

Actualidad e Investigación sobre Marketing, Publicidad, Empresa y Tecnología



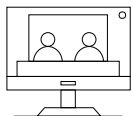
El anuncio de Freixenet 2015 para esta Navidad ya está aquí



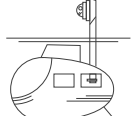
Este es el Mapa de la Publicidad en Madrid



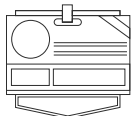
ACTUALIDAD



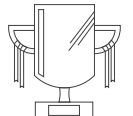
TELEVISIÓN



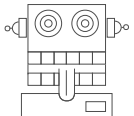
REPORTAJES



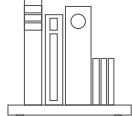
AGENDA



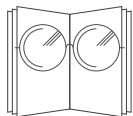
ESPECIALES



ABENOHAWA



BIBLIOTECA



DICCIONARIO



RW EMPLEO

Inicio » Actualidad » Sector » Territorio Creativo supera los 5 millones de facturación

Territorio Creativo supera los 5 millones de facturación

- La agencia evoluciona favorablemente en facturación y crece un 23% en el 2014 frente a 2013; y un 44% en 2013 frente a 2012
- Cierra 2014 con 68 personas, un incremento de 13 profesionales respecto al año 2013

27/10/2015 - 12:30

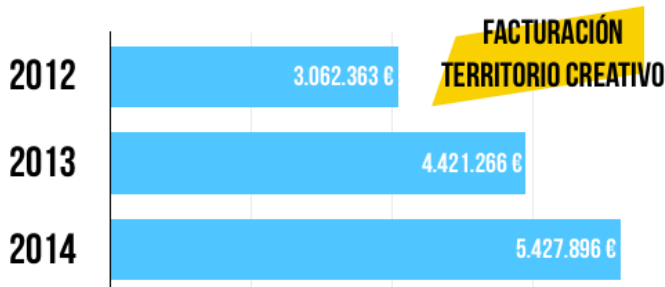
Redacción



Llegando a los últimos meses del año empezamos a hacer balance. Y es ahora cuando tenemos clara la salud financiera de las agencias del sector respecto al año 2014.

Territorio Creativo cerró un buen 2014. La [agencia de publicidad digital](#) que tiene por clientes a Toyota, Toys 'R' Us, DIA, Spotify o MásMóvil recibió además el Premio a la Mejor campaña en Social Media en los [eAwards 2014](#).

Si analizamos la evolución de los últimos tres ejercicios contables, la empresa está creciendo considerablemente. En concreto **un 23% en el 2014 frente a 2013**; y un 44% en 2013 frente a 2012.



Pese a estos números tan completos, la empresa ha disminuido su rentabilidad. En concreto el

SUSCRÍBETE A LA NEWSLETTER

Correo electrónico

ENVIAR

NOTICIAS EN PORTADA



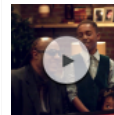
CAMPAÑAS

Las protagonistas del anuncio de #Freixenet2015 canibalizan la propia marca



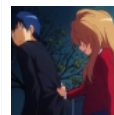
SECTOR

La Generación Z es el nuevo reto para las marcas



CAMPAÑAS

Apple felicita la navidad de la mano de Stevie Wonder



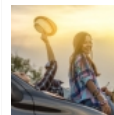
SOCIEDAD Y CONSUMO

Un nuevo cliente cuesta cinco veces más que retenerlo



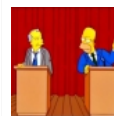
TECNOLOGÍA

España está preparada para los clientes del futuro



EMPRESA

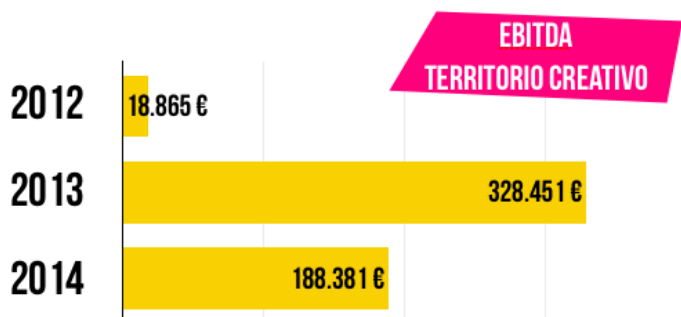
BlaBlaCar podrá seguir operando



SOCIAL MEDIA

El debate político se pasa a Twitter con emojis de los partidos

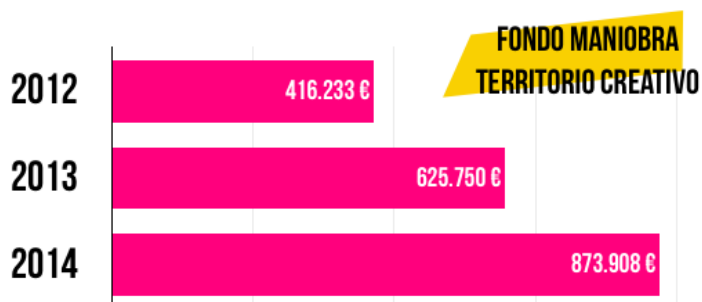
EBITDA presentado en las cuentas generales **ha supuesto un 3,47% de las ventas del año 2014** en comparación al 7,43% del año 2013. (Esto se explica por un menor margen bruto y mayor coste de personal que supone 2 puntos más sobre ventas respecto al 2013).



