

Madrid, a 31 de julio de 2026

Making Science Group, S.A. (en adelante, "Making Science", "Making Science Group", la "Compañía", o el "Grupo"), en virtud de lo previsto en el artículo 17 del Reglamento (UE) nº 596/2014 sobre abuso de mercado y en el artículo 227 de la Ley 6/2023, de 17 de marzo, de los Mercados de Valores y de los Servicios de Inversión, y disposiciones concordantes, así como en la Circular 3/2020 del segmento BME Growth de BME MTF Equity (en adelante, "BME Growth"), por medio de la presente pone en conocimiento la siguiente:

OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

Con el objetivo de ofrecer mayor transparencia y de proveer de información recurrente al mercado de valores, la Compañía presenta el informe de información financiera no auditada relativa al cierre del primer semestre de 2026.

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

La presentación de resultados se ha programado a través de una conferencia telemática o webinar donde su Consejero Delegado explicará en detalle los resultados del primer semestre de 2026 y estará abierta a todos aquellos inversores, analistas y personas interesadas, que podrán seguir dicha presentación online y realizar las preguntas que consideren oportunas.

WEBINAR PRESENTACIÓN DE RESULTADOS PRIMER SEMESTRE DE 2026 FECHA Y HORA: 31 DE JULIO DE 2026, 9:00 AM
INSCRIPCIÓN AL WEBINAR:

https://zoom.us/webinar/register/WN_9_zk4hbYSFCaZbWCecgSyw

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

.....2026

RESULTADOS



RESULTADOS NO AUDITADOS DE 1 H 26

31 JUNIO

2026

MADRID

COMUNICACIÓN CORPORATIVA

Quiénes SOMOS

Making Science es una compañía global de aceleración digital impulsada por Inteligencia Artificial con 826 empleados y presencia directa en 18 países y en 10 adicionales a través de partnerships.

El negocio de Making Science se enfoca en los mercados de **alto crecimiento** de marketing digital, Cloud for Marketing, Adtech y Martech.

José Antonio Martínez Aguilar
Founder & Global CEO | Making Science

Making Science Group

Making Science Group es una consultora de Marketing y Tecnología que ayuda a las empresas a acelerar sus capacidades digitales con Inteligencia Artificial. Contamos con más de 800 empleados con presencia directa y desarrollo tecnológico en 18 mercados; y en otros 10 a través de partnerships.

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

Making Science está compuesto por 4 líneas de negocio: la Agencia Digital Global con Tecnología, con servicios de publicidad digital 360 que integran planificación estratégica, creatividad, datos y tecnología; la división tecnológica RAISING que combina la experiencia empresarial con la ciencia de los datos para ofrecer soluciones basadas en IA aplicada al marketing, como ad-machina, la plataforma de IA Agéntica para un marketing integrado; AWAKE, un AI Venture Studio, nacido para liderar la revolución de la Inteligencia Artificial que industrializa la creación de startups y proyectos innovadores AI-native que respondan a las nuevas necesidades de la economía digital. y el área de Inversión de Making Science, con Ventis y TMQ, como línea de diversificación de negocio e implementación de las capacidades de todas nuestras áreas.

Como socia consultora de Local Planet, la mayor red mundial de agencias de medios independientes, Making Science desarrolla soluciones tecnológicas y ofrece servicios de marketing digital, Cloud for Marketing, Adtech y Martech, a través de sus oficinas, delivery hubs y centros de excelencia que impulsan la creación de empleo y la disponibilidad de talento tecnológico altamente cualificado a nivel global.

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

Making Science fue fundada en 2016 con una Primera Fase de crecimiento enfocada en España y Portugal; en el año 2020 comienza una Segunda Fase tras la cotización en el BME Growth y Euronext con el objetivo de consolidar su presencia nacional y expansión internacional en los principales mercados europeos, en pro del crecimiento, la solvencia, la transparencia y la fidelización de sus profesionales. Ya de lleno en nuestra Fase Tres, iniciamos una nueva etapa con el crecimiento orgánico en Estados Unidos durante el año 2023 y la consolidación del trabajo como Reseller de Google en ese mercado a partir de enero de 2024, siendo uno de los 15 Sales Partners Full Stack de Google y provee 8 servicios certificados. La solidez, el tamaño, la diversificación y la rentabilidad son los cuatro ejes fundamentales de esta Tercera Fase, prevista dentro del "Plan 2027" de la compañía, que nos permitirá obtener apalancamiento operativo y economías de escala, así como dar servicio a clientes más globales y más grandes.

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

Resultados

Making Science ha cambiado su reporte de información financiera para entregar más visibilidad de la evolución de los negocios de Global Digital Marketing, los negocios orientados al desarrollo de productos propios de Inteligencia Artificial: Awake y Raising AI y el negocio de Investments. La reorganización societaria del grupo se concluyó durante el año 2024, por lo que los nuevos perímetros de reporte son consistentes desde el primer trimestre del año 2025 en adelante y todas las cifras excluyen los negocios de Cloud y Ciberseguridad en España (vendidos en diciembre de 2025 y que antes formaban parte del reporte de España). Estos cambios se pueden ver en detalle al final del documento.

Al cierre del primer semestre de 2026, el resultado consolidado de la compañía alcanza un EBITDA recurrente de 6,4 millones de euros, que representa un 7,2% sobre el primer semestre de 2025. Las ventas han alcanzado los 196,2 millones de euros y el Margen Bruto los 35 millones de euros 12,8% y un 11,3%, respectivamente, de crecimiento respecto del primer semestre del año anterior. El crecimiento de las ventas ha sido impactado muy positivamente por el crecimiento de USA con una facturación de 38,4 millones de euros en los primeros 6 meses del año, +15,6% en este primer semestre. Los costes operacionales han crecido un 12,8% en este mismo período, principalmente por el incremento de los costes administrativos explicado, entre otras cosas, por las nuevas licencias en inteligencia artificial para nuestros colaboradores, consistente con nuestro liderazgo de incrementar la productividad de nuestros empleados, estrategia que está dando frutos al ver la evolución del gasto de personal, que si bien se ha incrementado un 10,6% en el primer semestre de este año vs el primero de 2025, debemos tener en cuenta que los incrementos salariales se producen en el último semestre del año anterior; de esta forma, el primer semestre de este año es más comparable con el último de 2025, disminuyendo un 2,4% el gasto de personal entre el último semestre de 2025 y el primero de 2026; de la misma forma, el OPEX se mantiene estable desde el cuarto trimestre del año pasado.

Mantenemos un análisis continuo de la estructura de costes con medidas concretas en todas las geografías para asegurar un modelo de eficiencia operacional alineado con el crecimiento del Margen Bruto. **Hemos disminuido nuestra plantilla a 850 personas, tras la venta de las empresas a Lutech, y realizado eficiencias en los equipos con el uso de Inteligencia Artificial, teniendo agentes desplegados y soluciones de IA, 800 licencias de Gemini Enterprise y 446 de otras licencias de Inteligencia Artificial de otros proveedores tecnológicos.**

Durante este semestre **hemos lanzado nuevos productos tecnológicos** que ayudarán a nuestros clientes y que siguen mostrando la innovación constante que está en el ADN de la compañía: **Helios** (<https://heliosaifactory.com/>), **Siever** (<https://siever.ai/>) y **Geo Sphere** (<https://geo-sphere.tech/>).

Forrester ha reconocido a ad-machina como uno de los proveedores destacados en el informe The Creative Advertising Technologies Landscape, Q2 2026. El estudio pone de relieve cómo la inteligencia artificial agéntica (*agentic AI*) y los flujos de trabajo automatizados están reduciendo la brecha entre la producción creativa y los datos de rendimiento de las campañas.

Además, hemos sido premiados en: CM360 Latam Reseller of the Year **Google Marketing Platform Awards (LATAM)**, Award to our Values: AI-Driven Transformation: Empowering Employees for a Purposeful Evolution **Premio Madrid Excelente, GOLD** in Brand Experience & Events Category **BestInAuto, SHORTLISTED** in Inspiring Women Award **Rising to the top Marketing**, Innovation Category with Svenska Spel and Oddset- (Perfect Fools) **Guldägget (The Golden Egg), WON** Bästa Sökinnovation (Best Search Innovation) with Doctors without Borders, **NOMINATED** Bästa Sökinnovation (Best Search Innovation) with Tiger of Sweden **IAB Sweden Mixx Awards**, Film & Video – Innovation category **The One Show**.

La estrategia de la Compañía pone 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 de problemas reales de nuestros clientes.

