

São Paulo, 11 de agosto de 2022.

2T22: Vendas estabilizaram em moeda constante, ainda impactadas pelo ambiente macroeconômico; lucratividade impactada pela pressão de custos

*América Latina retoma crescimento, impulsionada pelo forte desempenho da Natura;
Aēsop registra mais um trimestre de crescimento sólido
Desempenho da Avon International é impactado pela Rússia, tendências de melhoras
são observadas em outros mercados
The Body Shop registra forte declínio devido a um ambiente macroeconômico
desafiador e um cenário fraco no varejo*

- **A receita líquida consolidada no 2T22** totalizou R\$8,7 bilhões, -8,6% vs. 2T21 em reais e +0,4% em moeda constante ("CC"). A América Latina registrou um aumento de vendas de +5,6% em CC vs. 2T21, enquanto o desempenho da Avon International melhorou na maioria das regiões (-5,8% em CC, excluindo Rússia e Ucrânia). A The Body Shop ainda mostra tendência de queda em relação a 2021, uma vez que a lenta recuperação do varejo não compensou a desaceleração da The Body Shop At Home e do e-commerce.
- **O EBITDA ajustado do 2T22** foi de R\$694,9 milhões com margem de 8,0% (-50 pbs vs. 2T21), uma vez que o desempenho estável na América Latina e despesas corporativas menores foram compensadas pela desalavancagem das vendas da The Body Shop e pelos investimentos para crescimento da Aēsop.
- **Sólida posição de caixa no final do trimestre de R\$ 4,3 bilhões e gestão contínua dos passivos.** Dívida líquida sobre EBITDA de 2,46x no trimestre vs. 1,43x no 2T21 e 2,13x no 1T22. Os *bonds* de 2023 da Avon foram totalmente resgatados com o *bond* de 2029, de US\$600 milhões, emitido em abril. Além disso, a Natura emitiu R\$826,0 milhões em debêntures com vencimento em 2027, substituindo parcialmente as emissões de 2022/2024 e estendendo o prazo médio de vencimento da dívida.
- **Prejuízo Líquido de R\$766,7 milhões no trimestre**, impactado principalmente pelo menor EBITDA e por maiores despesas financeiras. O lucro líquido do ano passado foi beneficiado por ganhos relacionados à integração da Avon. O Lucro Líquido *Underlying* foi de R\$(261,5) milhões vs. R\$482,2 milhões no 2T21.
- **Rússia e Ucrânia:** Além dos impactos da guerra na Ucrânia nas receitas da Avon International e The Body Shop, a companhia incorreu em custos não-recorrentes de R\$42,1 milhões, principalmente relacionados à saída da The Body Shop da Rússia.

Resultado Consolidado (R\$ Milhões)	2T-22	2T-21	Δ	1S-22	1S-21	Δ
Receita Líquida	8.702,4	9.517,2	-8,6%	16.955,7	18.972,2	-10,6%
Varição em Moeda Constante			0,4%			-2,0%
Lucro Bruto	5.485,6	6.200,8	-11,5%	10.793,3	12.331,5	-12,5%
<i>Margem Bruta</i>	63,0%	65,2%	-220 pbs	63,7%	65,0%	-130 pbs
EBITDA Ajustado	694,9	811,2	-14,3%	1.290,5	1.774,4	-27,3%
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	8,0%	8,5%	-50 pbs	7,6%	9,4%	-180 pbs
Lucro (Prejuízo) Líquido Atribuído aos Acionistas Controladores	(766,7)	234,8	-426,5%	(1.409,8)	79,7	-1869,5%
<i>Margem Líquida</i>	-8,8%	2,5%	-1130 pbs	-8,3%	0,4%	-870 pbs

Fábio Barbosa, CEO do grupo Natura & Co, afirma:

"Os resultados do segundo trimestre de Natura & Co refletem o ambiente difícil em que estamos operando, marcado pela inflação alta que vem pressionando os gastos dos consumidores, interrupções na cadeia de suprimentos e a contínua incerteza macroeconômica e geopolítica. Mas os resultados também refletem questões estruturais de nosso Grupo, as quais identificamos claramente e já começamos a endereçar.

Em minhas primeiras semanas como CEO do Grupo, me concentrei principalmente em duas prioridades: a primeira é redesenhar a estrutura organizacional de Natura & Co, para torná-la mais leve e enxuta. Nesta fase, mapeamos uma economia anual significativa na holding. Se a Companhia tivesse implementado essas mudanças no ano passado, o impacto teria sido uma redução anualizada de pelo menos 40% nas despesas corporativas recorrentes. Outras mudanças e economias estimadas serão anunciadas mais adiante. A segunda é a revisão do modelo de governança e de novas formas de trabalho em Natura & Co, com a holding fortemente concentrada na definição de indicadores-chave de desempenho, monitoramento e acompanhamento do desempenho de marcas mais autônomas, liderança na alocação de recursos dentro do Grupo e continuidade da nossa Visão de Sustentabilidade 2030 - Compromisso com a Vida. Estamos confiantes de que uma estrutura mais enxuta e ágil, construída sobre uma base sólida de responsabilidade por resultados, capacitará as Unidades de Negócios a responder com agilidade aos seus atuais desafios estratégicos e de mercado. Ao mesmo tempo, estamos altamente focados em melhorar os fundamentos de nossos negócios de baixo desempenho, que consideramos nosso principal desafio e mais importante alavanca de melhoria dos resultados.

Embora nossa expectativa seja de que as receitas dos nossos negócios apresentem tendência de melhora no segundo semestre do ano, acreditamos que os desafios macroeconômicos persistirão e que nossas margens permanecerão pressionadas no curto prazo. Nesse contexto, nossa clara e imediata prioridade é focar nas margens e no fluxo de caixa operacional. As equipes de todas as nossas marcas e negócios estão mobilizadas e incentivadas em torno desses objetivos claros."

Principais Resultados Financeiros por Unidade de Negócio

	2T-22 vs. 2T-21					1S-22 vs. 1S-21				
	Receita Líquida (R\$ milhões)	Δ % Moeda Reportada	Δ % CC	Margem EBITDA Ajustada	Δ EBITDA Ajustado	Receita Líquida (R\$ milhões)	Δ % Moeda Reportada	Δ % CC	Margem EBITDA Ajustada	Δ EBITDA Ajustado
Consolidado	8.702,4	-8,6%	0,4%	8,0%	-50 pbs	16.955,7	-10,6%	-2,0%	7,6%	-180 pbs
Natura &Co Latam	5.555,0	0,4%	5,6%	10,8%	0 pbs	10.306,6	-3,9%	1,9%	10,0%	-150 pbs
Avon International	1.643,8	-25,4%	-11,4%	3,3%	-100 pbs	3.485,7	-23,7%	-10,7%	3,7%	-50 pbs
The Body Shop	909,4	-25,3%	-11,8%	3,3%	-970 pbs	1.926,8	-24,1%	-13,9%	4,9%	-900 pbs
Aesop	594,2	5,7%	24,5%	16,2%	-480 pbs	1.236,6	7,7%	22,9%	19,1%	-480 pbs

• **Natura &Co Latam:** A receita líquida do 2T22 cresceu +0,4% em reais e +5,6% em CC, impulsionada pelo crescimento de dois dígitos da marca Natura, parcialmente compensado pela queda da marca Avon, embora continue apresentando uma tendência de melhora desde o 3T21, particularmente na categoria de beleza.

- **Marca Natura na América Latina:** A receita líquida aumentou +12,2% no 2T22 em reais e +14,8% em CC, com forte impulso no Brasil e contínuo crescimento na América Latina. **No Brasil**, a receita líquida foi de +14,3% no 2T22, apoiada por uma aceleração na produtividade das consultoras, com aumento de +17,5% no 2T. **Na América Hispânica**, a receita líquida cresceu +8,8% em reais e +15,5% em CC. O crescimento foi impulsionado principalmente por Argentina e Colômbia, compensando uma queda no Chile. Excluindo a Argentina, a receita dos mercados hispânicos subiu um dígito em CC, ante uma forte base de comparação do 2T21 (+65,4% vs. 2T20 em CC, excluindo Argentina). A marca Natura foi classificada mais uma vez como a marca de cosméticos mais forte do mundo pelo índice Brand Finance.
- **Marca Avon na América Latina:** A receita líquida caiu -12,8% no 2T22 em reais e -5,0% em CC. **No Brasil**, a receita líquida melhorou sequencialmente desde o 3T21, mas ainda apresentou queda de -10,7% no 2T22. Isso se deve principalmente a uma queda de -31% nas vendas de Moda e Casa ("M&C"). As vendas das categorias de beleza aumentaram quase +5% no trimestre, com ganho de dois dígitos de produtividade (apenas para categoria de beleza). **Nos mercados hispânicos**, a receita líquida foi de -13,9% no 2T22 em reais e -2,8% em CC, refletindo uma base comparável muito forte no 2T21 (+68,0% vs. 2T-20 em CC) e menores vendas no segmento M&C. O novo modelo comercial está apresentando avanços significativos no Equador e na Colômbia, com crescimento de vendas e melhora sequencial no número de representantes, atividade e produtividade.
- **A margem EBITDA ajustada do 2T de Natura &Co Latam** foi de 10,8%, estável em relação ao ano anterior, suportada por sinergias, gestão de receitas e rigorosa disciplina financeira, e compensada pelo impacto da desalavancagem das vendas da Avon, inflação de matérias-primas e efeitos de cambiais desfavoráveis. A Avon foi impactada pelos efeitos contínuos do plano de transformação, inflação mais alta e despesas com logística.

