



Madrid, a 31 de enero 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 228 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:

### **INFORMACIÓN PRIVILEGIADA**

El Consejo de Administración de Making Science se reunió el 26 de enero y tras analizar las previsiones del año 2024 ha decidido por unanimidad aprobar una previsión de **EBITDA recurrente para el año 2024 en el rango de 14 y 15 millones de euros**.

Las previsiones se han preparado utilizando criterios comparables a los utilizados para la información financiera histórica y no han sido objeto de trabajos de auditoría ni de revisión limitada.

Los principales supuestos en los que la Compañía ha basado su previsión y en los que pueden influir los miembros de los órganos de administración y gestión son los siguientes:

- a) Continuar con un crecimiento orgánico en España y en otros mercados para el año 2024, con foco en la rentabilidad, generación de cash flow, reducción de deuda y optimización de costes, algo que ha demostrado durante el segundo semestre de 2023.
- b) Mantenimiento de la capacidad para atraer y retener el talento necesario para desarrollar la actividad del Grupo, tanto empleados como directivos clave.
- c) Mantener la buena evolución de los márgenes en el negocio de Inversiones, con base en las capacidades adicionales ofrecidas por Making Science y mejora de la gestión, que le ha permitido alcanzar el punto de equilibrio a este negocio en el año 2023.

Los principales supuestos en los que la Compañía ha basado su previsión y que están completamente fuera de su influencia son los siguientes:

- a) Estabilidad económica, política y social en los mercados en los que opera Making Science.
- b) Capacidad de Making Science para responder a los cambios tecnológicos del sector.
- c) Estabilidad en la oferta laboral en los perfiles profesionales que requiere la Compañía para el desarrollo de su actividad.
- d) Mantenimiento de la competencia en el sector en línea con los niveles actuales

La desviación, al alza o a la baja, en la materialización de cualesquiera de los supuestos, podría conllevar a su vez una desviación de las previsiones publicadas.

Asimismo, la materialización de los factores de riesgo expuestos por la Compañía en el Documento Informativo de Incorporación al Mercado (DIIM) del 23 de enero de 2020 y en el Documento de Ampliación de Capital (DAC) del 5 de mayo de 2022 podría conllevar a su vez una desviación de las previsiones publicadas.

Con fecha 18 de diciembre de 2023, la Compañía publicó su Plan 2027, que previó que el Grupo alcanzara un EBITDA recurrente entre 23 y 27 millones de euros en el ejercicio 2027, además de un informe resumiendo el Plan 2027 y los vectores de crecimiento clave que conducirán a su consecución. En el informe adjunto, se ha actualizado la información del informe del Plan 2027 para incluir la previsión del EBITDA del año 2024 expuesto en el presente informe.

Atentamente,  
D. José Antonio Martínez Aguilar  
Consejero Delegado de Making Science Group, S.A.

# Plan 2027

**Making Science Group, S.A.**

# FEBRERO 2024



making  
science

**PLAN 2027**

# Aviso LEGAL



making  
science

*Este documento y la conferencia de resultados (incluyendo el turno de preguntas y respuestas) pueden contener declaraciones o información de carácter prospectivo (en adelante, la “Información”) relativas a MAKING SCIENCE GROUP, S.A (en adelante, “Making Science” o la “Compañía”). Esta información puede incluir previsiones y estimaciones financieras basadas en suposiciones o declaraciones sobre planes, objetivos y expectativas que hacen referencia a diferentes asuntos, como la base de clientes y su evolución, el crecimiento orgánico, las posibles adquisiciones, los resultados de la Compañía y otros aspectos relacionados con la actividad y la situación financiera de la Compañía. La información puede identificarse en algunos casos mediante el uso de palabras como “previsión”, “expectativa”, “anticipación”, “proyección”, “estimaciones”, “plan” o expresiones similares o variaciones de dichas expresiones.*

*La Información refleja el punto de vista actual de Making Science con respecto a eventos futuros y, como tal, no representa ninguna garantía de cumplimiento futuro, y está sujeta a riesgos e incertidumbres que podrían causar que los desarrollos y resultados finales difieran materialmente de los expresados o implícitos en dicha Información. Estos riesgos e incertidumbres incluyen los identificados en los documentos que contienen información más completa presentada por Making Science, como las Cuentas Anuales o el Documento Informativo (enero de 2020).*