MSG Consolidated (€ '000)	1H25	1H26	Var% 1H26/25
Revenues	173.945	196.237	12,8
Cost of sales	-142.809	-161.576	13,1
Gross Margin	31.136	34.661	11,3
CAPEX	2.745	2.858	4,1
Staff Cost	-21.955	-24.373	11,0
OPEX	-6.347	-7.325	15,4
Operational Costs	-25.557	-28.840	12,8
Expected Loss Provision	139	235	69,1
Other Income	265	358	34,9
EBITDA Before Non Recurring	5.984	6.414	7,2
Non Recurring	-882	-962	9,1
EBITDA	5.102	5.453	6,9

La rentabilidad, calculada como EBITDA recurrente respecto al Margen Bruto, se ha mantenido en el **18,5% consolidado en 1H26 y destaca la sólida tendencia de los resultados**, que permiten un crecimiento del EBITDA recurrente del 7,2%. Global Digital Agency sigue siendo la unidad con más generación de ingresos y EBITDA del Grupo, aunque destacan los resultados de Awake y Raising AI. Más adelante mostraremos un mayor detalle la evolución de todas nuestras nuevas líneas de negocio.

MSG Consolidado (€ '000)	Digital Agency	Awake	Raising	Investment	C. Corpo.	Total 1H26
Revenues	184.422	3.793	1.898	5.173	951	196.237
Cost of sales	-153.424	-1.460	-463	-4.334	-1.895	-161.576
Gross Margin	30.998	2.333	1.435	839	-943	34.661
CAPEX	0	521	1.308	45	983	2.858
Staff Cost	-19.130	-1.579	-1.418	-358	-1.888	-24.373
OPEX	-6.796	-534	-605	-639	1.248	-7.326
Operational Costs	-25.926	-1.592	-715	-952	344	-28.840
Expected Loss Provision	211	33	-10	-3	5	235
Other Income	64	234	8	2	49	358
EBITDA Before Non Recurring	5.348	1.008	718	-114	-545	6.414
Non Recurring	-861	0	-8	0	-93	-962
EBITDA	4.488	1.008	710	-114	-639	5.453
Profitability, %	17,3	43,2	50,0	-13,6	57,8	18,5

MSG Consolidado (€ '000)	Digital Agency	Awake	Raising	Investment	C. Corpo.	Total 1H25
Revenues	157.147	5.460	943	4.405	5.997	173.946
Cost of sales	-128.348	-2.138	-463	-3.188	-8.674	-142.811
Gross Margin	28.799	3.321	480	1.217	-2.683	31.135
CAPEX	0	597	1.163	82	902	2.744
Staff Cost	-15.820	-2.501	-858	-379	-2.397	-21.955
OPEX	-8.955	-1.072	-243	-876	4.798	-6.349
Operational Costs	-24.775	-2.975	61	-1.172	3.303	-25.558
Expected Loss Provision	85	53	0	0	0	138
Other Income	177	15	2	18	53	265
EBITDA Before Non Recurring	4.286	414	545	65	674	5.984
Non Recurring	-221	0	0	0	-661	-882
EBITDA	4.065	414	545	65	13	5.102
Profitability, %	14,9	12,5	113,5	5,3	-25,1	19,2

La evolución trimestral muestra la estabilidad en la evolución de las principales variables del negocio. Se puede ver la evolución positiva del Margen Bruto hasta alcanzar los 17,4 millones en 2Q26. El resultado de diciembre es estacional, como hemos comentado en ocasiones anteriores.

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

MSG Consolidado (€ '000)	Q125	2Q25	3Q25	4Q25	FY 2025	1Q26	2Q26	Var% 1H26/25
Revenues	81.345	92.600	83.518	106.001	363.464	97.231	99.006	12,8
Cost of sales	-65.548	-77.261	-67.765	-87.520	-298.095	-79.926	-81.650	13,1
Gross Margin	15.797	15.339	15.753	18.481	65.369	17.305	17.356	11,3
CAPEX	1.293	1.452	1.532	1.378	5.656	1.399	1.458	4,1
Staff Cost	-11.521	-10.434	-12.168	-12.717	-46.840	-11.937	-12.436	11,0
OPEX	-2.661	-3.686	-2.934	-3.717	-12.997	-3.593	-3.732	15,4
Operational Costs	-12.889	-12.668	-13.570	-15.056	-54.182	-14.131	-14.709	12,8
Expected Loss Provision	6	133	-4	227	362	-45	280	69,1
Other Income	140	125	153	87	505	184	173	34,9
EBITDA Before Non Recurring	3.054	2.930	2.331	3.740	12.055	3.314	3.100	7,2
Non Recurring	-369	-513	-2.085	-3.152	-6.119	-166	-796	9,1
EBITDA	2.685	2.417	246	588	5.936	3.149	2.304	6,9