• Avon International

- **A receita líquida do 2T** apresentou queda de -25,4% em reais e -11,4% em CC, principalmente impactada pela guerra na Ucrânia (excluindo Rússia e Ucrânia, as vendas caíram -5,8% em CC), pela baixa confiança¹ do consumidor e erosão do poder de compra das famílias na Europa², bem como menos representantes também na Europa. Esses efeitos foram parcialmente mitigados por um plano agressivo de gestão de receita em todos os mercados. Os fundamentos de negócios da Avon continuaram a melhorar à medida que o novo modelo comercial resultou em maior produtividade e atividade, bem como na estabilização do número de representantes fora da Europa.
- **A margem EBITDA ajustada do 2T** foi de 3,3%, -100 pbs vs. 2T21, devido a uma pressão de custos substancialmente maior, ao impacto da guerra na Ucrânia e a volumes mais baixos, principalmente nos mercados europeus. Estes efeitos foram parcialmente compensados por uma estratégia eficaz de gestão de receitas em todos os mercados e pela redução de custos resultante de uma rígida disciplina financeira e de um modelo operacional mais enxuto.

• The Body Shop

- **A receita líquida do 2T** caiu -25,3% em reais e -11,8% em CC, impactada principalmente pela forte queda das vendas de The Body Shop At Home ("TBSAH") e do e-commerce, resultado do rebalanceamento dos canais pós *lockdown*, enquanto a recuperação progressiva do varejo não foi suficiente para compensar esta queda. A receita das lojas aumentou em relação ao ano passado e melhorou em relação ao 1T22, com um movimento crescente embora em um ritmo mais lento do que o esperado, e ainda abaixo dos níveis do 2T19. As vendas para franqueados registraram queda no segundo trimestre, mas as vendas dos franqueados já apresentaram aumento mês após mês, reduzindo ainda mais seus estoques à medida que se recuperam dos *lockdowns*.
- **A margem EBITDA ajustada do 2T** foi de 3,3%, -970 pbs vs. 2T21, impulsionada por menores volumes e mix de canais, devido à queda da TBSAH e do e-commerce, além de menores vendas para os franqueados. Para enfrentar esses desafios durante o segundo semestre, a administração tem se concentrado em ações para impulsionar a melhoria das margens, incluindo: i) alavancar investimentos recentes para aumentar a produtividade das lojas, especialmente no crítico quarto trimestre; ii) a contínua otimização da rede de lojas; iii) melhoria de margens com foco no mix de categorias (cuidados com a pele) e iv) gestão de receitas, bem como uma revisão detalhada das despesas administrativas, gerais e de vendas.

¹ O Índice de Confiança do Consumidor da OCDE em junho de 2022 foi de 96,5, comparado a 100,4 em junho de 2021. Fonte: <https://data.oecd.org/leadind/consumer-confidence-index-moeda-constante1.htm>

² "Os preços dispararam em 2022, correndo o poder de compra". Fonte: <https://economic-research.bnpparibas.com/html/en-US/European-household-amp-constantec-int-turbulent-story-6/28/2022/46510>

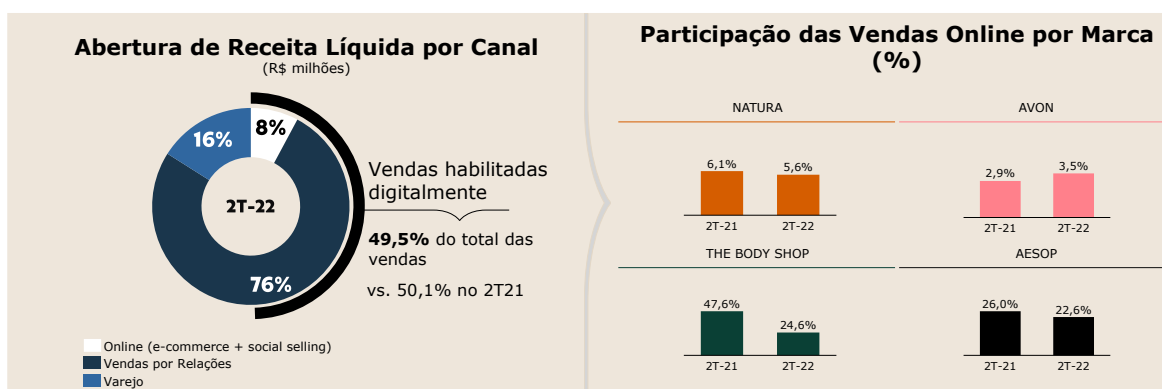
• Aesop

- **A receita líquida do 2T** aumentou +5,7% em reais e +24,5% em CC, sobre uma base de comparação muito forte no 2T21 (+40,2% vs. 2T20, em CC). Todas as regiões apresentaram crescimento de dois dígitos, lideradas pela América do Norte e APAC. A Aesop continua registrando crescimento de vendas comparáveis acima da média, melhorando a produtividade geral das lojas, enquanto continua expandindo para novas cidades, como Madri (Espanha) e Cambridge (Reino Unido), bem como em mercados existentes, como Japão, Coréia do Sul, Canadá e Austrália.
- **A margem EBITDA ajustada do 2T** foi de 16,2%, -480 pbs comparada ao 2T21, resultado principalmente dos maiores investimentos planejados em digitalização, novas categorias e geografias (principalmente China, com o lançamento ainda esperado para o 4T22), e recursos humanos para impulsionar um crescimento futuro sustentável.

Vendas Digitais

As vendas habilitadas digitalmente, que incluem vendas online (e-commerce + social selling) e vendas por relações por meio dos nossos principais aplicativos digitais, alcançaram 49,5% da receita total, em comparação a 50,1% no 2T21, com crescimento contínuo na Natura e na Avon.

Vendas por relações utilizando aplicativos digitais: Na Avon International, a penetração do aplicativo Avon On (representantes ativas que fizeram login pelo menos uma vez nas últimas três campanhas) atingiu 23% no 2T22, em comparação a quase 16% no 2T21. Na Natura América Latina, o número médio de consultoras compartilhando conteúdo aumentou para 28% neste trimestre, comparado a 24% no 2T21, enquanto os pedidos por meio de mais de 1,5 milhão de lojas online de consultoras aumentaram 29% na região.



&Co Pay na Natura apresentou forte crescimento tanto no número de contas, atingindo aproximadamente 460.000, quanto no Volume Total de Pagamentos ("TPV"), que atingiu R\$5,3 bilhões no trimestre (R\$7,5 bilhões no 1º semestre). Todos os pagamentos de vendas diretas e e-commerce na Natura Brasil já são capturados e processados pelo &Co Pay, e um piloto está em andamento no Brasil como parte dos preparativos para lançá-lo nas operações de varejo e para representantes da Avon no segundo semestre. As consultoras da Natura que utilizam a plataforma geralmente registram maior nível de atividade e menor inadimplência.

Inovação

- **A Natura** lançou o Sérum Preenchedor Biohidratante Chronos, um sérum intensificador de ácido hialurônico que hidrata todas as camadas da pele para preencher rugas e dar volume. A fórmula contém fevillea, um ingrediente da biodiversidade brasileira.
- **A The Body Shop** lançou o Glow Revealing Serum. Este produto de cuidados com a pele é feito com 10% de vitamina C, nossa maior concentração já registrada. Tornou-se o número 1 dos novos produtos mais vendidos por unidade.
- **A Avon International** lançou sua primeira fragrância personalizada Eve Privé. É preparada com uma tecnologia personalizável de almíscar que eleva os efeitos da química da pele, adapta-se a ela e cria uma fragrância completamente única para cada pessoa.
- **A Aesop** desenvolveu, em colaboração com o famoso designer de moda Rick Owens, kits de viagem sofisticados com as formulações favoritas de Owen em uma embalagem ecológica.

Atualização sobre a guerra na Ucrânia

Nossa principal preocupação como Grupo global com operações na Ucrânia continua sendo a proteção e a segurança de nossos colaboradores e representantes que enfrentam violência e perdas.

A The Body Shop e a Aesop suspenderam os negócios na Rússia. A Avon suspendeu as exportações da Rússia e mantém operações locais em apoio às representantes que atuam como empreendedoras independentes; acreditamos que restringir o acesso de nossa rede aos produtos geraria um impacto desproporcional às mulheres e crianças da região.

Sanções globais sobre determinados setores e partes da indústria na Rússia, bem como quaisquer possíveis respostas que possam ser dadas pelos governos da Rússia ou de outras jurisdições, podem afetar negativamente nossos negócios.

Nas demonstrações financeiras consolidadas de 30 de junho de 2022, os impactos não recorrentes da suspensão das operações da The Body Shop na Rússia totalizaram R\$42,1 milhões no EBITDA (R\$36,3 milhões na The Body Shop e R\$5,8 milhões na Avon)

consolidado, divulgado como um ajuste *non-GAAP*. Estamos monitorando continuamente os desdobramentos da situação para avaliar quaisquer possíveis impactos futuros que resultem desta crise.

