making Science es la primera empresa en el mundo en haber superado el proceso de especialización de Google Cloud para servicios de GenAI.**
- Estamos orgullosos de que nuestra filial en Suecia, **Tre Kronor Media**, haya sido incluida en **el Top 10 del ranking mundial de nuevas empresas indie** con nuevos clientes de gran envergadura como Svenska Spel.
- Estamos orgullosos de estar cada día más cerca de nuestros clientes, abriendo **nuevas oficinas en Chicago, Milán, Barcelona, Bogotá y A Coruña** que forman parte de nuestra **presencia en 15 países a través de 22 oficinas, aunque estamos presentes en 25 países, vía partnerships en 10 de ellos.**
- Making Science mantiene su excelencia a través de las constantes certificaciones de sus equipos en productos, como también en Calidad, Medio Ambiente y Seguridad de la Información (ISO 9.001, 14.001 y 27.001), inversiones en Cyber Security y siempre centrados en nuestros valores corporativos.

OPERACIONES CORPORATIVAS

Hasta septiembre de 2024, se han llevado a cabo operaciones para mejorar la estructura y eficiencia financiera de Making Science así como cimentar el crecimiento internacional de nuestra tercera fase.

a) Ampliación de Capital

El 21 de junio anunciamos² que habíamos **captado con éxito un total de 4.412.872 euros de inversores en relación con la ampliación de capital** previamente anunciada y divulgada en su Documento de Ampliación de Capital de fecha 23 de mayo de 2024.

La Compañía tomó la decisión de aumentar el importe total de efectivo para dar la posibilidad de acceder a esta ampliación a todos los inversores mediante la venta de acciones propias, a la vista del exceso de demanda previamente anunciado de 4.001.692 euros. En el marco del proceso de ampliación de capital se recibieron órdenes por un total de 5,5 millones de euros.

En la ampliación ha participado el fondo de inversión de **Santander Small Caps España FI junto a otros aproximadamente 450 inversores** que han participado en la operación destacando, entre ellos, varios inversores institucionales de renombre internacional y miembros del equipo directivo que han demostrado su compromiso con la Compañía.

² https://www.bmegrowth.es/docs/documentos/OtraInfRelevante/2024/06/05463_OtraInfRelev_20240621.pdf

Adicionalmente, el 27 de junio, anunciamos³ una venta adicional de 40.000 acciones de autocartera por importe de 306.000 euros para permitir la entrada en el accionariado de un inversor institucional internacional. **Combinado con la ampliación de capital y la venta de autocartera realizada el viernes 21 de junio de 2024, supone un importe efectivo total de 4.718.872 euros.**

b) Adquisición de participaciones minoritarias

Durante el proceso de ampliación de capital se comunicó operaciones de compra de participaciones minoritarias y de reponer los fondos utilizados en la Inversión en Talento en USA para nuestra expansión en este mercado.

El 11 de junio anunciamos la oferta de adquisición del 23,86% de la participación restante de UCP⁴ 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. **Con el cierre de esta operación en agosto, Making Science ha pasado a tener el 100% de participación en Tre Kronor Media (Suecia)** que es una de las unidades con alto potencial, tanto por los nuevos clientes que se han incorporado y por lo que le han dado el reconocimiento de ser incluida en el Top 10 del ranking mundial de nuevas empresas indie, como también por ser parte de nuestra presencia en Nordics.

El 14 de junio comunicamos la compra del 19% de nuestra filial Agua3⁵ Growth Engine S.L., que es propietaria de la plataforma tecnológica de "AdTech" Ad-Machina.

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. En 2023, la tecnología aportó más de 750.000 euros de EBITDA, y se espera que muestre un fuerte crecimiento en 2024. Soluciones de Ad-Machina han sido premiadas los dos últimos años en los Google GMP Awards con el premio de Oro, demostrando el alto valor que es capaz de dar a nuestros 48 clientes el los que está activo, en 13 mercados distintos.

Con esta compra Making Science aumenta su participación hasta el 70% en esta compañía y se reserva una opción de compra sobre el 30% restante de las acciones de Agua3, que podrá ejercerse en el primer semestre de 2025 por un precio de 3 millones de euros. Si se ejerce, el precio se pagará entre los años 2025 y 2026 con una mezcla de efectivo y acciones.

c) Operaciones de financiación

El lanzamiento y **sindicación de un préstamo corporativo por un valor de hasta 12 millones de euros, con un tipo de interés variable EURIBOR a seis meses más 3%, con un período de amortización de cuatro años⁶**, y que consta de varios tramos, para apoyar el crecimiento corporativo y la internacionalización, **operación dirigida por el equipo de C&IB de EBN Banco. A la fecha se ha conseguido una financiación de 9 millones de euros de los que ya se ha pagado la primera amortización 1,4 millones de euros correspondientes al primer vencimiento incluido sus intereses.**

³ https://www.bmegrowth.es/docs/documentos/OtraInfRelevante/2024/06/05463_OtraInfRelev_20240627.pdf

⁴ https://www.bmegrowth.es/docs/documentos/OtraInfRelevante/2024/06/05463_OtraInfRelev_20240611.pdf

⁵ https://www.bmegrowth.es/docs/documentos/OtraInfRelevante/2024/06/05463_OtraInfRelev_20240613.pdf

⁶ https://www.bmegrowth.es/docs/documentos/OtraInfRelevante/2024/05/05463_OtraInfRelev_20240514.pdf

Making Science emitió bonos por un valor de doce millones de euros bajo el denominado “Programa de emisión de bonos Making Science 2021”, que fue registrado en el Mercado Alternativo de Renta Fija (“MARF”) en el mes de octubre de 2021, cuya fecha de vencimiento era el 13 de octubre de 2024.

La Compañía, de forma proactiva, llevó a cabo un proceso de negociación bilateral con cada uno de los titulares de los bonos el pasado 14 de mayo de 2024, acudiendo titulares por valor de ocho millones seiscientos mil euros, a los que se les pagó el nominal más el cupón corrido a la fecha de desembolso de la recompra y al vencimiento, se ha efectuado el pago de tres millones cuatrocientos mil euros más su correspondiente cupón. **Con esto, Making Science ha terminado de pagar los doce millones de euros correspondientes a este programa de emisión de bonos, lo que le permite tener la estructura financiera adecuada para la tercera fase de crecimiento de la empresa.**

d) Acuerdo con el fondo SOPEF II⁷

El 31 de julio de este año se informó al mercado, mediante Información Privilegiada, que Making Science alcanzó un acuerdo por el que el fondo SOPEF II (Spain Oman Private Equity Fund), gestionado por MCH Private Equity, y Making Science Group financiarán con hasta 40 millones de euros el crecimiento de su filial Making Science Marketing & AdTech (en adelante MSMA) en los próximos dos años.

Making Science Marketing & AdTech ya ha recibido una inversión inicial por parte de SOPEF II de 5 millones de euros y otra de 2,5 millones a través de su propia matriz y para lo que resta de 2024, 2025 y 2026, ambas firmas han acordado también ampliar su inversión hasta 20 millones de euros cada una (sumando un total de 40 millones entre ambas), con el objetivo de acelerar así su crecimiento internacional en mercados estratégicos para la compañía.

Making Science se reserva, dentro del acuerdo alcanzado, una opción de recomprar a SOPEF II su participación a partir del año 2027 y SOPEF II, por su parte, tiene una opción de venta de su participación a partir del año 2028. Las inversiones futuras de SOPEF II (de 15 millones de euros) están supeditadas a ir desarrollando un plan de M&A mínimo, muy por debajo de la estrategia que la Compañía espera y, por otra parte, Making Science Group no está obligada a realizar parcial o totalmente las ampliaciones futuras, quedando sujeto a la decisión de la Compañía.