Resultados por Líneas de Negocio



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

En el primer semestre de 2026 los ingresos alcanzaron los 184,4 millones de euros, un 17,4% de incremento sobre el mismo semestre de 2025. El impulso de los ingresos es consecuencia de las actividades de *reselling* de Google GMP que se han incrementado durante 2025 en USA y UK principalmente . **El Margen Bruto se situó en los 31 millones de euros, un 7,6% sobre 1H25, y los costes operacionales crecen un 4,6%, permitiendo que el EBITDA creciera un 24,8% sin gastos no recurrentes, mostrando la eficiencia operativa que buscamos.**

El crecimiento del Margen Bruto se explica por la buena evolución del negocio en Nordics (+37,8%), USA (+14,4%), Francia (+13,3%), Alemania (+220%) y LATAM (+52,7%) respecto al primer semestre del año 2025; en el caso de Alemania y Latam está el efecto que Alemania, Brasil y Argentina comenzaron su actividad hacia el segundo trimestre de 2025. En el caso de Italia, vemos una evolución positiva en su margen bruto respecto a los últimos trimestres de 2025 y mejor evolución de su EBITDA (+42%) por el plan de eficiencia que se ha llevado a cabo en este país. En el caso de USA, muestra una tendencia positiva en el Margen Bruto y seguimos invirtiendo en equipo de negocio para acelerar su crecimiento. UK está estable, respecto a los trimestres anteriores donde mantenemos una estrategia de inversión en talento para desarrollar North Europe que incluye UK, Alemania y Países Bajos. Finalmente destacar la consolidación del margen bruto mostrando una evolución constante desde el año pasado.

Digital Agency (€ '000)	1H25	1H26	Var% 1H26/25
Revenues	157.147	184.422	17,4
Cost of sales	-128.348	-153.424	19,5
Gross Margin	28.799	30.998	7,6
CAPEX	0	0	
Staff Cost	-15.820	-19.130	20,9
OPEX	-8.955	-6.796	-24,1
Operational Costs	-24.775	-25.926	4,6
Expected Loss Provision	85	211	147,8
Other Income	177	64	-63,6
EBITDA Before Non Recurring	4.286	5.348	24,8
Non Recurring	-221	-861	289,4
EBITDA	4.065	4.488	10,4

Profitability, %	14,9	17,3
------------------	------	------

Digital Agency (€ '000)	Q125	2Q25	3Q25	4Q25	FY 2025	1Q26	2Q26	Var% 1H26/25
Revenues	72.313	84.834	76.003	94.047	327.196	91.112	93.310	17,4
Cost of sales	-57.422	-70.926	-61.221	-78.999	-268.568	-75.858	-77.566	19,5
Gross Margin	14.891	13.908	14.782	15.048	58.629	15.254	15.744	7,6
CAPEX	0	0	0	140	140	0	0	
Staff Cost	-8.369	-7.451	-9.046	-8.540	-33.407	-9.322	-9.808	20,9
OPEX	-4.372	-4.583	-3.719	-4.269	-16.943	-3.288	-3.508	-24,1
Operational Costs	-12.741	-12.034	-12.766	-12.669	-50.210	-12.610	-13.315	4,6
Expected Loss Provision	-48	133	-3	-3	79	-32	243	147,8
Other Income	101	76	110	56	344	34	31	-63,6
EBITDA Before Non Recurring	2.204	2.083	2.124	2.431	8.841	2.646	2.702	24,7
Non Recurring	-135	-86	-109	-146	-476	-123	-738	289,4
EBITDA	2.068	1.997	2.015	2.285	8.365	2.524	1.964	10,4
Profitability (EBITDA/Gross Margin, %)	14,8	15,0	14,4	16,2	15,1	17,3	17,2	

Digital Agency Gross Margin (€ '000)	Q125	2Q25	3Q25	4Q25	FY 2025	1Q26	2Q26	Var% 1H26/25
Iberia	8.667	7.192	7.887	7.053	30.798	7.604	7.484	-4,9
France	1.731	1.452	1.691	1.540	6.414	1.613	1.995	13,3
Italy	1.129	1.139	862	954	4.085	1.020	1.085	-7,2
Nordics	2.431	2.474	2.643	3.687	11.235	3.322	3.435	37,8
U.K.	367	256	290	297	1.209	256	286	-13,0
Germany	0	165	249	-88	326	304	223	220,2
USA	495	472	662	933	2.563	677	429	14,4
LATAM (Arg, Brs, Col, Mex)	71	758	498	672	1.999	458	808	52,7
Total	14.891	13.908	14.782	15.047	58.629	15.254	15.744	7,6