*Salvo en la medida en que lo requiera la ley aplicable, Making Science no asume ninguna obligación de actualizar públicamente el resultado de cualquier revisión que pudiera realizar de estas manifestaciones para adaptarla a hechos o circunstancias posteriores a este documento, incluidos, entre otros, cambios en el negocio de la Compañía, en su estrategia de desarrollo de negocio o cualquier posible circunstancia sobrevenida.*

*Este documento y la conferencia de resultados (incluyendo el turno de preguntas y respuestas) puede contener información financiera resumida, non-GAAP o información no auditada. La información contenida en el mismo debe leerse en su conjunto y en conjunto con toda la información pública disponible sobre la Compañía, incluyendo, en su caso, otros documentos emitidos por la Compañía que contengan información más completa. Ni este documento y la conferencia de resultados (incluyendo el turno de preguntas y respuestas) ni nada de lo aquí contenido constituye una oferta de compra, venta o canje, o una solicitud de una oferta de compra, venta o canje de valores, o una recomendación o asesoramiento sobre ningún valor.*

# 01

## Visión general de Making Science



making  
science

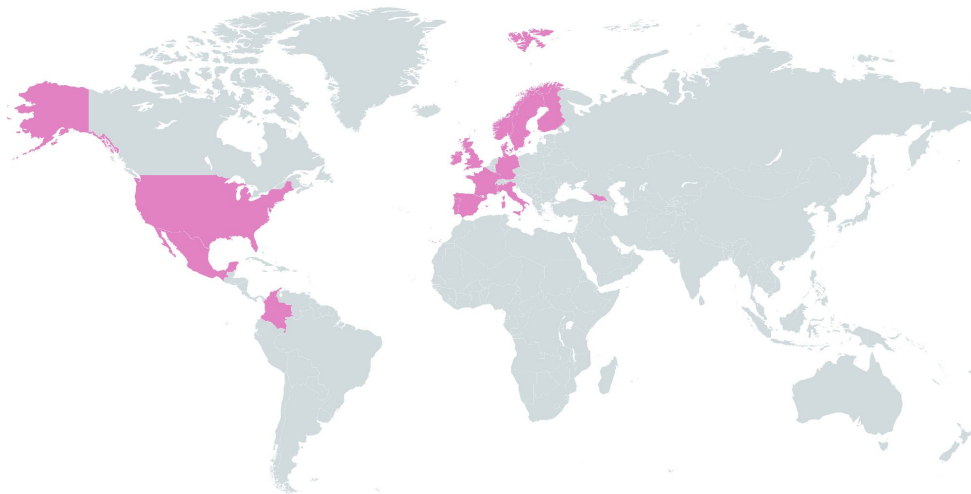
# ¿Quiénes somos?

Making Science Group es una consultora de Marketing y Tecnología que ayuda a las empresas a acelerar sus capacidades digitales



**Making Science es una empresa de aceleración digital internacional** con más de 1.200 empleados y presencia en 15 países.

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



**1000 EUROPE'S  
FASTEST GROWING  
COMPANIES 2023**

**BME Growth**

Ticker: MAKS



Ticker: ALMKS

**1.200+**  
Empleados

**850+**  
Clientes

**15**  
Países

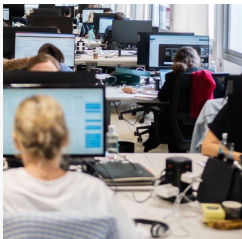
**22**  
Oficinas

**€236M**  
Ingresos  
en 2023

**€8M**  
EBITDA recurrente  
en 2023

# Servicios de Making Science

Capacidades 360º



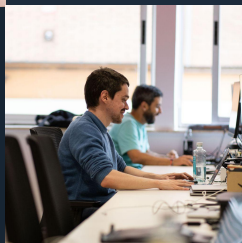
## Performance

Paid Media Campaign  
Management &  
Programmatics



## Measure

Analytics, CRO,  
Dashboarding &  
Big Data



## Identify & Strategy

Brand identity values

## Design & UX

User experience &  
User Interface  
(UX & UI)

## eCommerce

Platform  
Development  
& Infrastructure

## Creativity

Content  
Production, Photos,  
Videos

## SEO & Content

SEO Positioning  
(Search Engines)