Al momento de la entrada de SOPEF II en el accionariado, su participación es del 10,53% de nuestra Business Line MSMA, negocio que representa cerca del 65% de los resultados de Making Science Group. Esta operación se engloba dentro de la estrategia de crecimiento y expansión internacional que Making Science viene desarrollando en los últimos meses con el objetivo fijado en el guidance (“Plan 2027”) presentado por la compañía.

⁷ https://www.bmegrowth.es/docs/documentos/InfPrivilegiada/2024/07/05463_InfPriv_20240731.pdf

Making Science organiza su actividad entre el negocio Core, que corresponde a las geografías de España e Internacional, más el segmento de Investment o e-Commerce que a continuación describimos sus resultados.

En el consolidado, MSG cierra acumulado a septiembre de este año con un **EBITDA recurrente de €10,6 millones, que casi duplica el resultado respecto al mismo período del año anterior (+94%)**. 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 (14,5%) y la eficiencia operativa que logramos, manteniendo controlados el crecimiento del Gasto de Personal y de Otros Gastos de Explotación (en el año 2023 la inversión en talento comenzó en abril, por lo que para fines comparativos en 1Q23 no incluye gastos de esta estrategia).

El Negocio Consolidado ha alcanzado los €194 millones de Ingresos Brutos, creciendo un 12,9% versus los primeros nueve meses del año anterior, **en línea con el Guidance⁸ que hemos dado al mercado para alcanzar entre 14 y 15 millones de EBITDA recurrente al cierre del ejercicio 2024, por lo que en el último trimestre de este año la compañía tendría que lograr entre 3,4 y 4,4 millones de euros recurrentes, comparado con la senda de resultados de este año: 3,6, 3,7 y 3,3 millones de euros recurrentes trimestrales en 1Q24, 2Q24 y 3Q24 respectivamente.**

Otro aspecto importante es que tanto el Negocio Consolidado, el Negocio Core y e-Commerce están recuperando su Ratio de Rentabilidad (Profitability Ratio), retornando hacia el 20% de EBITDA recurrente sobre Gross Margin y en que todos los segmentos de negocio muestran resultados positivos al mantener e-Commerce un EBITDA recurrente positivo. El Margen Bruto (Gross Margin) muestra una tasa de crecimiento del 14,5% en los resultados consolidados, principalmente por el crecimiento del Core Business y, dentro de este, a consecuencia del incremento en nuestro **Negocio Internacional, que crece al 17,5% y representa el 48% del Gross Margin del Core Business y España el 52% restante.**

Más adelante se verá en más detalle el Core Business y el e-Commerce.

€ '000 - IFRS	MSG Consolidated			Core Business			e-Commerce		
	Jan-Sept 23	Jan-Sept 24	Var %	Jan-Sept 23	Jan-Sept 24	Var %	Jan-Sept 23	Jan-Sept 24	Var %
Revenues	171.758	193.926	12,9	164.269	185.475	12,9	7.489	8.451	12,8
Cost of Sales	-126.216	-141.786	12,3	-121.306	-136.413	12,5	-4.910	-5.373	9,4
Gross Margin	45.542	52.140	14,5	42.963	49.063	14,2	2.579	3.077	19,3
Personnel	-33.705	-36.257	7,6	-32.746	-35.607	8,7	-959	-650	-32,2
Opex	-9.910	-9.656	-2,6	-8.158	-7.430	-8,9	-1.752	-2.226	27,0
Capex	3.387	3.806	12,4	3.209	3.651	13,8	178	155	-13,1
Operat. Cost	-40.228	-42.107	4,7	-37.695	-39.387	4,5	-2.533	-2.721	7,4
Exp. Loss	-384	-68	-82,2	-384	-47	-87,8	0	-22	n.a.
Other Income	540	646	19,6	524	502	-4,1	16	143	796,4
EBITDA rec.	5.470	10.610	94,0	5.408	10.132	87,3	62	478	671,7
<i>Profitability Ratio⁹</i>	<i>12,0</i>	<i>20,3</i>		<i>12,6</i>	<i>20,7</i>		<i>2,4</i>	<i>15,5</i>	

⁸ https://www.bmegrowth.es/docs/documentos/InfPrivilegiada/2024/01/05463_InfPriv_20240131.pdf

⁹ Profitability Ratio= EBITDA recurrente sobre Gross Margin

Respecto a la evolución trimestral del Negocio Consolidado, vemos una tendencia de resultados sólidos desde el tercer trimestre del año pasado. Debemos recordar que en abril de 2023 se realizó la Inversión en Talento en USA, explicando la disminución de resultados en ese trimestre. Sin embargo, desde entonces vemos una tendencia positiva basada en el crecimiento del Negocio Core, tanto en España como Internacional, junto con la generación de EBITDA recurrente del e-Commerce que en 2024 mostró un resultado positivo tras la reestructuración del negocio, tanto en estrategia de productos como de eficiencia operacional, logrando por primera vez en 2023 un EBITDA positivo. Estas tendencias positivas están compensando la Inversión en Talento de USA, mercado en el que estamos viendo una buena evolución en este año y que alcanzará su punto de equilibrio en el último trimestre de 2024. Respecto a los Gastos Extraordinarios del último trimestre, daremos más detalles dentro de este informe, siendo principalmente atribuibles a las operaciones corporativas desarrolladas.

MSG Consolidado IFRS								
Cifras en € '000	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24	Var. % 9M24/23
Revenues	54.046	59.863	57.849	64.007	62.381	62.385	69.160	12,9%
Cost of Sales	(38.815)	(45.269)	(42.132)	(45.415)	(44.841)	(44.185)	(52.759)	12,3%
Gross Margin	15.231	14.594	15.718	18.593	17.540	18.200	16.401	14,5%
Operational Cost	(12.522)	(13.742)	(13.964)	(15.709)	(13.715)	(14.837)	(13.556)	4,7%
-Personnel	(10.417)	(11.497)	(11.791)	(12.863)	(11.961)	(12.641)	(11.655)	7,6%
-Capex (IFRS)	846	1.287	1.254	1.309	1.271	1.267	1.268	12,4%
-Administrative	(2.951)	(3.532)	(3.427)	(4.155)	(3.025)	(3.462)	(3.169)	-2,6%
Expected Loss Provision	-123	-128	-133	-147	-403	142	193	-82,2%
Other Income	129	261	150	171	167	202	276	19,6%
EBITDA*	2.715	985	1.772	2.908	3.589	3.707	3.314	93,9%
Gastos Extraordinarios	(596)	(766)	(608)	(658)	(88)	(118)	(850)	-46,4%
EBITDA	2.119	219	1.164	2.250	3.502	3.589	2.464	172,8%

(*) EBITDA recurrente, sin gastos extraordinarios.

En la tabla anterior vemos la evolución trimestral consolidada destacando, desde el último trimestre del año pasado: la estabilidad del Gross Margin, de los Gastos de Personal, el CAPEX y Gastos Administrativos algo más bajos, confirmando la estrategia y direccionamientos que hemos venido dando al mercado en términos de la estacionalidad de nuestros resultados y la estrategia de apalancamiento operacional, consecuencia de un **sistema de centros de excelencia desde donde provee 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 15 países o de 25, incluyendo 10 más a través de sus partnerships. Esta distribución geográfica también nos entrega mayor capacidad de resiliencia, ya que las unidades están en distintas etapas de desarrollo. España es el mercado más consolidado donde tenemos una base de clientes muy estable, con la que crecemos por el crecimiento de sus negocios, el cruce de productos propios o de las plataformas en las que somos partners.