Digital Agency EBITDA Rec. (€ '000)	Q125	2Q25	3Q25	4Q25	FY 2025	1Q26	2Q26	Var% 1H26/25
Iberia	3.364	1.685	2.243	3.460	10.753	3.597	2.705	24,8
France	536	439	242	416	1.633	113	619	-25,0
Italy	201	143	-9	16	351	238	251	42,2
Nordics	360	388	478	967	2.193	542	585	50,7
U.K.	36	-135	-111	138	-72	-153	-289	346,5
Germany	0	147	124	-254	17	181	-6	19,1
USA	-3	94	-94	596	593	-160	77	-191,0
LATAM (Arg, Brs, Col, Mex)	-296	484	74	194	456	7	344	87,5
Total sin SLAs Corporativos	4.198	3.245	2.947	5.533	15.924	4.366	4.286	16,2

La rentabilidad, medida como EBITDA recurrente, sin costes corporativos, sobre Gross Margin alcanza el 27,2% en media, pero afectada por el desempeño de UK en la primera parte de este año y que cambiará hacia la segunda por reestructuraciones de gastos.

Profitability sin Corporate Cost, %	Q125	2Q25	3Q25	4Q25	FY 2025	1Q26	2Q26
Iberia	38,8	23,4	28,4	49,1	34,9	47,3	36,1
France	31,0	30,2	14,3	27,0	25,5	7,0	31,0
Italy	17,8	12,6	-1,0	1,7	8,6	23,3	23,1
Nordics	14,8	15,7	18,1	26,2	19,5	16,3	17,0
U.K.	9,8	-52,8	-38,3	46,5	-6,0	-59,7	-101,3
Germany		89,5	49,6	289,5	5,2	59,5	-2,6
USA	-0,6	19,9	-14,2	63,9	23,1	-23,5	17,9
LATAM (Arg, Brs, Col, Mex)	-417,5	63,8	14,9	28,9	22,8	1,6	42,7
Total	28,2	23,3	19,9	36,8	27,2	28,6	27,2



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

El lanzamiento de AWAKE viene motivado por las importantes ganancias de eficiencia de órdenes de magnitud que Making Science ya ha logrado gracias a la integración interna de la IA. Al aplicar estos métodos, la firma ha conseguido duplicar la velocidad en el desarrollo de funcionalidades tecnológicas y reducir el tiempo de implantación de los agentes de IA. Este modelo ya ha demostrado su potencial comercial e innovador a través de la aceleración de startups como *ad-machina*, que ha multiplicado su valor por 10 desde que se integró en el ecosistema de Making Science. Estos datos de referencia probados sirven como base

técnica para los dos motores interconectados de AWAKE, que transforman esta eficiencia en un proceso de generación de innovación repetible.

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

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

Awake ha generado un EBITDA de 1,0 millón de euros en el primer semestre de 2026, un 143,5% superior al del primer semestre del año anterior. Esto es el resultado de la nueva estrategia de optimizar el negocio de Georgia (ahora reportado en Awake) con su orientación a clientes rentables y desarrollo de productos internos de inteligencia artificial, hoy agrupados en Awake.

AWAKE (€ '000)	1H25	1H26	Var% 1H26/25
Revenues	5.460	3.793	-30,5
Cost of sales	-2.138	-1.460	-31,7
Gross Margin	3.321	2.333	-29,8
CAPEX	597	521	-12,7
Staff Cost	-2.501	-1.579	-36,9
OPEX	-1.072	-534	-50,2
Operational Costs	-2.975	-1.592	-46,5
Expected Loss Provision	53	33	-37,6
Other Income	15	234	1.458,4
EBITDA Before Non Recurring	414	1.008	143,5
Non Recurring	0	0	
EBITDA	414	1.008	143,5
Profitability, %	12,5	43,2	

AWAKE (€ '000)	Q125	2Q25	3Q25	4Q25	FY 2025	1Q26	2Q26	Var% 1H26/25
Revenues	3.086	2.374	1.661	2.006	9.126	1.849	1.944	-30,5
Cost of sales	-1.088	-1.050	-593	-721	-3.453	-563	-897	-31,7
Gross Margin	1.997	1.324	1.067	1.285	5.674	1.286	1.046	-29,8
CAPEX	311	286	433	297	1.328	269	252	-12,7
Staff Cost	-1.333	-1.168	-975	-833	-4.309	-735	-844	-36,9
OPEX	-628	-444	-494	-466	-2.031	-387	-147	-50,2
Operational Costs	-1.650	-1.325	-1.036	-1.002	-5.013	-853	-738	-46,5
Expected Loss Provision	53	0	-2	44	96	-11	44	-37,6
Other Income	12	3	1	2	18	117	117	1.458,4
EBITDA Before Non Recurring	413	2	31	329	775	539	469	143,5
Non Recurring	0	0	0	0	0	0	0	
EBITDA	413	2	31	329	775	539	469	143,5



RAISING es nuestra nueva división tecnológica para estrategias de marketing con IA. RAISING se compone de nuestras plataformas tecnológicas que combinan la ciencia de datos con la inteligencia artificial para ayudar a nuestros clientes y partners a incrementar sus ventas y mejorar la eficiencia de sus inversiones.