## Customer Management

Lifetime & Customer  
Management

## eCommerce

Platform  
Development  
& Infrastructure



## First Party Data (CPD)

Data Segmentation &  
Activation

## Machine Learning

Machine Learning,  
AI & Gauss

## Feed

Feed Generation  
for Digital  
Marketing

## Performance

Paid Media Campaign  
Management &  
Programmatics

## Social Media

Social Media &  
Community  
Management

# Algunos de nuestros clientes

Creamos valor a través de soluciones integradas para ofrecer una experiencia 360 grados, orientada a resultados





# Trabajando con las mayores plataformas mundiales

Tenemos experiencia en todos los canales del ecosistema digital



making science

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

**Nuestra forma de trabajo está ligada al partner de tecnología,**

de manera que podemos ofrecer las últimas novedades del mercado y el mejor trato por parte de los partners.

**Google Partner** (Premier Partner), Google Marketing Platform Sales Partner, Google CSS Partner, Google Cloud (Premier Partner), Google Security

**Meta Business Partner** (Certified Creative Strategy Professional, Marketing Developer, Advertising API Specialist, Community Manager, Media Buying Professional, Media Planning Professional)

**Partners de activación full funnel**

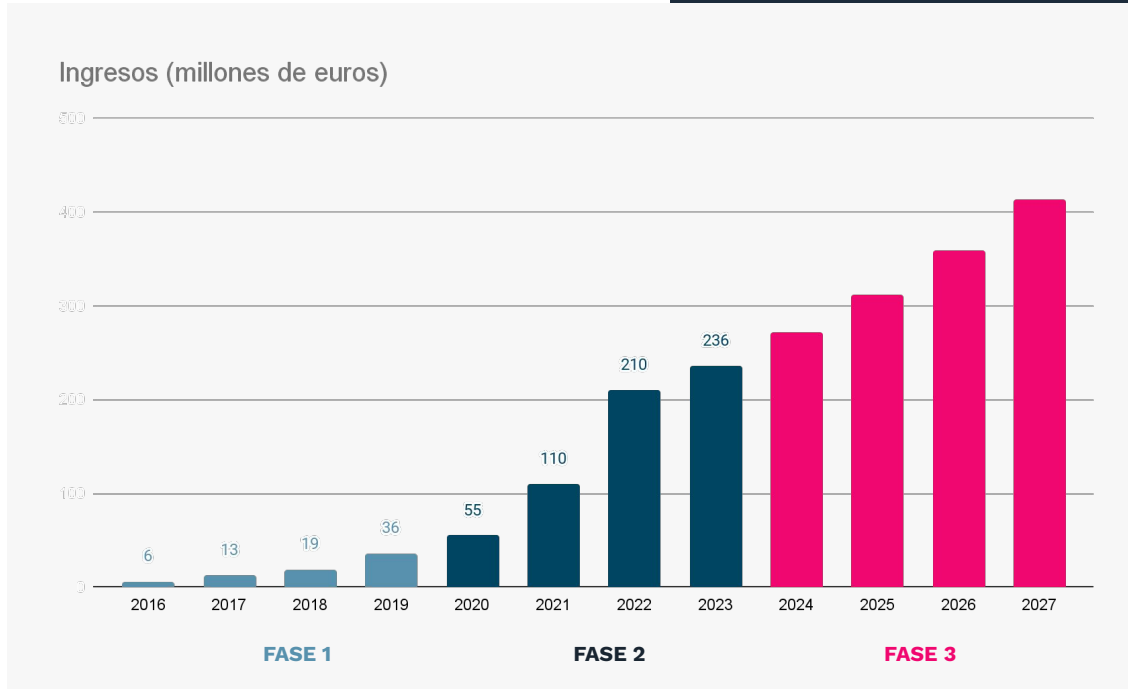
Partners	A	*	YouTube	Play	ads	Meta
Collaborators	Pinterest	TikTok	Discord	Snapchat	LinkedIn	Twitter

**Partners full stack**

Google Partner	dynamic yield	Google Marketing Platform Sales Partner	Google Cloud Partner	Bing Partner	SMARTLY.ID	SISTRIX	TASTY
Microsoft Advertising	salesforce partner	HubSpot	QuantumMetric	TARGET SELL	walmart	Petal Ads	Google