En los casos de Francia, Italia y Nordics 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, sólo somos 13 Sales Partners Full Stack de la plataforma, por lo que esta certificación nos permitirá 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 otros países en los que operamos. En el Core Business crecemos el EBITDA recurrente un 87,3% entre los primeros nueve meses de este año y el mismo periodo del 2023, alcanzando los €10,1 millones. En este resultado €7,1 millones se obtienen en España y €3,0 millones de la parte Internacional, que tiene incluida la operación de USA que aún está en fase de inversión, aunque acelerando. Hasta septiembre de 2024 el EBITDA de USA+Others es -€1,9 millones, por lo que **ajustando la parte Internacional del efecto de USA, el EBITDA hubiese sido de €4,9 millones demostrando que las inversiones que realizamos están generando valor, tal como lo hará USA cuando alcance el punto de equilibrio hacia finales de este año.**

€ '000 - IFRS	Core Business			Spain			International		
	Jan-Sept 23	Jan-Sept 24	Var %	Jan-Sept 23	Jan-Sept 24	Var %	Jan-Sept 23	Jan-Sept 24	Var %
Revenues	164.269	185.475	12,9	96.257	103.760	7,8	68.012	81.715	20,1
Cost of Sales	-121.306	-136.413	12,5	-73.245	-78.149	6,7	-48.061	-58.263	21,2
Gross Margin	42.963	49.063	14,2	23.012	25.611	11,3	19.951	23.452	17,5
Personnel	-32.746	-35.607	8,7	-18.222	-18.031	-1,0	-14.524	-17.576	21,0
Opex	-8.158	-7.430	-8,9	-4.736	-4.476	-5,5	-3.419	-2.954	-13,6
Capex	3.209	3.651	13,8	3.209	3.651	13,8	0	0	n.a.
Operat. Cost	-37.695	-39.387	4,5	-19.749	-18.856	-4,5	-17.943	-20.530	14,4
Exp. Loss	-384	-47	-87,8	-232	37	-115,8	-152	-83	-45,1
Other Income	524	502	-4,1	386	303	-21,4	138	199	44,4
EBITDA rec.	5.408	10.132	87,3	3.417	7.094	107,6	1.994	3.037	52,3
<i>Profitability Ratio</i>	<i>12,6</i>	<i>20,7</i>		<i>14,8</i>	<i>27,7</i>		<i>10,0</i>	<i>13,0</i>	

El Negocio Core crece su EBITDA recurrente como consecuencia del crecimiento en el Gross Margin de un 14,2% mientras los costes Operacionales crecen a un menor ritmo 4,5%. Sin embargo, al analizar estos resultados vemos que España tiene un crecimiento del Margen Bruto del 11,3% versus el 17,5% de Internacional, en los primeros nueve meses de 2024 y el mismo período del año anterior. Además, los Costes Operativos también tienen distintas dinámicas: en España decrecen un 4,5% versus el incremento de 14,4% del Negocio Internacional. La explicación es que España tiene una mayor presencia en su mercado por lo que el ritmo de crecimiento de su Gross Margin debe estar entorno al 12% y su rentabilidad es consecuencia del apalancamiento operativo, al tener costes decreciendo y menores a la inflación de España (+1,5% a septiembre de 2024, fuente INE). Esta combinación le permite a España más que duplicar el EBITDA recurrente de 2023 (3,4 millones de euros) alcanzando los 7,1 millones de euros en los primeros nueve meses de este año; mientras que en el Negocio Internacional tenemos ritmos altos de crecimiento que requieren inversión en talento.

En nuestro Negocio Internacional el EBITDA recurrente crece un 52,3% gracias al crecimiento del Gross Margin (+17,5%) y aunque los Gastos Operacionales crecen a un ritmo cercano (+14,4%) debemos considerar que se incluye nuestra Inversión en Talento en USA que detrae €1,9 millones este año y €1,6 millones el año pasado en los primeros nueve meses . **Es importante destacar que el Negocio Internacional ha logrado un Gross Margin de €23,5 millones acumulados a septiembre y España de €25,6 millones, 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, cercanos al 20%, 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, Nordics 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.

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 año pasado. Ahora, no sólo contamos con el equipo necesario, sino que también somos reseller de Google Marketing Platform, que nos permite competir de igual a igual con los otros 12 competidores que tienen esta certificación "Sales Partners Full Stack", pudiendo acelerar así el negocio en este mercado. Otro efecto de nuestra entrada en USA es la reconstrucción de nuestra cartera de clientes, por eso vemos una disminución del Margen durante 2023 y una nueva etapa de crecimiento desde que hemos comenzado el Reselling el 1 de enero de este año, a la fecha hemos firmados 16 contratos en línea con nuestras expectativas para lograr el break-even en nuestra operación este mismo año y, además, seguimos creciendo en número de servicios con nuestros clientes actuales, lo que mejorará la rentabilidad de la operación en este país.

Gross Margin por países IFRS

Cifras en € '000	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24	Var. % 9M24/23
Spain	8.033	7.039	7.940	9.149	8.527	9.056	8.027	11,3%
International	6.464	6.564	6.923	8.028	8.054	8.078	7.320	17,5%
- France	1.028	985	1.071	1.325	1.512	1.570	1.368	44,3%
- Italy	914	956	914	897	1.103	1.042	1.033	14,2%
- Nordics	1.540	1.691	1.638	2.298	2.031	2.166	2.079	28,9%
- U.K.	418	483	422	482	516	471	408	5,4%
- Georgia	2.308	2.235	2.586	2.891	2.715	2.480	2.055	1,7%
- USA & Others	256	214	292	134	178	348	377	18,5%
Core Business	14.497	13.603	14.863	17.177	16.581	17.134	15.347	14,2%

A continuación vemos los EBITDA recurrentes por países, los resultados del tercer trimestre de este año tienen un efecto estacional, estival, en la inversión de clientes que tendrá el ciclo contrario en el último trimestre por los efectos de las campañas como Black Friday y Navidad.

Sin embargo, destacamos el crecimiento sólido de Francia y Nordics en este año, la recuperación de UK, el mejor desempeño de USA & Others. En el caso de Georgia el primer trimestre de este año estuvo afectado por una provisión de pérdida esperada y parte de ella ya se ha ido liberando en los últimos trimestres tras los pagos que está efectuando el cliente.

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 y Países Nórdicos.

EBITDA recurrente por países IFRS

Cifras en € '000	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24	9M24/23	Var. %
Spain	1.697	604	1.114	2.418	2.749	2.340	2.006		107,7%
International	1.009	402	583	426	635	1.245	1.158		52,3%
- France	329	352	361	314	505	521	390		35,9%
- Italy	227	300	244	102	301	318	277		16,1%
- Nordics	184	250	221	503	339	368	539		90,2%
- U.K.	-5	12	-65	-54	144	117	69		-669,5%
- Georgia	385	302	463	326	88	509	479		-6,4%
- USA & Others	-111	-813	-641	-765	-741	-588	-597		23,0%
Core Business EBITDA*	2.706	1.006	1.697	2.843	3.384	3.584	3.163		87,3%

(*) EBITDA recurrente, sin gastos extraordinarios.