1. Análise de Resultado

A segmentação do Grupo é composta de:

- Natura &Co Latam, que inclui todas as marcas na região: Natura, Avon, The Body Shop e Aesop
- Avon Internacional, que inclui todos os mercados, excluindo América Latina
- The Body Shop, ex-América Latina e,
- Aesop, ex-América Latina

Adicionalmente, os resultados e análises para os períodos de comparação incluem os efeitos da avaliação do valor justo de mercado, em decorrência da combinação de negócios com a Avon, conforme o *Purchase Price Allocation – PPA*



R\$ milhões	Resultado por Segmento de Negócio														
	Consolidado ^a			Natura &Co Latam ^b			Avon Internacional			The Body Shop			Aesop		
	2T-22 ^c	2T-21 ^c	Var. %	2T-22 ^c	2T-21 ^c	Var. %	2T-22 ^c	2T-21 ^c	Var. %	2T-22	2T-21	Var. %	2T-22	2T-21	Var. %
Receita Bruta	11.271,7	12.232,6	(7,9)	7.284,4	7.347,9	(0,9)	2.099,7	2.644,7	(20,6)	1.220,7	1.612,4	(24,3)	666,9	628,0	6,2
Receita Líquida	8.702,4	9.517,2	(8,6)	5.555,0	5.533,7	0,4	1.643,8	2.204,0	(25,4)	909,4	1.217,6	(25,3)	594,2	561,9	5,7
CMV	(3.216,8)	(3.316,4)	(3,0)	(2.274,0)	(2.177,4)	4,4	(678,2)	(842,3)	(19,5)	(204,6)	(244,0)	(16,2)	(60,0)	(52,6)	14,0
Lucro Bruto	5.485,6	6.200,8	(11,5)	3.281,0	3.356,2	(2,2)	965,5	1.361,7	(29,1)	704,9	973,5	(27,6)	534,2	509,3	4,9
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(3.856,7)	(4.248,1)	(9,2)	(2.167,3)	(2.226,5)	(2,7)	(762,4)	(1.000,9)	(23,8)	(604,1)	(720,7)	(16,2)	(322,9)	(300,0)	7,6
Despesas Adm., P&D, TI e Projetos	(1.491,1)	(1.671,4)	(10,8)	(756,6)	(741,2)	2,1	(315,1)	(489,4)	(35,6)	(232,8)	(266,6)	(12,7)	(187,5)	(165,4)	13,4
Despesas Corporativas ^d	(88,7)	(148,4)	(40,2)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outras Receitas/(Despesas) Operacionais, Líquidas	93,6	(20,6)	(555,0)	18,7	(6,5)	(385,8)	111,1	1,3	8.464,3	(38,5)	(17,3)	122,4	2,2	1,9	17,6
Custos de Transformação/ Integração / Reestruturação do Grupo	(281,6)	(181,3)	55,4	(99,9)	(37,8)	164,1	(25,5)	(127,3)	(79,9)	-	-	-	-	-	-
Depreciação	629,7	698,9	(9,9)	226,0	215,8	4,7	168,6	221,6	(23,9)	164,6	189,7	(13,2)	70,5	72,0	(2,1)
EBITDA	490,7	630,0	(22,1)	501,8	560,0	(10,4)	142,2	(33,0)	(530,8)	(5,8)	158,6	(103,7)	96,5	117,8	(18,1)
Depreciação	(629,7)	(698,9)	(9,9)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Receitas/(Despesas) Financeiras, Líquidas	(426,8)	(205,5)	107,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lucro antes do IR/CSLL	(565,8)	(274,4)	106,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Imposto de Renda e Contribuição Social	(135,1)	527,4	(125,6)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Operações descontinuadas ^e	(66,1)	(20,8)	217,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lucro Líquido Consolidado	(767,0)	232,2	(430,3)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Participação dos Acionistas Não Controladores	0,2	2,6	(90,5)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lucro líquido atribuído aos acionistas controladores	(766,7)	234,8	(426,5)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Margem Bruta	63,0%	65,2%	-220 pbs	59,1%	60,7%	-160 pbs	58,7%	61,8%	-310 pbs	77,5%	80,0%	-250 pbs	89,9%	90,6%	-70 pbs
Desp. com Vendas, Marketing e Logística/Receita Líquida	44,3%	44,6%	-30 pbs	39,0%	40,2%	-120 pbs	46,4%	45,4%	100 pbs	66,4%	59,2%	720 pbs	54,4%	53,4%	100 pbs
Desp. Adm., P&D, TI e Projetos/Receita Líquida	17,1%	17,6%	-50 pbs	13,6%	13,4%	20 pbs	19,2%	22,2%	-300 pbs	25,6%	21,9%	370 pbs	31,6%	29,4%	220 pbs
Margem EBITDA	5,6%	6,6%	-100 pbs	9,0%	10,1%	-110 pbs	8,6%	(1,5)%	1010 pbs	(0,6)%	13,0%	-1360 pbs	16,2%	21,0%	-480 pbs
Margem Líquida	(8,8)%	2,4%	-1120 pbs	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

^a Resultado consolidado inclui Natura &Co Latam, Avon Internacional, The Body Shop e Aesop, bem como subsidiárias da Natura nos Eua, França e Holanda

^b Natura &Co Latam: inclui Natura, Avon, TBS Brasil e Latam Hispânica e Aesop Brasil

^c Inclui efeito da Alocação de Preço de Compra (PPA)

^d Despesas relacionadas à gestão e integração do grupo Natura &Co

^e Relacionadas à separação de negócios na Avon da América do Norte

R\$ milhões	Resultado por Segmento de Negócio														
	Consolidado ^a			Natura &Co Latam ^b			Avon Internacional			The Body Shop			Aesop		
	1S-22 ^c	1S-21 ^c	Var. %	1S-22 ^c	1S-21 ^c	Var. %	1S-22 ^c	1S-21 ^c	Var. %	1S-22	1S-21	Var. %	1S-22	1S-21	Var. %
Receita Bruta	21.913,7	24.291,7	(9,8)	13.571,1	14.205,1	(4,5)	4.307,1	5.480,7	(21,4)	2.647,4	3.323,5	(20,3)	1.388,1	1.282,9	8,2
Receita Líquida	16.955,7	18.972,2	(10,6)	10.306,6	10.719,6	(3,9)	3.485,7	4.567,5	(23,7)	1.926,8	2.537,3	(24,1)	1.236,6	1.147,8	7,7
CMV	(6.162,4)	(6.640,8)	(7,2)	(4.189,1)	(4.224,5)	(0,8)	(1.422,8)	(1.788,4)	(20,4)	(427,7)	(523,1)	(18,2)	(122,8)	(104,8)	17,2
Lucro Bruto	10.793,3	12.331,5	(12,5)	6.117,5	6.495,2	(5,8)	2.062,9	2.779,1	(25,8)	1.499,1	2.014,2	(25,6)	1.113,7	1.043,1	6,8
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(7.705,9)	(8.503,0)	(9,4)	(4.159,5)	(4.316,3)	(3,6)	(1.610,9)	(2.069,8)	(22,2)	(1.272,2)	(1.519,8)	(16,3)	(663,4)	(597,1)	11,1
Despesas Adm., P&D, TI e Projetos	(2.915,3)	(3.175,8)	(8,2)	(1.425,4)	(1.383,8)	3,0	(665,6)	(959,4)	(30,6)	(463,5)	(501,6)	(7,6)	(362,5)	(320,3)	13,2
Despesas Corporativas ^d	(197,8)	(261,2)	(24,3)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outras Receitas/(Despesas) Operacionais, Líquidas	114,7	(12,3)	(1.034,7)	56,0	4,0	1.295,5	110,7	1,2	8.831,5	(46,5)	(20,4)	127,7	4,0	3,4	18,1
Custos de Transformação/ Integração / Reestruturação do Grupo	(361,4)	(315,4)	14,6	(135,2)	(93,8)	44,1	(65,9)	(202,4)	(67,5)	-	-	-	-	-	-
Depreciação	1.278,9	1.395,3	(8,3)	445,5	429,1	3,8	347,0	440,5	(21,2)	342,0	380,3	(10,1)	144,4	145,3	(0,6)
EBITDA	1.006,4	1.459,1	(31,0)	899,0	1.134,3	(20,7)	178,3	(10,7)	(1.765,9)	58,9	352,7	(83,3)	236,2	274,3	(13,9)
Depreciação	(1.278,9)	(1.395,3)	(8,3)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Receitas/(Despesas) Financeiras, Líquidas	(813,4)	(433,4)	87,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lucro antes do IR/CSLL	(1.085,9)	(369,6)	193,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Imposto de Renda e Contribuição Social	(217,6)	437,3	(149,8)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Operações descontinuadas ^e	(105,7)	8,0	(1.426,7)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lucro Líquido Consolidado	(1.409,1)	75,7	(1.961,8)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Participação dos Acionistas Não Controladores	(0,7)	4,0	(116,8)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lucro líquido atribuído aos acionistas controladores	(1.409,8)	79,7	(1.869,5)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Margem Bruta	63,7%	65,0%	-130 pbs	59,4%	60,6%	-120 pbs	59,2%	60,8%	-160 pbs	77,8%	79,4%	-160 pbs	90,1%	90,9%	-80 pbs
Desp. com Vendas, Marketing e Logística/Receita Líquida	45,4%	44,8%	60 pbs	40,4%	40,3%	10 pbs	46,2%	45,3%	90 pbs	66,0%	59,9%	610 pbs	53,6%	52,0%	160 pbs
Desp. Adm., P&D, TI e Projetos/Receita Líquida	17,2%	16,7%	50 pbs	13,8%	12,9%	90 pbs	19,1%	21,0%	-190 pbs	24,1%	19,8%	430 pbs	29,3%	27,9%	140 pbs
Margem EBITDA	5,9%	7,7%	-180 pbs	8,7%	10,6%	-190 pbs	5,1%	(0,2)%	530 pbs	3,1%	13,9%	-1080 pbs	19,1%	23,9%	-480 pbs
Margem Líquida	(8,3)%	0,4%	-870 pbs	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

^a Resultado consolidado inclui Natura &Co Latam, Avon Internacional, The Body Shop e Aesop, bem como subsidiárias da Natura nos Eua, França e Holanda