Esto ha sido posible gracias a la inversión continua en Inteligencia Artificial durante más de 8 años, que nos ha permitido desarrollar productos de vanguardia para nuestros clientes como **ad-machina**, reconocida con importantes premios del sector en 2024 por sus casos de uso efectivos en clientes. En el segundo trimestre de este año hemos constituido **Raising Technology AI en USA**, con el propósito del desarrollo más especializado de esta tecnología en ese país.

ad-machina cuenta con más de 110 clientes activos en 20 países, ampliando nuestra presencia internacional. Casi el 30% de nuestros clientes que usan estas tecnologías son empresas internacionales y el interés es creciente. Operamos en todos los mercados (Europa, USA y LATAM) y estos productos **se están comercializando a través de la plataforma Google Cloud Marketplace como Software as a Service (SaaS) con clientes que ya han comprado a través de ella**. En el último trimestre de 2024 se lanzó al mercado la versión **ad-machina for META**, desarrollo cofinanciado por META, y que permite la generación a escala de videos (Reels) gracias a la **Inteligencia Artificial Generativa**.

En el segundo trimestre de 2024 lanzamos **ad-machina corporate**, una **solución diseñada para grandes corporaciones** con un enfoque en la seguridad, el reporting cross-channel y cross-mercado, así como la detección y prevención de anomalías en tiempo real en las campañas de marketing.

En 2025, al igual que en 2023 y 2024, hemos sido reconocidos en la quinta edición de los Google Marketing Partner Awards (GMP) en España con tres galardones, consolidando nuestra posición como referente en el desarrollo de soluciones tecnológicas basadas en inteligencia artificial aplicadas al marketing digital dentro del ecosistema Google Marketing Platform.

En Raising AI estamos invirtiendo en el desarrollo de todas sus posibilidades, utilizando los recursos obtenidos con la venta de las sociedades de Cloud y Ciberseguridad en España. **Su margen bruto alcanzó 1.4 millones de euros en 1H26**, con estacionalidad del primer trimestre, pero siguiendo la tendencia de los últimos trimestres de 2025. Se han incrementado los gastos de personal y administrativos, como consecuencia de acelerar el desarrollo de las potencialidades de Ad machina y su venta tanto en mercados europeos como en USA y LATAM, a pesar de ello, el EBITDA tiene un crecimiento del 32% en el primer semestre respecto al mismo periodo del año anterior.

Raising AI (€ '000)	1H25	1H26	Var% 1H26/25
Revenues	943	1.898	101,3
Cost of sales	-463	-463	0,0
Gross Margin	480	1.435	198,9
CAPEX	1.163	1.308	12,5
Staff Cost	-858	-1.418	65,3
OPEX	-243	-605	149,1
Operational Costs	61	-715	1.272,9
Expected Loss Provision	0	-10	
Other Income	2	8	307,9
EBITDA Before Non Recurring	545	718	31,8
Non Recurring	0	-8	
EBITDA	545	710	30,3
Profitability, %	113,5	50,0	

Raising AI (€ '000)	Q125	2Q25	3Q25	4Q25	FY 2025	1Q26	2Q26	Var% 1H26/25
Revenues	552	391	663	1.031	2.637	809	1.089	101,3
Cost of sales	-318	-145	58	-96	-500	-161	-302	0,0
Gross Margin	234	246	721	935	2.137	647	788	198,9
CAPEX	599	564	275	730	2.168	608	700	12,5
Staff Cost	-458	-400	-525	-597	-1.980	-778	-640	65,3
OPEX	-75	-168	-250	-481	-974	-338	-267	149,1
Operational Costs	65	-4	-501	-348	-787	-508	-208	1.272,9
Expected Loss Provision	0	0	0	0	0	-10	0	
Other Income	1	1	1	2	6	4	4	307,9
EBITDA Before Non Recurring	301	244	222	589	1.356	134	584	31,8
Non Recurring	0	0	0	0	0	0	-8	
EBITDA	301	244	222	589	1.356	134	576	30,3



En este segmento se incluyen los valores generados por el Grupo Ventis adquirido por Making Science el 19 de mayo de 2021, momento en el que se integró en los estados financieros del grupo. Desde su adquisición, Making Science ha reorientado la estrategia y las operaciones de este negocio para lograr un crecimiento rentable. Para ello, ejecutaron un conjunto de iniciativas de reestructuración y mejora operativa a lo largo de 2022 y 2023, centradas en la priorización del margen bruto frente al volumen, redefiniendo la oferta de productos, la racionalización de los costes de desarrollo de software, la optimización de la inversión en marketing digital, mediante herramientas con inteligencia artificial y el rediseño de la logística.