En la tabla que sigue vemos la rentabilidad por trimestre de los distintos países que está entre el 24% al 29% salvo USA, que está en fase de construcción de sus ingresos, basados en el contrato de Google Reselling de GMP. Sin USA+Others el Negocio Internacional tendría una rentabilidad del 25,3% y el Core Business del 25,1% en 3Q24.

MSG IFRS

EBITDA*/Gross Margin, %	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24
Spain	21,1%	8,6%	14,0%	26,4%	32,2%	25,8%	25,0%
International	15,6%	6,1%	8,4%	5,3%	7,9%	15,4%	15,8%
- France	32,0%	35,7%	33,7%	23,7%	33,4%	33,2%	28,5%
- Italy	24,8%	31,4%	26,7%	11,4%	27,3%	30,5%	26,8%
- Nordics	11,9%	14,8%	13,5%	21,9%	16,7%	17,0%	25,9%
- U.K.	-1,2%	2,5%	-15,4%	-11,2%	27,9%	24,8%	17,0%
- Georgia	16,7%	13,5%	17,9%	11,3%	3,2%	20,5%	23,3%
- USA & Others	-43,4%	-379,9%	-219,5%	-570,9%	-416,3%	-168,7%	-158,4%
Core Business	18,7%	7,4%	11,4%	16,6%	20,4%	20,9%	20,6%
<i>International sin USA & Others</i>	<i>18,0%</i>	<i>19,1%</i>	<i>18,5%</i>	<i>15,1%</i>	<i>17,5%</i>	<i>23,7%</i>	<i>25,3%</i>
<i>Core Business sin USA & Others</i>	<i>19,8%</i>	<i>13,6%</i>	<i>16,0%</i>	<i>21,2%</i>	<i>25,1%</i>	<i>24,9%</i>	<i>25,1%</i>

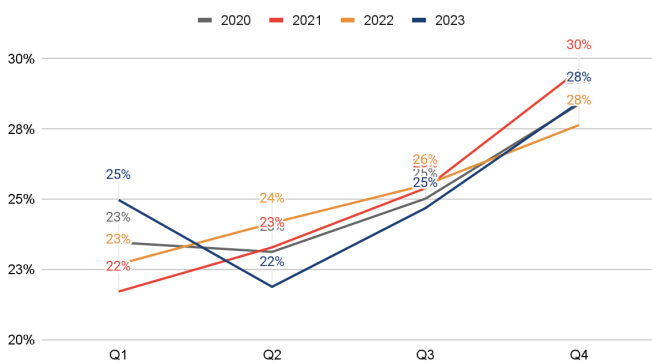
(*) EBITDA recurrente, sin gastos extraordinarios.

Tres elementos claves de nuestro negocio

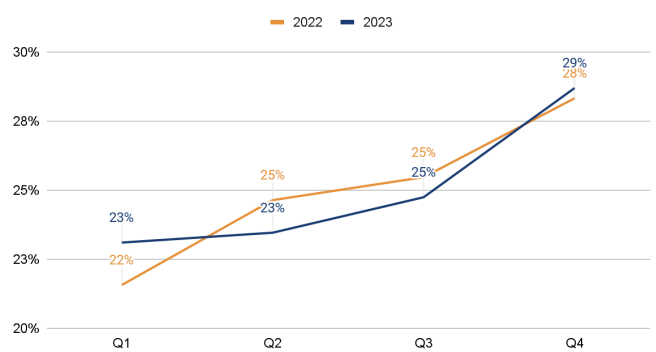
1. Estacionalidad

Hemos visto que nuestra operación tiene, claramente, ritmos de expansión diferenciados que nos permiten mantener crecimientos en los próximos periodos, a lo que se une nuestra **recurrencia de resultados, ya que más del 80% de nuestros ingresos corresponden a servicios que se facturan mensualmente**. Además, en los últimos años hemos mostrado una **tendencia muy clara de nuestros resultados**, que podemos ver en los siguientes gráficos para España e Internacional, al igual que nuestro retorno sobre Margen Bruto, que regresa al 21% de referencia histórica, después de la inversión en talento efectuada en 2Q23.

Quarterly % Annual Gross Margin Spain



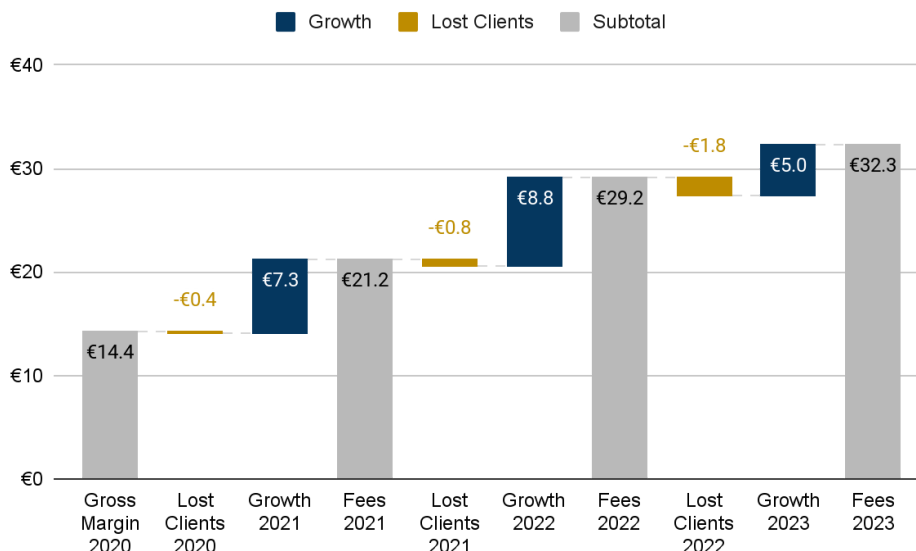
Quarterly % Annual Gross Margin International



2. Estabilidad de Ingresos

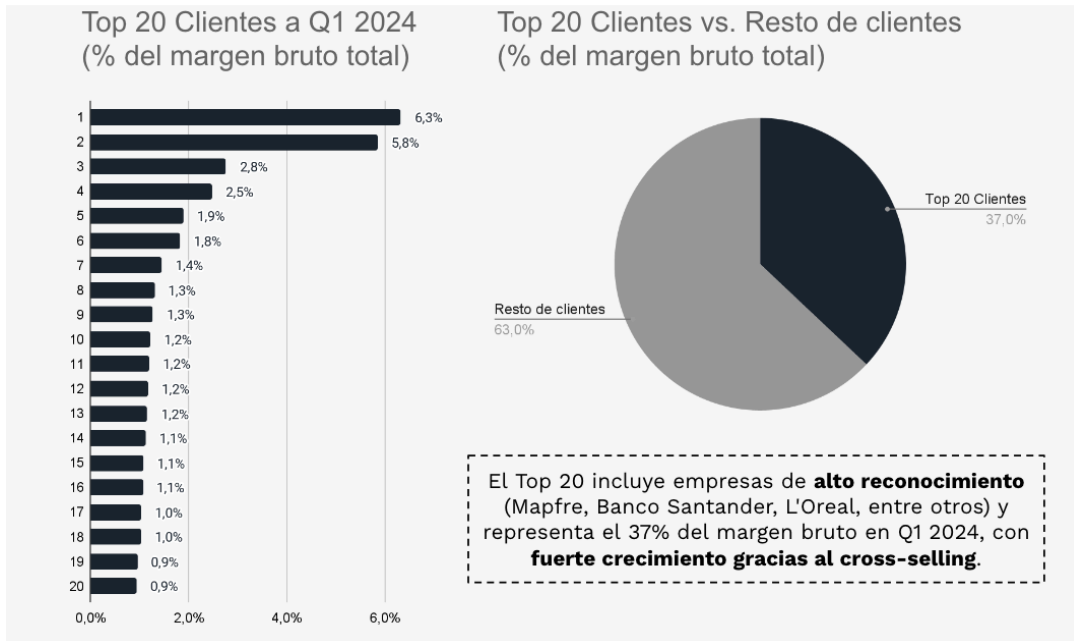
La estabilidad de nuestros ingresos junto con el desarrollo de los negocios de up-selling y cross-selling con nuestros clientes, nos permite compensar con creces la baja pérdida de ingresos que tenemos anualmente.