^b Natura &Co Latam: inclui Natura, Avon, TBS Brasil e Latam Hispânica e Aesop Brasil

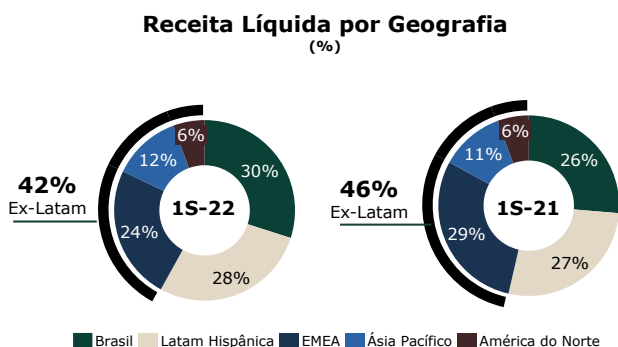
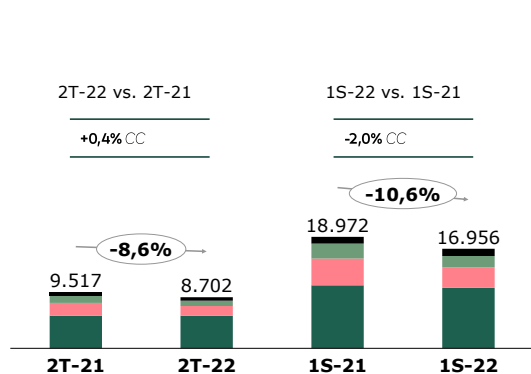
^c Inclui efeito da Alocação de Preço de Compra (PPA)

^d Despesas relacionadas à gestão e integração do grupo Natura &Co

^e Relacionadas à separação de negócios na Avon da América do Norte

Receita Líquida Consolidada

- A receita líquida consolidada do 2T22 apresentou queda de -8,6% em reais (+0,4% em CC), refletindo o crescimento de Natura &Co Latam e da Aesop, compensado por quedas na Avon International e na The Body Shop
- A receita do 2T das moedas do mercado G12 em CC totalizou 21,9% no 2T22 vs. 21,3% no 2T21 (as moedas do mercado do G12 são: GBP, EUR, USD, AUD, YEN, CAD, SEK e CHF)
- Com operações em mais de 100 países, 42% da receita líquida veio de fora da América Latina no acumulado do ano



Margem Bruta

- A margem bruta consolidada do 2T22 foi de 63,0%, -220 pbs vs. 2T21
- Excluindo os efeitos do PPA nos custos de mercadorias vendidas (CMV), a margem bruta atingiu 63,1% no 2T22, -220 pbs vs. 2T21
- A margem bruta foi impactada principalmente pelo aumento dos preços de commodities e fretes, bem como por efeitos cambiais em todos os mercados, que foram parcialmente compensados por sinergias e gerenciamento de receita. Como exemplo, o preço médio no 2º trimestre para óleo de palma e papel/celulose aumentaram mais 45% e 11%, respectivamente, em relação ao 2T21, enquanto os custos de frete aumentaram 49%. A guerra na Ucrânia também impactou negativamente a margem bruta do Grupo, com maior efeito na Avon International
- O CMV de Natura &Co é composto por materiais diretos (insumos, embalagens, fabricação terceirizada etc.), que representam aproximadamente dois terços do total do CMV, além de manufatura e logística. Os materiais diretos consistem em bens processados de valor agregado adquiridos em contratos com mecanismos de proteção de preços, levando a uma estabilidade de preços no curto prazo e limitando a exposição às compras de commodities. Além disso, as compras são diversificadas por meio de mais de 2,6 mil fornecedores

2T22: excluindo efeitos de PPA em Natura &Co Latam e Avon International

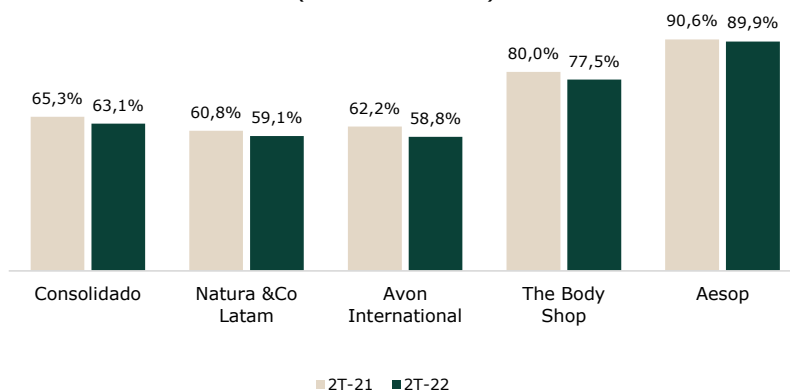
R\$ milhões	Consolidado			Natura &Co Latam			Avon International			The Body Shop			Aesop		
	2T-22	2T-21	Var. %	2T-22	2T-21	Var. %	2T-22	2T-21	Var. %	2T-22	2T-21	Var. %	2T-22	2T-21	Var. %
Receita Líquida	8.702,4	9.517,2	(8,6)	5.555,0	5.533,7	0,4	1.643,8	2.204,0	(25,4)	909,4	1.217,6	(25,3)	594,2	561,9	5,7
CMV	(3.216,8)	(3.316,4)	(3,0)	(2.274,0)	(2.177,4)	4,4	(678,2)	(842,3)	(19,5)	(204,6)	(244,0)	(16,2)	(60,0)	(52,6)	14,0
Lucro Bruto	5.485,6	6.200,8	(11,5)	3.281,0	3.356,2	(2,2)	965,5	1.361,7	(29,1)	704,9	973,5	(27,6)	534,2	509,3	4,9
Margem Bruta	63,0%	65,2%	-220 pbs	59,1%	60,7%	-160 pbs	58,7%	61,8%	-310 pbs	77,5%	80,0%	-250 pbs	89,9%	90,6%	-70 pbs
Efeito do PPA no CMV	(1,7)	(13,7)	(87,7)	(0,4)	(5,5)	(92,8)	(1,3)	(8,1)	(84,3)	-	-	-	-	-	-
Lucro Bruto ex-PPA	5.487,3	6.214,5	(11,7)	3.281,4	3.361,8	(2,4)	966,8	1.369,9	(29,4)	704,9	973,5	(27,6)	534,2	509,3	4,9
Margem Bruta ex-PPA	63,1%	65,3%	-220 pbs	59,1%	60,8%	-170 pbs	58,8%	62,2%	-340 pbs	77,5%	80,0%	-250 pbs	89,9%	90,6%	-70 pbs

1S22: excluindo efeitos de PPA em Natura &Co Latam e Avon International

R\$ milhões	Consolidado			Natura &Co Latam			Avon International			The Body Shop			Aesop		
	1S-22	1S-21	Var. %	1S-22	1S-21	Var. %	1S-22	1S-21	Var. %	1S-22	1S-21	Var. %	1S-22	1S-21	Var. %
Receita Líquida	16.955,7	18.972,2	(10,6)	10.306,6	10.719,6	(3,9)	3.485,7	4.567,5	(23,7)	1.926,8	2.537,3	(24,1)	1.236,6	1.147,8	7,7
CMV	(6.162,4)	(6.640,8)	(7,2)	(4.189,1)	(4.224,5)	(0,8)	(1.422,8)	(1.788,4)	(20,4)	(427,7)	(523,1)	(18,2)	(122,8)	(104,8)	17,2
Lucro Bruto	10.793,3	12.331,5	(12,5)	6.117,5	6.495,2	(5,8)	2.062,9	2.779,1	(25,8)	1.499,1	2.014,2	(25,6)	1.113,7	1.043,1	6,8
Margem Bruta	63,7%	65,0%	-130 pbs	59,4%	60,6%	-120 pbs	59,2%	60,8%	-160 pbs	77,8%	79,4%	-160 pbs	90,1%	90,9%	-80 pbs
Efeito do PPA no CMV	(3,7)	(22,9)	(83,7)	(1,1)	(9,1)	(88,0)	(2,6)	(13,9)	(81,0)	-	-	-	-	-	-
Lucro Bruto ex-PPA	10.797,0	12.354,4	(12,6)	6.118,5	6.504,2	(5,9)	2.065,6	2.792,9	(26,0)	1.499,1	2.014,2	(25,6)	1.113,7	1.043,1	6,8
Margem Bruta ex-PPA	63,7%	65,1%	-140 pbs	59,4%	60,7%	-130 pbs	59,3%	61,1%	-180 pbs	77,8%	79,4%	-160 pbs	90,1%	90,9%	-80 pbs

- Natura &Co Latam:** A margem bruta do 2T22, excluindo os efeitos do PPA, foi de 59,1% (-170 pbs), impactada pela pressão inflacionária de matérias-primas e por efeitos cambiais desfavoráveis no Brasil, parcialmente compensados pela gestão de receita e sinergias
- Avon International:** A margem bruta do 2T22, excluindo os efeitos do PPA, foi de 58,8% (-340 pbs) devido à maior pressão de custos, efeitos de câmbio desfavoráveis e impactos da guerra na Ucrânia, parcialmente compensados pelo gerenciamento de receita
- The Body Shop:** A margem bruta do 2T22 ficou em 77,5% (-250 pbs), principalmente devido à pressão inflacionária de matérias-primas e aumento de descontos. Embora os descontos tenham aumentado em relação ao ano passado, eles permanecem significativamente abaixo dos níveis pré-pandemia, consistentes com os objetivos do programa de transformação
- Aesop:** A margem bruta do 2T22 foi de 89,9% (-70 pbs), principalmente devido às mudanças no mix de produtos e canais