# Evolución

## Fase 3 de Making Science



**La compañía  
está entrando  
en su fase 3**

Esta gráfica se muestra a efectos ilustrativos y no supone en ningún caso guidance sobre el comportamiento futuro de la compañía

# Fase 3 de la compañía

## ¿Qué la caracteriza?

LA COMPAÑÍA YA  
ES MUY **GRANDE**  
Y  
**DIVERSIFICADA**

LA COMPAÑÍA SE  
**DOBLA EN**  
**TAMAÑO CADA**  
**3 O 4 AÑOS**

SE OBTIENE MUCHO  
MAYOR  
APALANCAMIENTO  
OPERATIVO Y  
**ECONOMÍAS DE**  
**ESCALA**

LA **LOCALIZACIÓN**  
**GEOGRÁFICA** DE  
LOS RECURSOS DE  
LA COMPAÑÍA LA  
HACEN MÁS  
RENTABLE

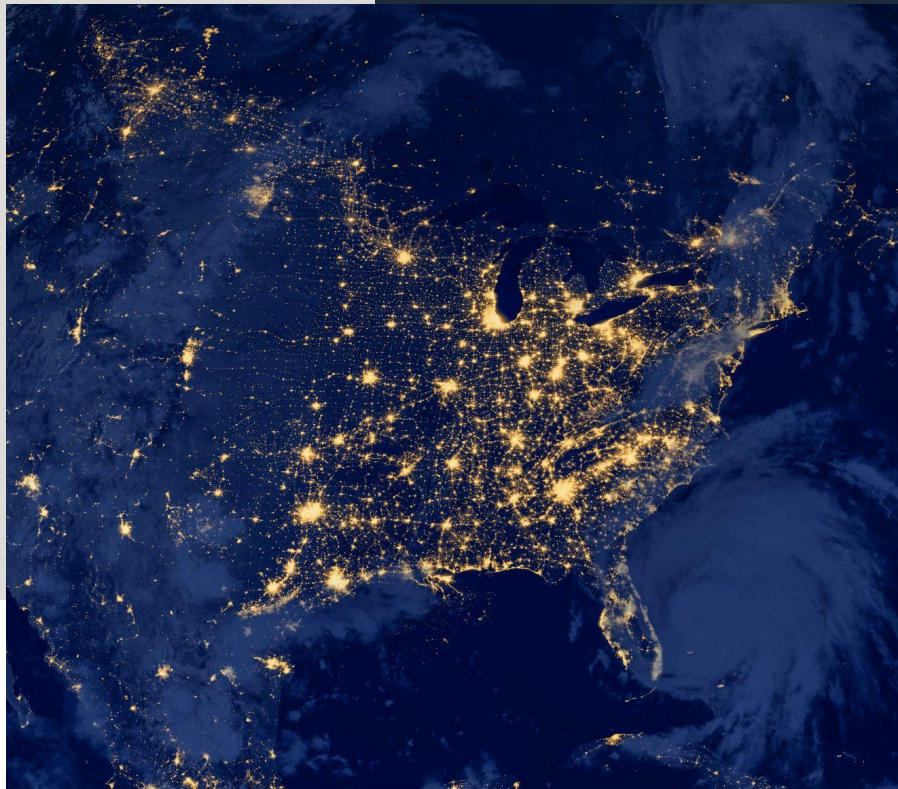
LA COMPAÑÍA  
PUEDE **DAR**  
**SERVICIO A**  
CLIENTES MÁS  
GLOBALES Y MÁS  
GRANDES