Margen bruto (España) (millones de euros)



3. Baja concentración de los Ingresos de clientes

Otro elemento importante en la estructura de nuestros resultados en la baja concentración que tenemos en clientes, nuestra concentración no supera el 3% de nuestro Gross Margin por cliente y en los dos primeros casos, que vemos en el siguiente gráfico, son clientes con varios contratos que no dependen uno del otro, ya que incluso son en distintos países.



Evolución de la deuda financiera

Hemos incluido el siguiente cuadro para explicar las amortizaciones de la deuda de largo plazo en su parte corriente, es decir la que vence entre el 30 de junio de 2024 y el 30 de junio de 2025.

Durante el segundo semestre de este año amortizaremos 12,2 millones de euros y en el primer semestre de 2025 amortizaremos 3,8 millones de euros.

El desglose de los pagos de 12,2M de euros en el segundo semestre de 2024 incluye:

- La amortización del saldo remanente del Bono (3,4 millones) en 4Q24, teniendo en cuenta que en 2Q24 se pagaron €8,6 millones dentro del programa de recompra.
- Las cuotas semestrales del préstamo sindicado de €9 millones, con vencimientos en 4Q24 y 2Q25 (1,125 millones de euros semestrales)
- Amortizaciones de otros préstamos bancarios 5,0 millones de euros: €2,8 millones en 2H24 y €2,2 millones en 1H25.
- Earn-outs: €3,5 millones en 2H24 y 0,5 millones en 1H25.
- Pago a Iccrea Banca de €1,5 millones el 31 de diciembre de 2024, que está respaldado por un aval en efectivo al 100%.

A la fecha de la publicación de este informe, ya se han pagado €10,2 millones del calendario de pagos del segundo semestre.

Quedando, principalmente, por pagar a Iccrea Banca (€1,5 millones) el 31 de diciembre de 2024, que está cubierto con un aval al 100% en efectivo.



Calendario vencimientos corrientes

Pasivo Financiero por clase y categoría, nota 18a Estados Financieros Intermedios, € '000	No Corriente	Corriente	Pago corriente	3Q24	4Q24	1Q25	2Q25	Total
Deudas con entidades de crédito (1)	10.640	7.212	7.212	2.522	1.357	841	2.492	7.212
Obligaciones y otros valores negociables (Bono) (2)	0	3.220	3.400		3.400			3.400
Deudas empresas del grupo y asociadas (3)	7.181	4.371	3.962	3.216	249	249	249	3.962
Otros Pasivos Financieros (Iccrea)	5.230	1.500	1.500	-	1.500	-	-	1.500
Total	23.051	16.303	16.074	5.737	6.506	1.090	2.741	16.074

(1) En la parte corriente se incluyen los pagos de préstamos de largo plazo con amortizaciones, como el préstamo sindicado y otros. Se han excluido €21,9 millones correspondientes a las líneas de Capital Circulante (revolving) de la Compañía, que se mantienen dado el crecimiento de ingresos y resultados. El saldo de Efectivo, al 30 de junio de 2024, es de €22,2 millones.

(2) Esta partida es el Bono, que contablemente se representa sin los gastos de emisión, por eso la diferencia entre el saldo (€3,2 millones) y el pago efectuado en 4Q24 de €3,4 millones.

(3) Esta partida son los Earn-Outs por las compras efectuadas en la segunda Fase de crecimiento de Making Science. La diferencia de €409 mil entre el saldo corriente en balance (4.4 millones) y el pago corriente (€ 4 millones) corresponde a una parte de la compra del 19% de Agua 3 que se pagó en acciones, por lo que no tiene efecto en caja para este flujo.

Las principales conclusiones que se pueden desprender son:

1. Making Science está disminuyendo su deuda en 16,1 millones de euros en los próximos 12 meses con el pago de los vencimientos comprometidos.
2. El segundo semestre de este año concentra más pagos que en el primer semestre de 2025, principalmente debido a los pagos de los Earn-Outs y el pago del Bono en el segundo semestre de 2025. Quedan pendientes en balance Earn-Outs por €7,2 millones de euros en el largo plazo, vencimientos posteriores al 30 de junio de 2025, de los cuales €2,9 millones se pagarán el tercer trimestre de 2025.
3. Este calendario de vencimientos tanto de Earn-Outs (que se pagan con caja procedente de las compañías compradas), es perfectamente asumible por la empresa. Tenemos una estacionalidad de pagos que es mayor en el tercer trimestre por el pago de Earn-Outs y vencimientos con entidades de crédito, que permite construir caja durante el primer semestre de cada año, pagar Earn-Outs, mantenerla hacia finales de cada año: Esto se puede ver en los cierres de los últimos Estados Financieros anuales y semestrales, en los que hemos cerrado con Efectivo de 19,5 y 22,2 millones de euros respectivamente.
4. **Los compromisos de pagos son decrecientes y no concentrados**, al haber pagado el Bono, ir disminuyendo las posiciones con los bancos, tras amortizaciones naturales, y que se están terminando los Earn-Outs de las operaciones de M&A efectuadas en la segunda fase de crecimiento de Making Science. **Por el contrario, el negocio sigue creciendo**, tanto en España como en la parte Internacional y nuestra Business Line de Inversiones también tiene generación positiva, por lo que vamos creciendo en ingresos, **disminuyendo nuestros compromisos de deuda y permitiendo el desapalancamiento de la Compañía.**
5. **Al cierre del primer semestre de 2024 Making Science ha terminado con un Beneficio Antes de Impuestos de 1,2 millones de euros que compara favorablemente con las pérdidas de 2,0 millones de euros del primer semestre de 2023**, demostrando esta tendencia el desarrollo de nuestro negocio, colocando en valor las adquisiciones que hicimos, nuestro modelo de eficiencia operativa y la estrategia de rentabilidad que tenemos. Este beneficio se traduce en generación de caja y nuestra previsión es que tendremos beneficio neto positivo para el periodo 2024.

Gastos no recurrentes 2024

Durante 2024 los gastos no recurrentes han sido casi inmateriales a excepción de los incurridos en el tercer trimestre de este año, como consecuencia de las operaciones corporativas mencionadas. La mayor parte de los gastos de 3Q24 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.

Gastos no recurrentes			
MSG Consolidado (€ '000)	1Q24	2Q24	3Q24
Operaciones Corporativas	26	66	795
People & Culture	7	50	52
Varios	38	2	3
Donaciones	17	0	0
Totales	88	118	850

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 permite construir un Guidance tanto para este año 2024 como 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.

Hemos publicado nuestros Estados Financieros Intermedios que confirman las tendencias que hemos venido comunicando y, a su vez, muestra que al cierre del primer semestre de este año estamos con Beneficios antes de Impuestos de 1,2 millones de euros, versus los 2,0 millones de pérdidas en el mismo período del año anterior.

Finalmente, en este año hemos realizado operaciones corporativas que nos permiten afrontar la tercera fase de crecimiento con los recursos necesarios, tanto en talento humano como financieros, destacado la entrada del fondo SOPEF II que, de forma conjunta con Making Science Marketing & AdTech podrán alcanzar inversiones de hasta 40 millones de euros en 3 años.

Guidance 2024

El Consejo de Administración de Making Science se reunió el 31 de marzo de 2024 y, tras analizar las previsiones del año, ha decidido por unanimidad mantener la previsión de EBITDA recurrente para el año 2024 en el rango entre **14 y 15 millones de euros y, a su vez, incluir las siguientes orientaciones para el año 2024 en su perímetro consolidado:**

- 1. El EBITDA recurrente estará entre los 14 y 15 millones de euros.**
- 2. Los Ingresos Ordinarios consolidados se situarán entre los 270 y 290 millones de euros al cierre del año.**
- 3. El Margen Bruto consolidado alcanzará un volumen con un intervalo entre los 74 y los 77 millones de euros al cierre del año.**

Estas previsiones no han sido objeto de trabajos de auditoría ni de revisión limitada.

De la misma forma, mantenemos los resultados descritos en el "Plan 2027", en el que prevemos alcanzar un **EBITDA recurrente entre 23 y 27 millones de euros en el ejercicio 2027**, lo que supone una tasa de crecimiento anual compuesto entre el 20% y el 24% respecto al ejercicio 2022.

Grado de Cumplimiento del Guidance anual de 2024 al cierre de septiembre:

Resultados Consolidados millones de euros	Cierre 9M24	Guidance 12 meses	
		Bajo	Alto
Ingresos	193,9	270	290
% de Cumplimiento		71,8%	66,9%
Margen Bruto	52,1	74	77
% de Cumplimiento		70,4%	67,7%
EBITDA recurrente	10,7	14	15
% de Cumplimiento		76,4%	71,3%

Mantenemos una tendencia sólida de resultados trimestrales, que unido al peso histórico del último trimestre del año, nos permiten mantener nuestro guidance de 2024.



Cuenta de Pérdidas y Ganancias consolidada

A continuación, presentamos la cuenta de pérdidas y ganancias consolidada del Grupo correspondiente al cierre de septiembre de 2024, que incluyen tanto el negocio Core como las inversiones en e-Commerce y Productos.

MSG Consolidado IFRS								Var. %
Cifras en € '000	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24	9M24/23
Revenues	54.046	59.863	57.849	64.007	62.381	62.385	69.160	12,9%
Cost of Sales	(38.815)	(45.269)	(42.132)	(45.415)	(44.841)	(44.185)	(52.759)	12,3%
Gross Margín	15.231	14.594	15.718	18.593	17.540	18.200	16.401	14,5%
Operational Cost	(12.522)	(13.742)	(13.964)	(15.709)	(13.715)	(14.837)	(13.556)	4,7%
-Personnel	(10.417)	(11.497)	(11.791)	(12.863)	(11.961)	(12.641)	(11.655)	7,6%
-Capex (IFRS)	846	1.287	1.254	1.309	1.271	1.267	1.268	12,4%
-Administrative	(2.951)	(3.532)	(3.427)	(4.155)	(3.025)	(3.462)	(3.169)	-2,6%
Expected Loss Provision	-123	-128	-133	-147	-403	142	193	-82,2%
Other Income	129	261	150	171	167	202	276	19,6%
EBITDA*	2.715	985	1.772	2.908	3.589	3.707	3.314	93,9%
Gastos Extraordinarios	(596)	(766)	(608)	(658)	(88)	(118)	(850)	-46,4%
EBITDA	2.119	219	1.164	2.250	3.502	3.589	2.464	172,8%

(*) EBITDA recurrente, sin gastos extraordinarios.

Contablemente, el grupo ha reportado una cifra neta de negocios consolidada de 194 millones de euros hasta septiembre de 2024, frente a los 172 millones de euros del mismo periodo de 2023, lo que supone un crecimiento del 12,9%. El margen bruto consolidado se ha incrementado un 14,5% para alcanzar los 52,1 millones de euros y el EBITDA recurrente ha registrado un importe de 10,6 millones de euros, un 94% superior a la cifra reportada en el mismo periodo del año anterior.

En cuanto a los gastos no recurrentes, durante el último trimestre se han incrementado como consecuencia de las operaciones corporativas, especialmente por la compra de los minoritarios de UCP y la salida de cotización de esta acción. Sin estos gastos extraordinarios, la Compañía mantiene una tendencia baja de gastos no recurrentes respecto al año anterior que hicimos la reorganización societaria.

Resultados del negocio Core a 9M24

A continuación, presentamos la cuenta de pérdidas y ganancias del negocio Core de Making Science correspondiente a los seis primeros meses de 2024, que incluye las líneas de servicios de Marketing Digital, AdTech & MarTech y Tecnología Cloud & Software.

MSG Core Business IFRS								Var. %
Cifras en € '000	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24	9M24/23
Revenues	51.644	57.258	55.367	60.720	59.418	59.810	66.248	12,9%
Cost of Sales	(37.147)	(43.655)	(40.504)	(43.544)	(42.837)	(42.676)	(50.901)	12,5%
Gross Margín	14.497	13.603	14.863	17.177	16.581	17.134	15.347	14,2%
Operational Cost	(11.792)	(12.727)	(13.176)	(14.355)	(12.952)	(13.899)	(12.536)	4,5%
-Personnel	(10.027)	(11.225)	(11.494)	(12.629)	(11.757)	(12.441)	(11.410)	8,7%
-Capex (IFRS)	781	1.229	1.199	1.270	1.217	1.212	1.222	13,8%
-Administrative	(2.546)	(2.731)	(2.881)	(2.996)	(2.412)	(2.670)	(2.348)	-8,9%
Expected Loss Provision	-123	-128	-133	-147	-403	186	170	-87,8%
Other Income	124	258	142	168	157	163	183	-4,1%
EBITDA*	2.706	1.006	1.697	2.843	3.384	3.584	3.164	87,3%
Gastos Extraordinarios	(299)	(696)	(537)	(651)	(88)	(118)	(822)	-32,9%
EBITDA	2.407	310	1.160	2.192	3.296	3.466	2.343	134,8%

(*) EBITDA recurrente, sin gastos extraordinarios.

El Importe Neto de la Cifra de Negocios al cierre de los primeros nueve meses de 2024 ascendió a 185,5 millones de euros en el negocio Core y el Margen Bruto a 49,1 millones de euros, mostrando crecimientos frente al mismo periodo de 2023 del 12,9% y del 14,2% respectivamente.

El importe de EBITDA recurrente es de 10,1 millones de euros, una variación del 87,3% respecto a los 5,4 millones de euros reportados en el mismo periodo del año anterior aún con la Inversión en Talento que hemos venido realizando desde el segundo trimestre del 2023, demostrando que el negocio Internacional es clave para nuestra estrategia de expansión de resultados.

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.**

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 2024, el negocio de España ha incrementado su cifra de ingresos y margen bruto respecto al mismo periodo de 2023: 7,8% y 11,3%, respectivamente.

Por otro lado, se ha incrementado la actividad de I+D del grupo un 13,8% frente al primer semestre de 2023, centrada principalmente en el desarrollo de herramientas tecnológicas de alto valor para los clientes finales de **Making Science**, como Gauss AI o Ad-Machina, inversión que ha sido reconocida con los premios obtenidos. Con la adopción de IFRS, la Capitalización de Gastos (CAPEX) es un ajuste a los Gastos de Personal, que los disminuye, pero hemos entregado este detalle para motivos de análisis. En la evolución trimestral, desde el segundo trimestre de 2023 vemos que el CAPEX está estable, en línea con lo comunicado al mercado.