En cuanto al fondo de maniobra, la empresa presenta cifras muy buenas. En concreto **873.908€**. Esto se debe principalmente a la disminución de las deudas a corto plazo a razón de 100.000 euros por año y al aumento de ventas que hace que la partida de clientes sea mayor.

Recordemos que el fondo de maniobra es una cifra que obtenemos al restar el activo corriente (2.673.104,88€) frente al pasivo corriente (1.799.196,93€) y su traducción más rápida sería "cuál es resultado de restar lo que tiene menos lo que debe".

Y en cuanto a la evolución de este indicador, nos encontramos con valoraciones muy positivas, porque en los últimos tres años la evolución ha sido notable.



En cuanto a las cifras de contratación de personal, **Territorio Creativo** presentó un cierre de 2014 con un equipo formado por 68 personas. Lo que supone un incremento de 13 profesionales respecto al año 2013.



Y para las 68 personas en plantilla se ha destinado la cantidad de **1.853.058€ con una inversión media por empleado de 27.387€** (1.660€ más que en 2013). La facturación media por empleado fue de 80.223€ (171€ más que en 2013)

Seguimos pendientes del ranking de empresas de 2014, pero no está de más recordar que a cierre de 2013 **Territorio Creativo** ocupa **la posición 30.754 de ranking nacional**, la 6.520 de ranking provincial en Madrid y la 218 de ranking sectorial de agencias de publicidad.

Información elaborado por **Reason Why** en colaboración con **ASFI** presentando los datos recogidos desde eInforma.



SUSCRÍBETE A LA NEWSLETTER

Correo electrónico

ENVIAR

NOTICIAS RELACIONADAS



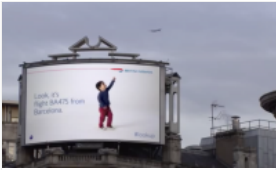
La lista oficial de los anuncios digitales más efectivos del mundo



La escuela de negocios Foxize School tiene nuevo CEO: Albert Garcia Pujadas



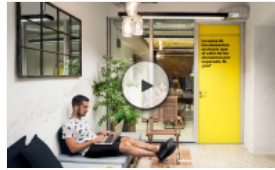
La Publicidad Contextual alcanza un CTR cercano al 8%



British Airways busca agencia para su cuenta digital global



La Asociación de Agencias Digitales reelige a Juan Luis Polo como Presidente



BTOB evoluciona y lanza The HUB y hablamos con Fernando Lázaro

COMENTARIOS

AÑADIR NUEVO COMENTARIO

Su nombre *

Correo electrónico *

El contenido de este campo se mantiene privado y no se mostrará públicamente.

Comentario *

ENVIAR

SECTOR

Outbrain lanza la Guía "A-Z" del content marketing

25 de Noviembre

"Re-marca": el juego del Foro de Marcas que reconstruye las marcas españolas

25 de Noviembre

Este es el Mapa de la Publicidad en Madrid

24 de Noviembre



SECTOR

Redacción

La Generación Z es el nuevo reto para las marcas

Un reciente informe revela las principales particularidades que caracterizan...



SECTOR

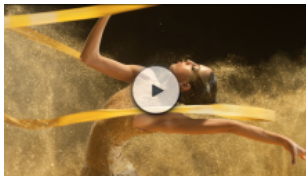
Noelia Suárez

El sector opina sobre el nuevo anuncio de Freixenet

El equipo español de gimnasia rítmica ha brillado en el anuncio de Freixenet...

Hoy a las 02:11

Hoy a las 05:11



CAMPAÑAS

Juan Antonio Marín

El anuncio de Freixenet 2015 para esta Navidad ya está aquí



SECTOR

Redacción

Este es el Mapa de la Publicidad en Madrid



DIGITAL

Redacción

Hawkers vende su Black Friday a Amazon y Privalia



CAMPAÑAS

Juan Antonio Marín

Así se hizo "Brillar", el nuevo anuncio de Freixenet

Email: info@reasonwhy.es
Teléfono: +34 91 805 71 72
Calle Elfo 39 Edificio 5. Madrid



© 2012-2015

DESCARGA NUESTRO DOSSIER

- AUTORES
- PUBLICIDAD
- CONTACTO
- ANÓNIMOS

POLÍTICA DE PRIVACIDAD
INFORMACIÓN LEGAL

Medio de Comunicación Auditado por: