Cosmética

El gigante galo L'Oréal desploma su beneficio un 33% en 2015 pese a incrementar sus ventas

Modaes
11 feb 2016 - 19:06

L'Oréal desploma su beneficio. El gigante francés de la cosmética registró una caída del 32,8% en su beneficio en el ejercicio 2015, que situó en 3.297 millones de euros, frente a los 4.910,2 millones de euros del ejercicio anterior. Este severo retroceso se produjo pese al incremento de sus ventas, que se impulsaron un 12,1% en el mismo periodo.

La facturación de L'Oréal en el ejercicio 2015 alcanzó 25.257,4 millones de euros. Por divisiones, el negocio del lujo se situó en 7.230 millones de euros el pasado ejercicio, con un alza del 16,7%. La segunda división con un mayor crecimiento en 2015 fue la de productos profesionales, con un incremento del 12,1% y 3.399,7 millones de euros de facturación. Por su parte, las ventas en los productos para el gran consumo aumentaron un 10%, hasta 11.844,2 millones de euros.

Por mercados, L'Oréal creció un 23,5% en Norteamérica el pasado año, hasta 6.654,4 millones de euros. En Europa Occidental, el aumento de las ventas fue más moderado, del 4,5%, situándose en 8.042,7 millones de euros.

En los últimos meses, L'Oréal ha confirmado su apuesta por mercados tradicionales como el estadounidense, donde recientemente se ha hecho con trece tiendas del distribuidor **Raylon Corporation**, principal competidor de **Estée Lauder**. Las operaciones corporativas siguen presentes en la estrategia de la multinacional, que ahora puja por hacerse con las fragancias de **Dolce&Gabbana**, anteriormente gestionadas por **Procter&Gamble**.

En los mercados emergentes, la evolución del grupo en 2015 fue desigual. Mientras

Modaes

que el crecimiento de **L'Oréal** en África y Oriente Medio se disparó un 28,1%, hasta 727,9 millones de euros en 2015, las ventas en Europa del Este cayeron un 3,5%, registrando 1.530,4 millones de euros.