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. Esta asignación de recursos no impide que, de forma global, nuestro negocio en España muestra un control en los gastos de personal, decreciendo un 1% en los primeros nueve meses de este año versus el mismo período del año anterior.

Llevamos varios trimestres consecutivos demostrando la capacidad de Making Science para implementar eficiencias operativas sin perder efectividad y/o foco de negocio. Esto es el resultado de la aplicación de nuevas tecnologías en nuestros procesos para mejorar la eficiencia operativa, algo que seguiremos haciendo en los próximos trimestres.

MSG Spain IFRS								
Cifras en € '000	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24	Var. % 9M24/23
Revenues	32.411	32.139	31.707	34.067	35.777	33.621	34.362	7,8%
Cost of Sales	(24.378)	(25.100)	(23.767)	(24.919)	(27.250)	(24.565)	(26.335)	6,7%
Gross Margin	8.033	7.039	7.940	9.149	8.527	9.056	8.027	11,3%
Operational Cost	(6.343)	(6.573)	(6.833)	(6.759)	(5.792)	(6.930)	(6.134)	-4,5%
-Personnel	(5.732)	(6.178)	(6.312)	(6.481)	(5.485)	(6.571)	(5.975)	-1,0%
-Capex (IFRS)	781	1.229	1.199	1.270	1.217	1.212	1.222	13,8%
-Administrative	(1.392)	(1.624)	(1.720)	(1.548)	(1.524)	(1.571)	(1.381)	-5,5%
Expected Loss Provision	-74	-77	-81	-90	-75	110	1	-115,8%
Other Income	82	216	88	119	89	103	111	-21,5%
EBITDA*	1.697	604	1.114	2.418	2.749	2.340	2.006	107,7%
Gastos Extraordinarios	(252)	(581)	(472)	(550)	(88)	(72)	(614)	-40,7%
EBITDA	1.445	23	642	1.868	2.661	2.268	1.392	199,5%

(*) 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 de los doce meses de 2023 y primer trimestre de 2024 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 anunciamos la oferta de adquisición del 23,86% remanente de la participación restante de UCP¹⁰ mediante la ejecución de un acuerdo definitivo y de un plan de fusión (el "Acuerdo de Fusión") entre UCP y Making Science Marketing & Adtech, SLU ("MSMA"), una filial propiedad al 100% de Making Science. Finalmente, el 14 de Junio de este año anunciamos la compra del 19% de nuestra filial Agua3¹¹ Growth Engine S.L. con lo que alcanzamos un 70% de participación en esta sociedad.

En su segmento Internacional, **Making Science** ha obtenido unos ingresos de 81,7 millones de euros en los primeros nueve meses de 2024, un 20,1% superior al mismo periodo de 2023. El Margen Bruto aportado por esta geografía es de 23,5 millones de euros, que representa **un sólido crecimiento del 17,5% sobre los primeros nueve meses del año anterior y del 52,3% del EBITDA recurrente.**

MSG International IFRS								
Cifras en € '000	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24	Var. % 9M24/23
Revenues	19.233	25.119	23.660	26.653	23.641	26.189	31.886	20,1%
Cost of Sales	(12.769)	(18.555)	(16.737)	(18.625)	(15.587)	(18.111)	(24.566)	21,2%
Gross Margin	6.464	6.564	6.923	8.028	8.054	8.078	7.320	17,5%
Operational Cost	(5.448)	(6.153)	(6.342)	(7.595)	(7.159)	(6.969)	(6.402)	14,4%
-Personnel	(4.295)	(5.047)	(5.182)	(6.148)	(6.271)	(5.870)	(5.435)	21,0%
-Capex (IFRS)	0	0	0	0	0	0	0	#DIV/0!
-Administrative	(1.153)	(1.106)	(1.160)	(1.447)	(888)	(1.099)	(967)	-13,6%
Expected Loss Provision	-49	-50	-52	-56	-328	77	168	-44,8%
Other Income	42	42	54	49	68	60	72	44,6%
EBITDA*	1.009	402	583	426	635	1.245	1.158	52,3%
Gastos Extraordinarios	(47)	(115)	(65)	(101)	0	(46)	(208)	11,7%
EBITDA	962	287	518	325	635	1.199	950	57,6%

(*) EBITDA recurrente, sin gastos extraordinarios.

¹⁰ https://www.bmegrowth.es/docs/documentos/OtraInfRelevante/2024/06/05463_OtraInfRelev_20240611.pdf

¹¹ https://www.bmegrowth.es/docs/documentos/OtraInfRelevante/2024/06/05463_OtraInfRelev_20240613.pdf

Resultados del negocio de Inversiones a 9M24

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 8,5 millones de euros a septiembre de 2024 con un margen bruto de 3,1 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 19,3% respecto al año anterior. La rentabilidad mejora sustancialmente en relación al mismo periodo de 2023, logrando un EBITDA recurrente positivo de 478 mil euros frente a los 62 mil euros del año anterior.

Desde su adquisición, **Making Science** ha reorientado la estrategia y las operaciones de este negocio para lograr un crecimiento rentable. Para ello, ha ejecutado un conjunto de iniciativas de reestructuración y mejora operativa a lo largo de 2022 y 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	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24	9M24/23
Revenues	2.402	2.605	2.482	3.287	2.963	2.575	2.912	12,8%
Cost of Sales	(1.668)	(1.614)	(1.628)	(1.871)	(2.005)	(1.510)	(1.859)	9,4%
Gross Margin	734	991	855	1.416	958	1.065	1.054	19,3%
Operational Cost	(730)	(1.015)	(788)	(1.354)	(763)	(937)	(1.020)	7,4%
-Personnel	(390)	(272)	(297)	(234)	(204)	(200)	(245)	-32,3%
-Capex (IFRS)	65	58	55	39	54	54	46	-13,4%
-Administrative	(405)	(801)	(546)	(1.159)	(614)	(791)	(820)	27,0%
Expected Loss Provision	0	0	0	0	0	-44	23	NA
Other Income	5	3	8	3	10	40	94	795,2%
EBITDA*	9	(21)	75	65	205	124	150	659,6%
Gastos Extraordinarios	(297)	(70)	(71)	(7)	0	0	(29)	-93,5%
EBITDA	(288)	(91)	4	58	205	124	121	-220,0%

(*) EBITDA recurrente, sin gastos extraordinarios.

Adopción de IFRS

Making Science publicó sus cuentas anuales consolidadas auditadas de 2023 en IFRS. Este nuevo estándar de reporte permite que la información financiera sea comparable con otras empresas de su mercado y permitirá más transparencia en su información, tanto para sus accionistas y empleados, como para el resto de stakeholders.

La información financiera contenida en este documento ha sido realizada bajo la norma IFRS.

Los principales cambios respecto a la información en PGC son:

1. IFRS 38. Tratamiento del Fondo de Comercio. En la norma actual (NOFCAC) se estaban amortizando los fondos de comercio generados de las adquisiciones de sociedades que hemos realizado, en un plazo de 10 años. Bajo el nuevo estándar no habrá amortización de fondo de comercio, revirtiéndose lo que ya hemos amortizado. Adicionalmente, no se prevé un deterioro de las inversiones realizadas dado que estamos cumpliendo los planes de negocio.