LA COMPAÑÍA SERÁ  
**MÁS RENTABLE**



# 02

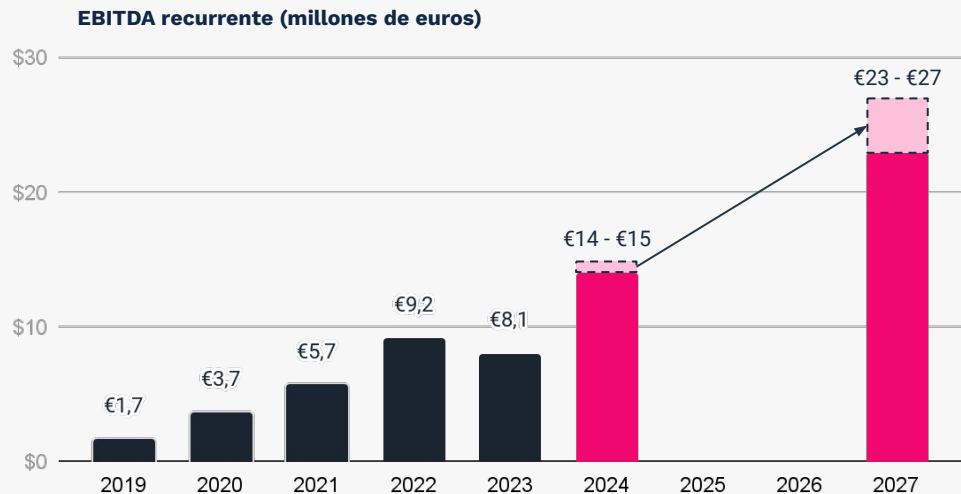
## Guidance 2024 y Plan 2027



making  
science

# Objetivos

## Guidance 2024 y Plan 2027



### Guidance 2024

**14 - 15 M €**

### Plan 2027

**23 - 27 M €**

**Tasa de crecimiento  
anual compuesto  
implícita (2024-2027)<sup>1</sup>**

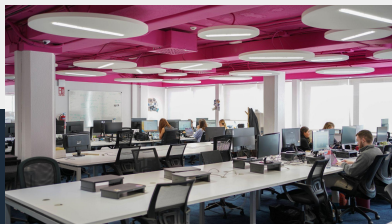
**20%**

1. Basado en los puntos medios de los rangos

# Elementos clave

## Plan 2027

*“Nuestro objetivo es ser una de las principales empresas de consultoría de publicidad y tecnología en el mundo, con fuerte presencia internacional”*



**#01**

Mantener el crecimiento orgánico en los países en los que la empresa opera, enfocado en la rentabilidad de los clientes, márgenes y flujo de caja



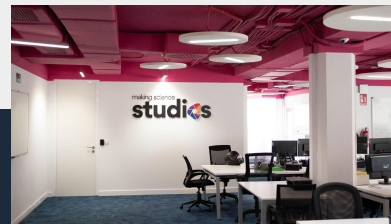
**#02**

Rápido crecimiento del negocio en USA, aprovechando las capacidades de GMP Reseller a partir del 1 de enero de 2024



**#03**

Ampliación oportunista de la presencia internacional mediante adquisiciones



**#04**

Desarrollo y adquisición de capacidades tecnológicas adicionales que sean factores diferenciadores para los clientes

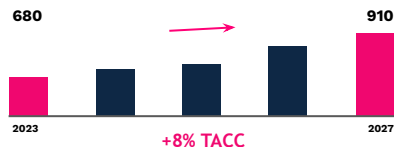
# #01 Crecimiento orgánico

El Grupo está en el centro de cuatro mercados en expansión



making science

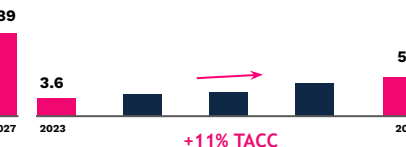
**Publicidad digital** (gasto publicitario)  
Billion USD (miles de millones)



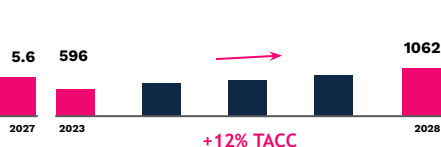
**Analítica de datos**  
Billion USD (miles de millones)



**Comercio electrónico (B2C)**  
Trillion USD (billones)



**Nube pública**  
Billion USD (miles de millones)



## Publicidad Digital

- Fuerte crecimiento, ante la creciente necesidad de las empresas de reforzar su posicionamiento en redes digitales
- Los dos principales segmentos en publicidad digital son búsquedas y redes sociales.
- La principal empresa es Google (con una cuota superior al 20%)

## Analítica de datos

- En marketing, cobra relevancia la analítica de datos para optimizar las campañas, adaptar la oferta al cliente y automatizar acciones de marketing
- Relevancia de desarrollar activos digitales para recopilar y procesar datos

## Comercio electrónico

- Mercado en fuerte crecimiento, con un peso cada vez más relevante respecto al comercio offline
- Relevancia de desarrollar plataformas e-commerce, que sirvan a su vez de soporte para la recopilación y analítica de datos