Margem bruta ajustada (Excluindo efeitos de PPA)



EBITDA Consolidado

O EBITDA Ajustado do 2T foi de R\$694,9 milhões, com margem ajustada de 8,0% (-50 pbs). A margem do 2T refletiu vários impactos relacionados a um cenário operacional desafiador:

- 750 pbs de pressão inflacionária e cambial, parcialmente compensados por 550 pbs de sinergias e gestão de receitas
- Outras eficiências, contenção de custos e resultados pontuais melhoraram a margem em aproximadamente 200 pbs, incluindo economia de despesas corporativas de 40,2% no 2T22, a reestruturação corporativa anunciada em junho e aproximadamente R\$20 milhões em contenção de custos e efeito do faseamento de despesas
- Impactos da guerra na Ucrânia

2T22: EBITDA Ajustado

R\$ milhões	EBITDA Consolidado			Natura & Co Latam			Avon International			The Body Shop			Aesop		
	2T-22	2T-21	Var. %	2T-22	2T-21	Var. %	2T-22	2T-21	Var. %	2T-22	2T-21	Var. %	2T-22	2T-21	Var. %
EBITDA Consolidado	490,7	630,0	(22,1)	501,8	560,0	(10,4)	142,2	(33,0)	(530,8)	(5,8)	158,6	(103,7)	96,5	117,8	(18,1)
Custos de Transformação/Integração/Reestruturação do Grupo	281,6	181,3	(27,2)	99,9	37,8	164,1	25,5	127,3	(79,9)	-	-	-	-	-	-
(i) Custos de Transformação	25,5	129,2	(80,2)	-	-	-	25,5	127,3	(79,9)	-	-	-	-	-	-
(ii) Custos de Integração	106,5	52,0	104,7	99,9	37,8	164,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(ii) Custos de Reestruturação	149,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outras (Receitas) / Despesas não recorrentes, líquidas (1)	(77,4)	-	-	-	-	-	(113,7)	-	-	36,3	-	-	-	-	-
EBITDA Ajustado	694,9	811,2	(14,3)	601,7	597,8	0,6	54,1	94,3	(42,7)	30,5	158,6	(80,8)	96,5	117,8	(18,1)
Margem EBITDA Ajustada	8,0%	8,5%	-50 pbs	10,8%	10,8%	0 pbs	3,3%	4,3%	-100 pbs	3,3%	13,0%	-970 pbs	16,2%	21,0%	-480 pbs

1S22: EBITDA Ajustado

R\$ milhões	EBITDA Consolidado			Natura & Co Latam			Avon International			The Body Shop			Aesop		
	1S-22	1S-21	Var. %	1S-22	1S-21	Var. %	1S-22	1S-21	Var. %	1S-22	1S-21	Var. %	1S-22	1S-21	Var. %
EBITDA Consolidado	1.006,4	1.459,1	(31,0)	899,0	1.134,3	(20,7)	178,3	(10,7)	(1.765,9)	58,9	352,7	(83,3)	236,2	274,3	(13,9)
Custos de Transformação/Integração/Reestruturação do Grupo	361,4	315,4	(32,8)	135,2	93,8	44,1	65,9	202,4	(67,5)	-	-	-	-	-	-
(i) Custos de Transformação	65,9	204,8	(67,8)	-	-	-	65,9	202,4	(67,5)	-	-	-	-	-	-
(ii) Custos de Integração	146,0	110,6	32,0	135,2	93,8	44,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(ii) Custos de Reestruturação	149,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outras (Receitas) / Despesas não recorrentes, líquidas (1)	(77,4)	-	-	-	-	-	(113,7)	-	-	36,3	-	-	-	-	-
EBITDA Ajustado	1.290,5	1.774,4	(27,3)	1.034,1	1.228,1	(15,8)	130,5	191,7	(31,9)	95,2	352,7	(73,0)	236,2	274,3	(13,9)
Margem EBITDA Ajustada	7,6%	9,4%	-180 pbs	10,0%	11,5%	-150 pbs	3,7%	4,2%	-50 pbs	4,9%	13,9%	-900 pbs	19,1%	23,9%	-480 pbs

1. Outras (receitas) / despesas não recorrentes líquidas: Efeito líquido do ganho com a resolução favorável de uma disputa legal na Avon International e custos associados à suspensão das operações da The Body Shop na Rússia

Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas

- Excluindo os efeitos do PPA, as despesas consolidadas de **Vendas, Marketing e Logística** atingiram 43,6% da receita líquida (-20 pbs vs. 2T21)
- Excluindo os efeitos do PPA, as despesas **Administrativas, P&D, TI e Projetos** consolidadas atingiram 16,4% da receita líquida (-20 pbs vs. 2T21)
- Excluindo os efeitos do PPA, as despesas de SG&A (ambas as linhas acima combinadas) diminuíram em -40 pbs no 2T22 em comparação com o 2T21, principalmente impulsionadas pela disciplina financeira em todos os negócios para melhorar a eficiência e simplificar o modelo operacional da Avon International, incluindo:
 - i) Redução e padronização dos ciclos de campanha
 - ii) Alocação de recursos otimizada com os principais mercados servindo como hubs, e
 - iii) Redução estratégica dos SKUs

As iniciativas acima estão gerando economias recorrentes de aproximadamente US\$100 milhões na Avon International, conforme incluído em nosso *guidance* de longo prazo. Estas economias compensaram parcialmente os impactos da desalavancagem de vendas, inflação, maiores custos de frete, efeitos de câmbio desfavoráveis e maiores investimentos para acelerar o crescimento de Natura & Co Latam e Avon International, bem como de maiores investimentos em digitalização, categorias de produtos e expansão geográfica para acelerar o crescimento da Aesop.

2T22: Excluindo efeitos de PPA da Natura & Co Latam e Avon International

Despesas (R\$ milhões)	Consolidado			Natura & Co Latam			Avon International			The Body Shop			Aesop		
	2T-22	2T-21	Var. %	2T-22	2T-21	Var. %	2T-22	2T-21	Var. %	2T-22	2T-21	Var. %	2T-22	2T-21	Var. %
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(3.856,7)	(4.248,1)	(9,2)	(2.167,3)	(2.226,5)	(2,7)	(762,4)	(1.000,9)	(23,8)	(604,1)	(720,7)	(16,2)	(322,9)	(300,0)	7,6
Despesas administrativas, P&D, TI e projetos	(1.491,1)	(1.671,4)	(10,8)	(756,6)	(741,2)	2,1	(315,1)	(489,4)	(35,6)	(232,8)	(266,6)	(12,7)	(187,5)	(165,4)	13,4
Despesas com Vendas, Gerais e Adm.	(5.347,9)	(5.919,5)	(9,7)	(2.924,0)	(2.967,7)	(1,5)	(1.077,5)	(1.490,3)	(27,7)	(836,8)	(987,3)	(15,2)	(510,5)	(465,5)	9,7
Desp. com Vendas, Marketing e Logística (% da receita líquida)	44,3%	44,6%	-30 pbs	39,0%	40,2%	-120 pbs	46,4%	45,4%	100 pbs	66,4%	59,2%	720 pbs	54,4%	53,4%	100 pbs
Desp. adm., P&D, TI e projetos (% da receita líquida)	17,1%	17,6%	-50 pbs	13,6%	13,4%	20 pbs	19,2%	22,2%	-300 pbs	25,6%	21,9%	370 pbs	31,6%	29,4%	220 pbs
Despesas com Vendas, Gerais e Adm. ex-PPA	(5.217,7)	(5.754,8)	(9,3)	(2.893,2)	(2.931,9)	(1,3)	(978,1)	(1.361,4)	(28,2)	(836,8)	(987,3)	(15,2)	(510,5)	(465,5)	9,7
Desp. com Vendas, Marketing e Logística ex-PPA (% da receita líi)	43,6%	43,8%	-20 pbs	38,5%	39,6%	-110 pbs	44,4%	43,4%	100 pbs	66,4%	59,2%	720 pbs	54,4%	53,4%	100 pbs
Desp. adm., P&D, TI e projetos ex-PPA (% da receita líquida)	16,4%	16,6%	-20 pbs	13,6%	13,3%	30 pbs	15,1%	18,4%	-330 pbs	25,6%	21,9%	370 pbs	31,6%	29,4%	220 pbs