En el primer semestre de 2026, esta línea de negocio facturó 5,2 millones de euros, obteniendo un Margen Bruto de 839 mil euros, un 31% inferior al del primer semestre del año anterior. La disminución en los márgenes es consecuencia de las tendencias del sector y la aplicación de aranceles durante la segunda parte del año pasado. Esperamos una evolución positiva en el año, basada en una estrategia de incrementar la distribución de productos y optimización de costes que han disminuido un 5,4% en personal y un 27% en OPEX.

Investments (€ '000)	1H25	1H26	Var% 1H26/25
<i>Revenues</i>	4.405	5.173	17,4
<i>Cost of sales</i>	-3.188	-4.334	35,9
Gross Margin	1.217	839	-31,1
<i>CAPEX</i>	82	45	-44,5
<i>Staff Cost</i>	-379	-358	-5,4
<i>OPEX</i>	-876	-639	-27,1
Operational Costs	-1.173	-952	-18,8
<i>Expected Loss Provision</i>	0	-3	
<i>Other Income</i>	18	2	-88,8
EBITDA Before Non Recurring	62	-114	-275,6
Non Recurring	0	0	
EBITDA	62	-114	-275,6

Investments (€ '000)	Q125	2Q25	3Q25	4Q25	FY 2025	1Q26	2Q26	Var% 1H26/25
Revenues	2.509	1.896	2.361	3.424	10.189	2.584	2.588	17,4
Cost of sales	-1.791	-1.397	-1.853	-2.591	-7.632	-2.133	-2.201	35,9
Gross Margin	718	499	508	833	2.558	451	388	-31,1
CAPEX	41	41	34	27	144	23	23	-44,5
Staff Cost	-183	-196	-210	-197	-786	-193	-165	-5,4
OPEX	-515	-361	-405	-414	-1.694	-343	-295	-27,1
Operational Costs	-656	-516	-581	-583	-2.335	-514	-438	-18,8
Expected Loss Provision	0	0	0	-18	-18	-2	-2	
Other Income	1	17	1	7	25	2	0	-88,8
EBITDA Before Non Recurring	61	1	-72	238	230	-62	-52	-284,1
Non Recurring	0	0	0	0	0	0	0	
EBITDA	61	1	-72	238	230	-62	-52	-284,1

Corporate Center

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

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

Corporate Center (€ '000)	Q125	2Q25	3Q25	4Q25	FY 2025	1Q26	2Q26	Var% 1H26/25
Revenues	2.886	3.106	2.831	5.494	14.315	877	75	-84,1
Cost of sales	-4.930	-3.744	-4.157	-5.113	-17.943	-1.211	-684	-78,2
Gross Margin	-2.044	-638	-1.326	381	-3.628	-334	-609	-64,8
CAPEX	342	560	790	184	1.876	500	483	9,0
Staff Cost	-1.178	-1.219	-1.413	-2.549	-6.358	-909	-979	-21,2
OPEX	2.928	1.869	1.935	1.912	8.645	763	486	-74,0
Operational Costs	2.093	1.211	1.313	-453	4.163	354	-10	-89,6
Expected Loss Provision	0	0	0	205	205	10	-5	
Other Income	25	28	40	20	113	27	22	-7,1
EBITDA Before Non Recurring	73	600	26	153	853	57	-603	-181,0
Non Recurring	-369	-513	-2.085	-3.152	-6.119	-43	-50	-89,4
EBITDA	-296	87	-2.059	-2.999	-5.266	14	-653	206,4

Operaciones Corporativas

- a) El 20 de marzo de 2026, en una Junta Extraordinaria de Accionistas se aprobó la distribución de un dividendo con cargo al resultado del ejercicio 2025, por importe de 2.000.000,00 € (dos millones de euros). El 30 de abril se pagó un dividendo bruto de €0,22218472 por acción o el equivalente a €0,17996963 de dividendo neto, aplicando una retención fiscal del 19%.
- b) El 30 de junio de 2026 se aprobó en Junta Extraordinaria de Accionistas la emisión de un máximo de 60 obligaciones convertibles en acciones de la Sociedad, por importe nominal de 100.000 euros, cada una de ellas, con exclusión del derecho de suscripción preferente de los accionistas. La emisión aprobada asciende a un importe nominal máximo total de 6.000.000 euros, estructurada en dos tramos: un primer tramo de 4.000.000 euros y un segundo tramo de 2.000.000 euros, a emitir y desembolsar en el plazo de seis meses desde la fecha de emisión del primer tramo. Las obligaciones tendrán un vencimiento de 60 meses desde la fecha de suscripción y desembolso del primer tramo y un precio de conversión de 10,00 euros por acción. El primer tramo ha sido ejecutado en esa misma fecha.