## Cloud

- Mercado de servicios cloud al alza, ante la creciente necesidad de las empresas de almacenar y analizar los datos generados
- Relevancia de desarrollar plataformas cloud, que sirvan a su vez de soporte para la recopilación y análisis de datos

Fuente: Statista (Ago. 2023)

Fuente: Global Data (Jul. 2023)

Fuente: Statista (Ago. 2023)

Fuente: Statista (Sep. 2023)

# #01 Crecimiento orgánico

Nuevos clientes 2023



making  
science

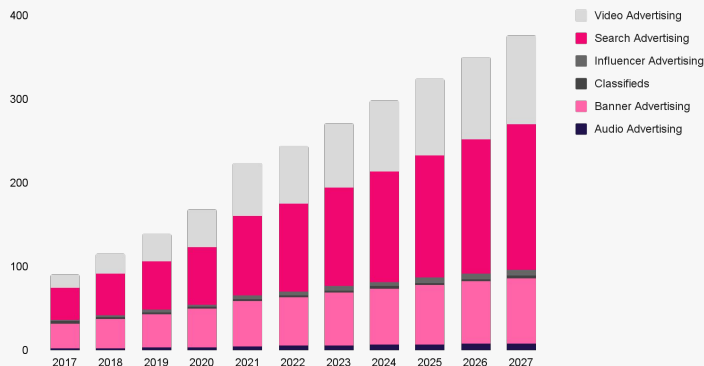




# #02 Estados Unidos

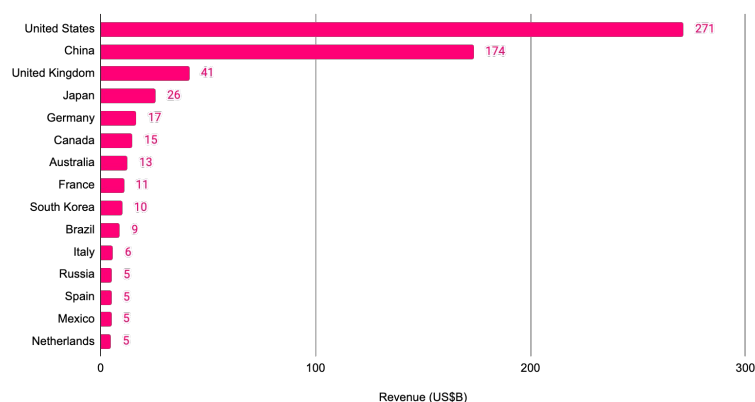
## Mercado de gran tamaño y en crecimiento

Gasto publicitario en EE.UU. por segmentos (miles de millones de euros)<sup>1</sup>



EE.UU. es el mayor mercado de publicidad digital del mundo, con un 40% de la inversión mundial en publicidad digital y el 53% excluyendo China. A pesar de su gran tamaño, se prevé que  **siga creciendo**  a un ritmo más rápido que otros mercados mundiales.

Los mayores mercados de publicidad digital del mundo (2023)<sup>1</sup>



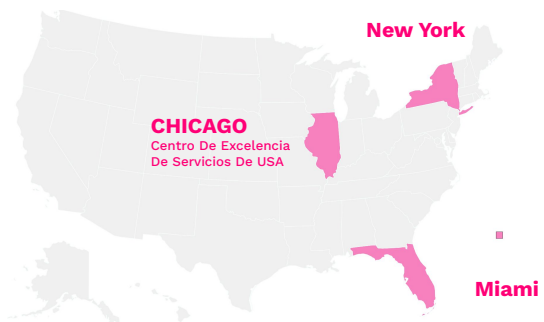
Una **presencia significativa en Estados Unidos** es fundamental para nuestras ambiciones de ser **líderes mundiales en aceleración digital.**

1. Fuente: Statista Digital Market Insights



# #02 Estados Unidos

## Ampliación del equipo



### Desarrollo del equipo en Estados Unidos

Nombramiento de tres ejecutivos de alto nivel, todos ellos antiguos empleados de Google, para impulsar las soluciones de marketing digital y la tecnología propia de Making Science en Estados Unidos.