1S22: Excluindo efeitos de PPA da Natura & Co Latam e Avon International

Despesas (R\$ milhões)	Consolidado			Natura & Co Latam			Avon International			The Body Shop			Aesop		
	1S-22	1S-21	Var. %	1S-22	1S-21	Var. %	1S-22	1S-21	Var. %	1S-22	1S-21	Var. %	1S-22	1S-21	Var. %
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(7.705,9)	(8.503,0)	(9,4)	(4.159,5)	(4.316,3)	(3,6)	(1.610,9)	(2.069,8)	(22,2)	(1.272,2)	(1.519,8)	(16,3)	(663,4)	(597,1)	11,1
Despesas administrativas, P&D, TI e projetos	(2.915,3)	(3.175,8)	(8,2)	(1.425,4)	(1.383,8)	3,0	(665,6)	(959,4)	(30,6)	(463,5)	(501,6)	(7,6)	(362,5)	(320,3)	13,2
Despesas com Vendas, Gerais e Adm.	(10.621,3)	(11.678,9)	(9,1)	(5.584,9)	(5.700,2)	(2,0)	(2.276,5)	(3.029,1)	(24,8)	(1.735,7)	(2.021,4)	(14,1)	(1.025,9)	(917,4)	11,8
Desp. com Vendas, Marketing e Logística (% da receita líquida)	45,4%	44,8%	60 pbs	40,4%	40,3%	10 pbs	46,2%	45,3%	90 pbs	66,0%	59,9%	610 pbs	53,6%	52,0%	160 pbs
Desp. adm., P&D, TI e projetos (% da receita líquida)	17,2%	16,7%	50 pbs	13,8%	12,9%	90 pbs	19,1%	21,0%	-190 pbs	24,1%	19,8%	430 pbs	29,3%	27,9%	140 pbs
Despesas com Vendas, Gerais e Adm. ex-PPA	(10.491,7)	(11.366,1)	(7,7)	(5.521,8)	(5.636,1)	(2,0)	(2.210,1)	(2.780,5)	(20,5)	(1.735,7)	(2.021,4)	(14,1)	(1.025,9)	(917,4)	11,8
Desp. com Vendas, Marketing e Logística ex-PPA (% da receita líi)	44,7%	44,0%	70 pbs	39,7%	39,7%	0 pbs	44,3%	43,4%	90 pbs	66,0%	59,9%	610 pbs	53,6%	52,0%	160 pbs
Desp. adm., P&D, TI e projetos ex-PPA (% da receita líquida)	17,2%	15,9%	130 pbs	13,8%	12,9%	90 pbs	19,1%	17,4%	170 pbs	24,1%	19,8%	430 pbs	29,3%	27,9%	140 pbs

Sinergias

No 2T22, as sinergias atingiram US\$69 milhões, principalmente entre compras, logística e funções administrativas. No semestre, as sinergias totais atingiram US\$136 milhões.

Os custos para captura de sinergias foram de US\$27 milhões no 2T22, totalizando US\$39 milhões no semestre.

Receitas e Despesas Financeiras

A tabela a seguir detalha as principais variações em nossas receitas e despesas financeiras:

R\$ milhões	2T-22	2T-21	Var. %	1S-22	1S-21	Var. %
1. Financiamento, Investimentos de Curto Prazo e Ganhos (Perdas) em Derivativos	(189,3)	59,0	(420,8)	(352,9)	(71,2)	395,6
1.1 Despesas Financeiras	(186,9)	(179,4)	4,2	(326,9)	(348,6)	(6,2)
1.2 Receitas Financeiras	92,9	51,8	79,3	179,1	97,3	84,1
1.3 Variações Cambiais sobre Atividades Financeiras, Líquidas	(496,7)	762,8	(165,1)	375,2	353,9	6,0
1.4 Ganhos (Perdas) com Derivativos sobre Variações Cambiais de Atividades Financeiras, Líquidas	511,1	(734,9)	(169,5)	(364,8)	(339,1)	7,6
1.5 Ganhos (Perdas) com Derivativos sobre Pagamentos de Juros e outras Atividades Financeiras, Líquidas	(109,7)	158,7	(169,1)	(215,5)	165,3	(230,4)
2. Contingências judiciais	(12,4)	(15,8)	(21,5)	(23,5)	(25,9)	(9,3)
3. Outras receitas e (despesas) financeiras	(225,1)	(248,7)	(9,5)	(437,0)	(336,3)	29,9
3.1 Despesas com arrendamentos	(47,3)	(51,4)	(8,0)	(95,1)	(106,0)	(10,3)
3.2 Outras	(148,5)	(202,2)	(26,6)	(171,7)	(257,5)	(33,3)
3.3 Outros Ganhos (Perdas) com Hiperinflação e Variação Cambial sobre Atividades Operacionais	(29,3)	4,9	(698,0)	(170,2)	27,2	(725,7)
Receitas e Despesas Financeiras, Líquidas	(426,8)	(205,5)	107,7	(813,4)	(433,4)	87,7

- As despesas financeiras líquidas foram de R\$426,8 milhões no 2T22, um aumento de +107,7% vs. 2T21, devido a:
 - Item 1.5 – Ganhos e Perdas com derivativos relacionados à taxa de juros de 2028 do *bond* vinculado às metas de sustentabilidade, devido à volatilidade do CDI
 - Item 3.3 – Maiores perdas com variação cambial, principalmente devido à desvalorização do real brasileiro no 2T-22 (em contraste a uma valorização no mesmo período do ano passado) e devido ao aumento da inflação em 2021 na Argentina e na Turquia
 - Itens 1.3 e 1.4 – As variações nestas linhas se compensam e estão principalmente relacionadas à reavaliação da dívida em moeda estrangeira e correspondentes derivativos cambiais

Lucro Líquido Underlying (UNI) e Lucro Líquido

Reconciliação Lucro Líquido para Lucro Líquido Underlying (UNI)



O prejuízo líquido reportado do 2T22 foi de R\$766,7 milhões, vs. R\$ 234,8 milhões no 2T21, devido principalmente ao menor EBITDA e a maiores despesas financeiras líquidas neste trimestre. O lucro líquido do ano passado foi beneficiado por um ganho significativo de imposto de renda decorrente da integração da Avon, relacionado à otimização da estrutura corporativa.

O Lucro Líquido Underlying do 2T22, que é o lucro (prejuízo) líquido após excluir os custos de transformação, operações descontinuadas e efeitos do PPA, foi de R\$(261,5) milhões vs R\$482,2 milhões no 2T21.

Fluxo de Caixa Livre e Posição de Caixa

R\$ milhões	2T-22	2T-21	Var. %	1S-22	1S-21	Var. %
Lucro (Prejuízo) Líquido	(767,0)	232,2	(430,3)	(1.409,1)	75,7	(1.961,8)
Depreciação e Amortização	629,7	698,9	(9,9)	1.278,9	1.395,3	(8,3)
Ajustes Não-Caixa ao Lucro Líquido	969,3	(240,7)	(502,7)	1.634,1	243,7	570,4
Redução / (Aumento) no Capital de Giro	(403,3)	(928,1)	(56,5)	(1.815,5)	(2.573,8)	(29,5)
Estoques	(232,2)	(424,0)	(45,2)	(191,4)	(1.023,4)	(81,3)
Contas a Receber	(440,0)	(493,3)	(10,8)	(101,7)	(180,9)	(43,8)
Contas a Pagar	(61,6)	185,2	(133,2)	(641,2)	(260,0)	146,7
Outros Ativos e Passivos	330,4	(196,0)	(268,5)	(881,2)	(1.109,4)	(20,6)
Imposto de Renda e Contribuição Social	(191,7)	(171,8)	11,6	(342,0)	(348,9)	(2,0)
Juros da dívida	(151,0)	(102,1)	47,9	(362,7)	(426,9)	(15,0)
Pagamentos de lease	(280,2)	(333,1)	(15,9)	(604,4)	(685,3)	(11,8)
Outras atividades operacionais	(316,3)	237,9	(233,0)	(355,6)	201,2	(276,8)
Caixa das Operações	(510,5)	(606,8)	(15,9)	(1.976,2)	(2.119,0)	(6,7)
Capex	(213,5)	(307,2)	(30,5)	(523,1)	(639,8)	(18,2)
Venda de Ativos	3,1	(26,5)	(111,8)	3,7	13,4	(72,3)
Varição da taxa de câmbio	134,4	(381,9)	(135,2)	(301,3)	(16,0)	1.778,0
Fluxo de Caixa Livre	(586,5)	(1.322,3)	(55,6)	(2.796,9)	(2.761,5)	1,3
Outras atividades de investimento e financiamento	591,8	1.500,8	(60,6)	1.833,4	1.444,6	26,9
Varição do Saldo de Caixa	5,3	178,4	(97,0)	(963,4)	(1.316,9)	(26,8)

No 2T22, o fluxo de caixa livre foi um consumo de R\$586,5 milhões. A administração está altamente focada na otimização da conversão de caixa no curto e médio prazo e, embora o desempenho não seja satisfatório no segundo trimestre, o fluxo de caixa livre melhorou R\$735,8 milhões em relação ao 2T21, com alguns retornos antecipados dos esforços de otimização.

- O impacto dos estoques na demonstração do fluxo de caixa melhorou em R\$ 192 milhões em relação ao 2T21, devido aos negócios estarem mais focados focarem mais no gerenciamento dos níveis de estoque. Isso foi compensado por uma redução em contas a pagar no trimestre, cuja previsão é de melhoria no final do ano
- O capital de giro corporativo (outros ativos e passivos) melhorou significativamente ano a ano, principalmente devido a maiores encargos de reestruturação não caixa no resultado no 2T22, bem como ao impacto favorável da variação cambial
- O Capex e a venda de ativos melhoraram R\$ 124 milhões em relação ao 2T21 à medida que otimizamos nossos investimentos em busca de retornos
- Variação favorável da taxa de câmbio, resultante da depreciação do real no trimestre que foi parcialmente compensada por maiores juros da dívida e impacto de caixa de derivativos (incluído em Outras Atividades Operacionais)