2. IFRS 16. Tratamiento de los arrendamientos financieros. Esto implica que para los arrendamientos identificados como financieros, principalmente de nuestras oficinas, ya no tendremos el coste de arrendamientos, en los gastos de administración, sino que serán reclasificados entre intereses financieros y amortizaciones, con el consecuente impacto positivo en nuestro EBITDA siendo comparable con nuestros competidores.

3. IFRS 9. El grupo adoptará un modelo de pérdida esperada de sus Cuentas por Cobrar. En la adopción de la norma, se constituye un stock inicial de provisiones contra patrimonio y después la estimación de la pérdida esperada es calculada anualmente. No esperamos impactos significativos debido a esta aplicación en el EBITDA anual. El grupo ha tomado las medidas para reforzar el modelo de cobros y su seguimiento para gestionar este cambio.



Anexo: Cuentas en Plan General Contable Español

Como hemos comentado, Making Science ha publicado sus cuentas anuales consolidadas de 2023 y en adelante en IFRS, por esta razón la información de este documento está bajo ese estándar que es comparable a la información presentada por nuestros competidores y el mercado internacional. Sin embargo, con el propósito de mantener nuestro compromiso de transparencia a los distintos stakeholders, hemos adjuntado en este anexo las cuentas en el anterior plan contable español para trazabilidad de nuestros resultados.

MSG Consolidado (PGC)								
Cifras en € '000	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24	Var. % 9M24/23
Revenues	54.046	59.863	57.849	64.388	62.381	62.385	68.360	12,4%
Cost of Sales	(38.815)	(45.269)	(42.132)	(45.608)	(44.841)	(44.185)	(51.959)	11,7%
Gross Margin	15.231	14.594	15.718	18.780	17.540	18.200	16.401	14,5%
Operational Cost	(13.671)	(15.332)	(15.521)	(17.149)	(15.672)	(16.709)	(15.358)	7,2%
-Personnel	(10.417)	(11.497)	(11.791)	(12.863)	(11.961)	(12.641)	(11.655)	7,6%
-Administrative	(3.254)	(3.835)	(3.730)	(4.286)	(3.712)	(4.068)	(3.702)	6,1%
Capex	846	1.287	1.254	1.309	1.271	1.267	1.268	12,4%
Other Income	129	261	150	171	167	202	276	19,6%
EBITDA*	2.535	810	1.656	3.111	3.306	2.959	2.588	77,0%
Gastos Extraordinarios	(596)	(766)	(608)	(658)	(88)	(118)	(850)	-46,4%
EBITDA	1.939	44	1.048	2.453	3.218	2.841	1.737	157,2%

(*) EBITDA recurrente, sin gastos extraordinarios.

MSG Core Business (PGC)								
Cifras en € '000	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24	Var. % 9M24/23
Revenues	51.644	57.258	55.367	61.101	59.418	59.810	65.448	12,4%
Cost of Sales	(37.147)	(43.655)	(40.504)	(43.737)	(42.837)	(42.676)	(50.101)	11,8%
Gross Margin	14.497	13.603	14.863	17.364	16.581	17.134	15.347	14,2%
Operational Cost	(12.876)	(14.259)	(14.678)	(15.863)	(14.826)	(15.745)	(14.292)	7,3%
-Personnel	(10.027)	(11.225)	(11.494)	(12.629)	(11.757)	(12.441)	(11.410)	8,7%
-Administrative	(2.849)	(3.034)	(3.184)	(3.234)	(3.070)	(3.304)	(2.882)	2,1%
Capex	781	1.229	1.199	1.270	1.217	1.212	1.222	13,8%
Other Income	124	258	142	168	157	163	183	-4,1%
EBITDA*	2.526	831	1.526	2.939	3.128	2.764	2.460	71,1%
Gastos Extraordinarios	(299)	(696)	(537)	(651)	(88)	(118)	(822)	-32,9%
EBITDA	2.227	135	989	2.288	3.041	2.645	1.638	118,6%

(*) EBITDA recurrente, sin gastos extraordinarios.

MSG Spain (PGC)

Cifras en € '000	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24	Var. % 9M24/23
Revenues	32.411	32.139	31.707	34.448	35.777	33.621	33.562	7,0%
Cost of Sales	(24.378)	(25.100)	(23.767)	(25.112)	(27.250)	(24.565)	(25.535)	5,6%
Gross Margín	8.033	7.039	7.940	9.336	8.527	9.056	8.027	11,3%
Operational Cost	(7.333)	(8.011)	(8.241)	(8.173)	(7.273)	(8.405)	(7.574)	-1,4%
-Personnel	(5.732)	(6.178)	(6.312)	(6.481)	(5.485)	(6.571)	(5.975)	-1,0%
-Administrative	(1.601)	(1.833)	(1.929)	(1.692)	(1.787)	(1.835)	(1.598)	-2,7%
Capex	781	1.229	1.199	1.270	1.217	1.212	1.222	13,8%
Other Income	82	216	88	119	89	103	111	-21,4%
EBITDA*	1.563	473	986	2.552	2.560	1.966	1.787	108,9%
Gastos Extraordinarios	(252)	(581)	(472)	(550)	(88)	(72)	(614)	-40,7%
EBITDA	1.311	(108)	514	2.002	2.472	1.894	1.173	222,6%

(*) EBITDA recurrente, sin gastos extraordinarios.

MSG International (PGC)

Cifras en € '000	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24	Var. % 9M24/23
Revenues	19.233	25.119	23.660	26.653	23.641	26.189	31.886	20,1%
Cost of Sales	(12.769)	(18.555)	(16.737)	(18.625)	(15.587)	(18.111)	(24.566)	21,2%
Gross Margín	6.464	6.564	6.923	8.028	8.054	8.078	7.320	17,5%
Operational Cost	(5.543)	(6.248)	(6.437)	(7.690)	(7.554)	(7.340)	(6.719)	18,6%
-Personnel	(4.295)	(5.047)	(5.182)	(6.148)	(6.271)	(5.870)	(5.435)	21,0%
-Administrative	(1.248)	(1.201)	(1.255)	(1.542)	(1.283)	(1.470)	(1.284)	9,0%
Capex	0	0	0	0	0	0	0	#DIV/0!
Other Income	42	42	54	49	68	60	72	44,4%
EBITDA*	963	358	540	387	568	798	673	9,6%
Gastos Extraordinarios	(47)	(115)	(65)	(101)	0	(46)	(208)	11,7%
EBITDA	916	243	475	286	568	752	466	9,3%

(*) EBITDA recurrente, sin gastos extraordinarios.

MSG Investments (PGC)

Cifras en € '000	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24	Var. % 9M24/23
Revenues	2.402	2.605	2.482	3.287	2.963	2.575	2.912	12,8%
Cost of Sales	(1.668)	(1.614)	(1.628)	(1.871)	(2.005)	(1.510)	(1.859)	9,4%
Gross Margín	734	991	855	1.416	958	1.065	1.054	19,3%
Operational Cost	(795)	(1.073)	(788)	(1.286)	(846)	(964)	(1.066)	8,3%
-Personnel	(390)	(272)	(297)	(234)	(204)	(200)	(245)	-32,2%
-Administrative	(405)	(801)	(546)	(1.052)	(642)	(764)	(820)	27,0%
Capex	65	58	55	39	54	54	46	-13,1%
Other Income	5	3	8	3	10	40	94	796,4%
EBITDA*	9	(21)	130	172	177	196	127	323,9%
Gastos Extraordinarios	(297)	(70)	(71)	(7)	0	0	(29)	-93,5%
EBITDA	(288)	(91)	59	165	177	196	99	-247,4%

(*) EBITDA recurrente, sin gastos extraordinarios.

GRACIAS



making
science