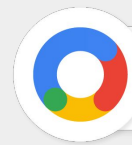
Se están creando equipos con especialistas clave que contarán con el apoyo de consultores en los centros de prestación de servicios de Making Science

### Importante inversión de Making Science en el mercado publicitario más importante del mundo

#### RED DE CENTROS DE SERVICIO

Cobertura 24 horas al día, 7 días a la semana, de especialistas en GMP, Google Ads, & Data, desde Colombia, México, Madrid y Dublin.

Making Science se convierte en reseller de Google Marketing Platform en USA desde el 1 de enero de 2024



Google Marketing Platform  
Sales Partner

### Dirección ejecutiva



**CEO,**  
**US**

**Jason  
Downie**

Google | 2 años  
GCAS

Antes | 15 años  
Data Solutions &  
AdTech Consulting



**Chief Customer  
Officer, US**

**Mallory  
Bradford**

Google | 12 años  
US GMP (10 años),  
Affiliate Network

Antes | 2 años  
Consulting



**Chief Revenue Officer,**  
**US**

**Nick  
Tiano**

Google | 10 años  
GCAS, US GMP, US  
LCS, Wildfire

Antes | 7 años  
Agency Biz Dev &  
Marketing

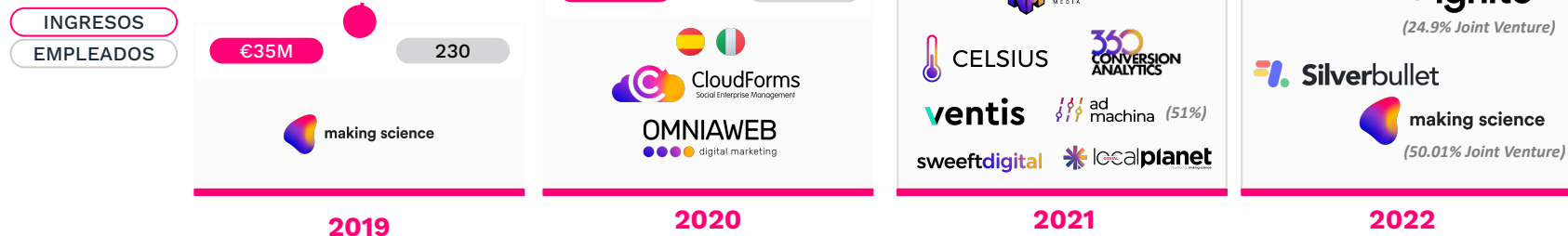


making  
science

# #03 Estrategia de adquisiciones

## La evolución de Making Science

Diversificando a nivel global hacia los principales mercados de publicidad digital



Making Science ha ampliado su presencia global mediante una combinación de **adquisiciones, asociaciones, y joint ventures**

### Criterios de Adquisición

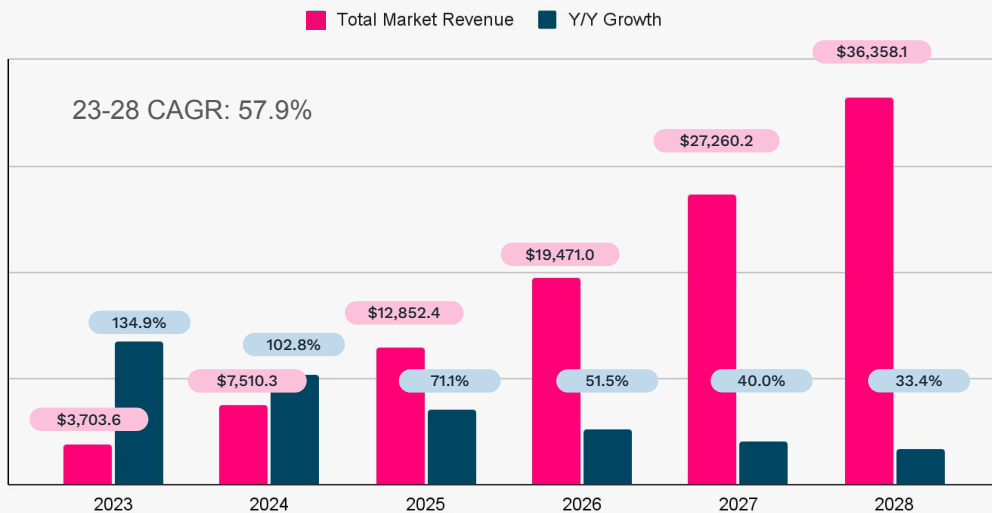
- Empresas digitales o agencias tradicionales
- Historial probado de crecimiento y fuertes márgenes
- Capacidad de MS de acelerar el crecimiento de la empresa
- Ubicación geográfica complementaria
- Equipo directivo y fundador con experiencia
- Sinergias a través de modelo de servicio integrado
- Perfil financiero atractivo