Índices de endividamento na Natura &Co Holding e na Natura Cosméticos

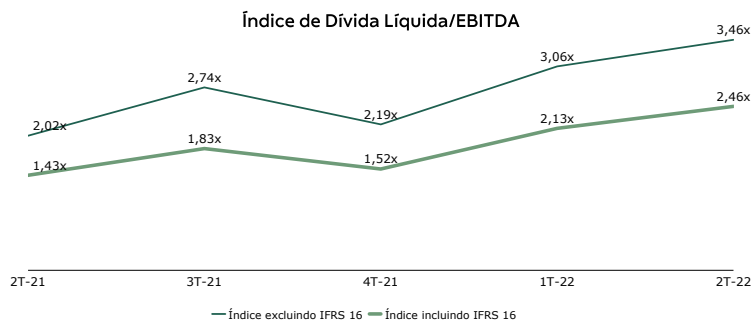
R\$ milhões	Natura Cosméticos S.A.		Natura &Co Holding S.A.	
	2T-22	2T-21	2T-22	2T-21
Curto-Prazo	1.045,9	2.699,3	726,0	3.071,8
Longo-Prazo	6.994,7	7.302,5	11.992,8	10.676,0
Dívida Bruta ^a	8.040,6	10.001,9	12.718,8	13.747,8
Instrumentos de Proteção Cambial (Swaps) ^b	75,5	189,5	54,8	189,5
Total Dívida Bruta	8.116,1	10.191,3	12.773,6	13.937,3
(-) Caixa, Equivalentes de Caixa e Aplicações Financeiras ^c	(3.041,6)	(6.144,4)	(4.275,6)	(7.989,4)
(=) Dívida Líquida	5.074,5	4.047,0	8.497,9	5.947,8
Índice de endividamento excluindo IFRS 16				
Dívida Líquida/EBITDA	1,83x	1,49x	3,46x	2,02x
Dívida Total/EBITDA	2,93x	3,74x	5,20x	4,73x
Índice de endividamento incluindo IFRS 16				
Dívida Líquida/EBITDA	1,43x	1,10x	2,46x	1,43x
Dívida Total/EBITDA	2,28x	2,78x	3,69x	3,34x

^a Dívida bruta exclui impactos do PPA de R\$320,8 milhões no 2T-22 e R\$394,5 milhões no 2T-21, e exclui arrendamento mercantil

^b Instrumentos de proteção de câmbio, excluindo efeitos de marcação a mercado

^c Aplicações financeiras excluem saldos não-circulantes

O gráfico abaixo demonstra a trajetória da desalavancagem em bases trimestrais, desde o 2T21:



Emissão de novos títulos e gestão de passivos

Em linha com o plano de gestão de passivos do Grupo para melhorar sua estrutura de capital, Natura &Co Luxemburgo concluiu em 13 de abril uma emissão de *bonds* no valor de US\$ 600 milhões, com cupom de 6,0% e vencimento em 2029, garantido pela Natura &Co Holding S.A. e Natura Cosméticos S.A. Os recursos foram utilizados principalmente para resgatar o *bond* 2023 da Avon. O prazo médio de vencimento das dívidas melhorou de 5,0 anos no 1T para 6,3 anos no 2T.

Em julho de 2022, a Natura Cosméticos emitiu R\$826 milhões em debêntures com vencimento em 2027, substituindo parcialmente as emissões de debêntures 2022/2024, ampliando ainda mais o prazo médio de vencimento das dívidas para 6,5 anos.

1. Desempenho por segmento

NATURA &Co Latam

Natura &Co Latam	Variação (%) Receita Líquida				Variação (%) KPI Operacional
	2T-22 vs. 2T-21		1S-22 vs. 1S-21		2T-22 vs. 2T-21
	Reportado (R\$)	Moeda Constante	Reportado (R\$)	Moeda Constante	Consultoras / Representantes ^b
Natura Latam ^a	12,2%	14,8%	5,6%	10,4%	-0,5%
Natura Brasil	14,3%	14,5%	9,3%	9,4%	-4,4%
Natura Hispânica	8,8%	15,5%	0,0%	11,8%	4,8%
Avon Latam	-12,8%	-5,0%	-14,6%	-8,0%	-11,0%
Avon Brasil	-10,7%	-9,0%	-13,8%	-12,9%	-6,9%
Avon Hispânica	-13,9%	-2,8%	-14,9%	-5,4%	-14,6%

^a Natura Latam inclui Natura Brasil, Hispânica e Outras

^b Considera a Média de Consultoras / Representantes disponíveis no trimestre

MARCA NATURA NA AMÉRICA LATINA

Marca Natura no Brasil

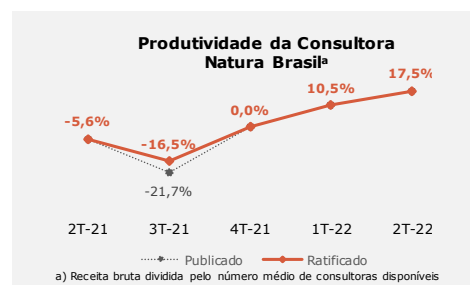
- A produtividade das consultoras aumentou fortes +17,5% em relação ao 2T21 e, também evoluiu sequencialmente
- A base média de consultoras disponíveis atingiu 1,12 milhão no 2T, -4,4% vs. 2T21 e +3,0% vs. 1T22
- Forte crescimento das vendas on-line e no varejo



- O número de lojas próprias atingiu 75 no trimestre (+10 vs. 2T21), enquanto as lojas franqueadas aumentaram para 576 (+31)

- A marca Natura foi eleita a 7ª mais valiosa do Brasil e novamente avaliada como a marca de cosméticos mais forte do mundo, de acordo com a Brand Finance

- A Natura lançou o Sérum Preenchedor Biohidratante Chronos, um sérum intensificador de ácido hialurônico com textura aquosa, que hidrata todas as camadas da pele para preencher rugas e dar volume. Este soro fluido contém fevillea, um ingrediente da biodiversidade brasileira



Marca Natura na América Hispânica

- Ganhos de participação de mercado nos principais países, como Argentina e Colômbia, com estabilidade no México
- As vendas online cresceram dois dígitos no 2T em reais
- A base média de consultoras disponíveis atingiu 0,89 milhão no 2T (+4,8% vs. 2T21), com aumento de produtividade

MARCA AVON NA AMÉRICA LATINA

Marca Avon no Brasil

- A receita líquida do 2T apresentou a menor queda de receita desde o 3T21, com crescimento de quase +5% no segmento de beleza; a queda de -31% nas vendas de Moda e Casa no 2T22 em relação ao 2T21 ocorreu devido à combinação de uma redução contínua e deliberada do portfólio com a mudança nos hábitos dos consumidores após os lockdowns
- O número médio de representantes disponíveis melhorou sequencialmente no 2T22, aumentando +3,1% em relação ao 1T22, e retornando aos níveis do 3T21, destacando as ações de correção efetivas implementadas desde aquele trimestre
- A produtividade das representantes no segmento de beleza aumentou dois dígitos e a atividade continuou a melhorar sequencialmente no 2T22 em comparação com o 1T22, fechando ainda mais a lacuna para os níveis de 2021
- A taxa de rotatividade das representantes melhorou no 2T22 em comparação com o 2T21

Marca Avon na América Hispânica

- Os mercados que adotaram o novo modelo comercial, ou seja, Equador, Colômbia e América Central, apresentaram melhorias contínuas e constantes nos principais KPIs relacionados ao canal
- A produtividade total das representantes (segmentos de beleza e M&C) foi positivo na maioria dos mercados em relação ao ano passado, além de melhorar sequencialmente em relação ao 1T22
- O número total de representantes disponíveis ficou estável em relação ao 1T22, impulsionado por Equador e Colômbia
- O índice de rotatividade melhorou em relação ao ano passado no Equador, na Colômbia e na América Central

AVON INTERNATIONAL

Avon International	Variação (%) Receita Líquida				Variação (%) KPI Operacional	
	2T-22 vs. 2T-21		1S-22 vs. 1S-21		2T-22 vs. 2T-21	
	Reportado (R\$)	Moeda Constante	Reportado (R\$)	Moeda Constante	Representantes	
Avon International	-25,4%	-11,4%	-23,7%	-10,7%	-18,3%	

- Melhoria sequencial na receita líquida vs. 1T22 (excluindo Rússia e Ucrânia)
- Evolução na transformação do modelo de negócios e na digitalização durante o trimestre, com crescimento de um dígito em produtividade e atividade e redução no índice de rotatividade
- Novo modelo comercial implementado em 2 novos mercados, totalizando 16, representando 90% de todo o volume vendido
- A penetração de *social-selling* (representantes ativas que usaram o aplicativo nas últimas três campanhas) aumentou para 23% no segundo trimestre de 2022 vs. 16% no segundo trimestre de 2021, devido ao relançamento do Avon On
- As vendas online atingiram 6,6% da receita, comparado a 5,1% no 2T21
- Os lançamentos de produtos no período incluem a primeira fragrância personalizada da Avon, Eve Privé. Esta fragrância é preparada com uma tecnologia personalizável de almíscar que eleva os efeitos da química da pele, adapta-se a ela e cria uma fragrância completamente única para cada pessoa
- A receita líquida da marca Avon consolidada (Avon International + Latam) foi de -8,0% em CC no 2T22 vs. 2T21



THE BODY SHOP

The Body Shop	Variação (%) Receita Líquida				KPIs Operacionais				
	2T-22 vs. 2T-21		1S-22 vs. 1S-21		2T-22	1T-22	2T-21	Variação vs. 1T-22	Variação vs. 2T-21
	Reportado (R\$)	Moeda Constante	Reportado (R\$)	Moeda Constante					
The Body Shop (Total)	-25,3%	-11,8%	-24,1%	-13,9%	2.455	2.497	2.571	(42)	(116)
Próprias					989	1.001	1.013	(12)	(24)
Franquias					1.466	1.496	1.558	(30)	(92)

- A receita líquida do trimestre continuou refletindo o impacto da queda da confiança do consumidor. A queda de 11,8% em CC deve-se principalmente à redução de TBSAH, vendas de e-commerce e vendas a franqueados. As vendas das lojas aumentaram significativamente em relação ao segundo trimestre de 21, mas não foram suficientes para compensar o declínio em outros canais
- O movimento nas lojas permanece abaixo dos níveis pré-pandemia de 2019, particularmente no Reino Unido. Os desafios de gastos discricionários e a mudança de longo prazo para o trabalho híbrido continuam a impactar a circulação nas ruas tradicionais de compras e shopping centers