Gastos no recurrentes

En el primer semestre de 2026, los gastos no recurrentes se han concentrado en costes de personal asociados a procesos de reorganización y retribuciones variables extraordinarias en Digital Agency, y en gastos del centro corporativo por operaciones en estudio.

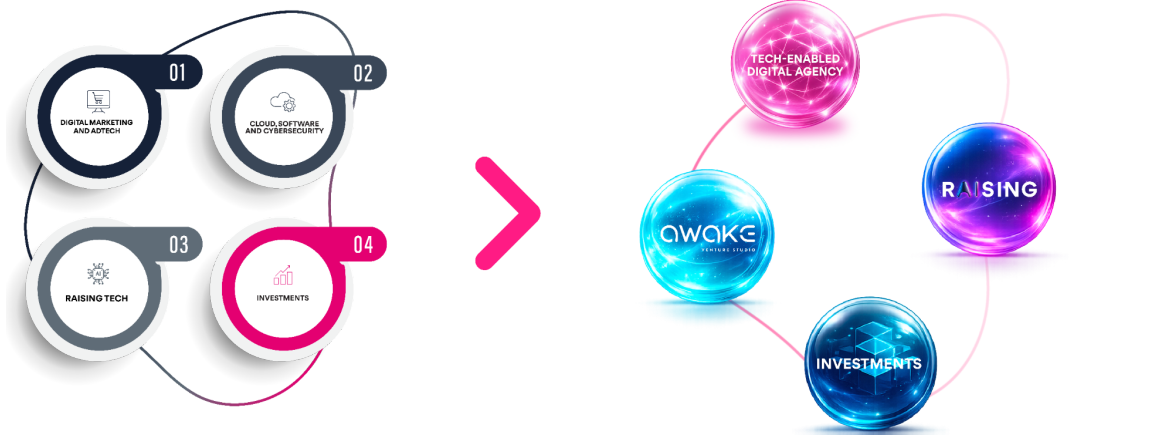
Gastos no Recurrentes (€ '000)	1Q26	2Q26
Digital Agency	-123	-738
Awake	0	0
Raising	0	-8
Investment	0	0
Corporate Center	-43	-50
Total	-166	-796

Cambios en la presentación de la información de Making Science Group

Making Science reporta, a partir de este año 2026, su información financiera con cambios en sus segmentos primarios y secundarios, siguiendo la estructura de gestión del Grupo para sus distintos negocios.

Segmentación Primaria

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



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

€ '000 - IFRS	MSG Consolidated			Core Business			e-Commerce		
	Jan-Dec 24	Jan-Dec 25	Var %	Jan-Dec 24	Jan-Dec 25 /ar %		Jan-Dec 24	Jan-Dec 25	Var %
Revenues	274.008	374.657	36,7	262.649	364.468	38,6	11.359	10.189	-10,3
Cost of Sales	-202.807	-298.697	47,3	-195.608	-291.065	48,8	-7.201	-7.631	6,0
Gross Margin	71.201	75.960	6,7	67.042	73.402	9,5	4.159	2.558	-38,5
Personnel	-49.598	-52.834	6,5	-48.680	-52.049	6,9	-908	-786	-13,5
Opex	-14.342	-15.061	6,5	-11.018	-13.367	21,3	-3.124	-1.694	-45,8
Capex	5.404	5.654	4,6	5.207	5.510	5,8	196	144	-26,4
Operat. Cost	-58.326	-62.241	6,7	-54.491	-59.907	9,9	-3.836	-2.335	-39,1
Exp. Loss	630	362	-42,5	592	380	-35,6	36	-18	-148,3
Other Income	816	806	-25,7	674	580	-13,9	144	25	-82,4
EBITDA rec.	14.320	14.687	2,6	13.818	14.456	4,6	503	230	-54,2

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



Los principales cambios respecto al modelo anterior son:

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

Cambios en la Segmentación Primaria



Cambios en la Segmentación Secundaria

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

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

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

GRACIAS



**making
science**