# #04 Tecnología propia

## Mercado de la IA Generativa

El software de IA generativa crece más rápido que el mercado

Ingresos del mercado de IA generativa (millones de dólares)

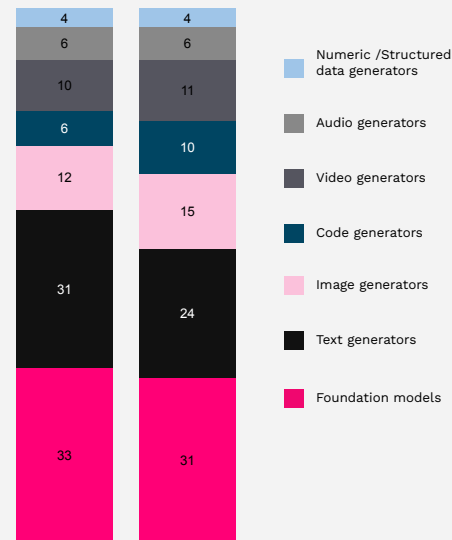


Source: 451 Research's Generative AI Market Monitor 2023, parte de S&P Global Market Intelligence.



making science

## Cuota de mercado por segmento



# #04 Tecnología propia

## Soluciones de inteligencia artificial de Making Science

Nuestra colección de soluciones de IA está diseñada para desbloquear nuevas eficiencias y crecimiento y permitir nuevas formas de trabajar

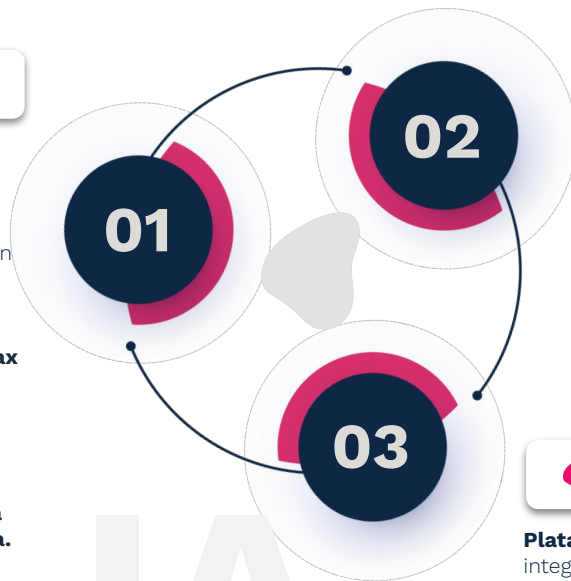


### IA Predictiva



Plataforma tecnológica especializada en ofrecer soluciones de marketing que **umentan eficazmente las ventas, mejoran la eficiencia de la inversión y predicen y anticipan con precisión las necesidades futuras**, mediante la identificación de la propensión de los clientes a:  
Compra, Retorno, Recurrencia, Valor de compra

- **BrandMax - VBB for Branding:** Brandmax facilita la creación de scripts de puja personalizados para campañas de branding.
- **DNLTV:** Planificación televisiva e integración de informes para obtener la visión de "full funnel" necesaria para una combinación de medios optimizada.
- VBB
- MMM
- Offline conversions



### Automatización

Tecnología de generación de lenguaje natural que **transforma el product feed en campañas publicitarias avanzadas de Google**, generando más ventas a un coste menor

- Broad Match
- Creative Personalisation
- PMAX



### IA Generativa

**Plataforma avanzada de aprendizaje automático** que se integra con las capacidades de IA generativa de Google y OpenAI. **Aprovecha los datos propios de la empresa para almacenar, validar y optimizar de forma segura los resultados** de las plataformas generativas. Y permite pasos de procesamiento humano según sea necesario: Texto, Sonido. Imagen, Vídeo

# Información para inversores



Para ver la presentación completa a los inversores, visite la [página de Inversores de Making Science](#)



**making  
science**

¡GRACIAS!

THE DIGITAL ACCELERATION COMPANY