- As vendas dos franqueados estão aumentando mês a mês, reduzindo ainda mais seus estoques à medida que se recuperam progressivamente dos lockdowns
- O EBITDA foi impactado pelo mix de canais, com a melhora nas vendas das lojas ainda não suficiente para compensar as quedas no e-commerce e TBSAH, bem como menor sell-in para os franqueados principais. Adicionalmente, este trimestre não foi beneficiado pelo auxílio governamental, o que apoiou as operações dos negócios no 2T21
- As novas lojas workshop estão superando o desempenho do restante da rede em aproximadamente 13%, com 201 lojas renovadas no 1º semestre de 2022. Mais renovações estão planejadas para o 2S22
- Progresso constante em ESG: as estações de refil nas lojas chegaram a 656 (+100 vs. 1T22 e +531 vs. 2T21), incluindo 101 lojas franqueadas
- Lançamento do Glow Revealing Serum de Vitamina C. Este produto de cuidado com a pele contém 10% de vitamina C, a maior concentração desse ingrediente já registrada em nossos produtos. Tornou-se o número 1 em vendas dos novos produtos desenvolvidos
- A The Body Shop continuou a ser reconhecida por meio de prêmios de alto nível em todo o mundo. Dentre estes, a marca de beleza que Faz a Diferença, premiada pelo *The Sunday Times* no Reino Unido, a varejista de saúde e beleza do ano, premiada pelo *Retail Asia Awards* na Índia e *Fast Company Brands That Matter* nos Estados Unidos
- A The Body Shop registrou impacto de R\$36,3 milhões referente à saída da Rússia, incluindo o fechamento de 26 lojas franqueadas

Aesop	Variação (%) Receita Líquida				KPIs Operacionais				
	2T-22 vs. 2T-21		1S-22 vs. 1S-21		2T-22	1T-22	2T-21	Variação vs. 1T-22	Variação vs. 2T-21
	Reportado (R\$)	Moeda Constante	Reportado (R\$)	Moeda Constante					
Aesop (Total)	5,7%	24,5%	7,7%	22,9%	376	369	347	7	29
Exclusivas					275	269	253	6	22
Departamento					101	100	94	1	7

- Os canais de varejo responderam por 69% das vendas no trimestre, com receita das lojas exclusivas crescendo +42% em CC vs. 2T21
- As vendas online representaram quase 23% das receitas, uma queda de 340 pbs em relação ao 2T21, impulsionadas principalmente por mudanças no comportamento do consumidor após as restrições do Covid-19, mas permanecem mais de 2x acima do nível do 2T19 (pré-pandemia)
- Os planos de entrada na China estão em andamento para lançamento até o final de 2022, incluindo investimentos em plataformas digitais no trimestre
- A Aesop desenvolveu uma parceria com o famoso estilista de moda Rick Owens, criando kits de viagem sofisticados com as formulações favoritas de Owen e uma embalagem ecológica
- Lojas exclusivas totalizaram 275 no 2T, incluindo o aumento líquido de +6 lojas no trimestre



2. Desempenho Socioambiental

(todas as ações se referem ao grupo Natura &Co, salvo indicação em contrário)

Em junho de 2022, Natura &Co participou da Estocolmo+50, reunião convocada pela Assembleia Geral das Nações Unidas. Na Suécia, compartilhamos três apelos à ação de curto prazo para garantir que os próximos 50 anos de desenvolvimento sustentável sejam um sucesso:

- Comprometer-se com a reforma dos subsídios prejudiciais ao meio ambiente até 2030, bem como de subsídios para Combustíveis Fósseis até 2025
- Garantir o direito humano universal a um ambiente saudável, limpo e sustentável
- Aumentar a transparência e a responsabilidade apoiando padrões ESG harmonizados, como o *International Sustainability Standards Board (ISSB)*, criando uma linha de base global para relatórios de sustentabilidade corporativa

Denise Hills, Diretora de Sustentabilidade de Natura &Co América Latina foi escolhida pelo Pacto Global das Nações Unidas (UNGC) como uma das pioneiras ODS (#SDG Pioneers 2022 global). O prêmio reconhece profissionais e líderes empresariais que estão realizando um trabalho de destaque na promoção dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e da Agenda 2030.

A Natura &Co ficou em 3º lugar na Pesquisa Global de Líderes de Sustentabilidade 2022 da GlobeScan e 1º na América Latina, onde é considerada líder na integração da sustentabilidade à estratégia de negócios.

Natura &Co América Latina, Avon Internacional e The Body Shop divulgaram seus relatórios anuais de 2021 com dados abrangentes de sustentabilidade, alinhados com padrões globais de relatório e com a nossa Visão de Sustentabilidade, Compromisso com a Vida.

Atualização nos pilares do Compromisso com a Vida:

Para enfrentar a crise climática e proteger a Amazônia

● **Amazônia:** No 2º trimestre de 2022, a Natura ampliou a compra de insumos comunitários em 61% em relação ao ano passado e firmou uma nova parceria com uma comunidade colombiana, expandindo as operações do Brasil para a região Pan-Amazônica. PlenaMata (DETER/INPE) relatou um aumento no desmatamento de 0,3M ha no segundo trimestre, 10% a mais em relação ao ano passado. Por meio do portal PlenaMata, a Natura estabelece parcerias e engaja o público a partir de dados e informações sobre o desmatamento da Amazônia.

● **Biodiversidade:** Foi anunciado que a COP15 agora será realizada em Montreal, Canadá, em dezembro de 2022. Em linha com o objetivo de Natura &Co de trabalhar de forma colaborativa com a comunidade empresarial e a sociedade como um todo, o grupo planeja participar da conferência para influenciar na adoção de um acordo global transformador, que atenda à natureza, ao clima e às pessoas.

Para defender os direitos humanos e sermos mais humanos

Natura IP&L: A Natura lançou seu P&L Integrado (IP&L). Essa ferramenta de gestão permite à Natura contabilizar o impacto de

seu desempenho nas dimensões ambiental, social e humana, além dos resultados financeiros. De acordo com o IP&L, somando todos os impactos positivos nas esferas humana, social e natural, e subtraindo os impactos negativos gerados, para cada US\$ 1 de receita, a marca gerou um retorno líquido de US\$ 1,5 em benefícios para a sociedade.

● Investimento em causas-chave:

- Como parte do mês de conscientização sobre agressão sexual em abril, a Avon International fez parceria com a No More para aumentar a conscientização sobre a violência baseada em gênero em zonas de conflito.
- Em maio de 2022, a The Body Shop lançou sua ambiciosa campanha de ativismo global, *Be Seen Be Heard*, em parceria com as Nações Unidas. Nos próximos três anos, a The Body Shop buscará inspirar uma mudança na legislação ou política, ou apoiar iniciativas para promover a participação dos jovens na vida política em mais de 75 países onde a The Body Shop opera.
- Em junho de 2022, para apoiar o mês do Orgulho, a Aesop lançou sua iniciativa Livrarias Queer pelo segundo ano. Em lojas selecionadas globalmente, a Aesop removeu produtos das prateleiras e os substituiu por livros de autores queer para ajudar a amplificar vozes dentro da comunidade LGBTQIA+.
- Em resposta à legislação Roe vs. Wade, a The Body Shop América do Norte doou à Planned Parenthood e se manifestou em seus canais sociais em todo o mundo. Esta posição foi destacada pela mídia de destaque nos EUA, incluindo o New York Times, Women's Wear Daily, Hello Beautiful, Pop Sugar e Cosmetics Business, citando-a como exemplo de uma marca de beleza em ação. A Aesop compartilhou publicamente o apoio aos direitos reprodutivos nos EUA, fazendo doações para duas organizações de direitos reprodutivos.

Para abraçar a Circularidade e a Regeneração

- No segundo trimestre, a Natura &Co atingiu 10,3% do conteúdo de plástico reciclado de todo o plástico usado (acumulado de janeiro a junho de 2022).
- Em parceria com The Union for Ethical BioTrade (UEBT), Natura &Co está cocriando um novo padrão de certificação regenerativa que destacará os impactos positivos que nossos negócios estão gerando conectados à natureza.

4. Mercado de Capitais e Performance das ações

As ações NTCO3 foram negociadas a R\$ 13,42 ao final do 2T22 na bolsa B3, -48,5% no trimestre. O Volume Médio Diário de Negociação (ADTV) do trimestre foi de R\$241,0 milhões, -28,9% vs. 2T21. A NTCO foi negociada a US\$5,21 no final do 2T22 na NYSE, -52,3% no trimestre.

Em 30 de junho de 2022, o valor de mercado da Companhia era de R\$ 18,6 bilhões, e o capital social da Companhia era composto por 1.383.088.200 ações ordinárias.

5. Renda fixa

Abaixo está uma tabela com detalhes de todos os instrumentos de dívida pública em aberto, por emissor, em 30 de junho de 2022:

Emissor	Tipo	Emissão	Vencimento	Principal (milhões)	Custo Nominal (por ano)
Natura Cosméticos S.A.	Bond - 2ª emissão (Sustainability Linked Bond)	05/03/2021	05/03/2028	US\$ 1,000.0 ⁽¹⁾	4,125%
Natura Cosméticos S.A.	Debênture - 9ª emissão	21/09/2018	21/09/2022	BRL 302.7	112% DI tax
		28/08/2019	26/08/2024	BRL 400.0	DI + 1.00 por ano
Natura Cosméticos S.A.	Debênture - 10ª emissão 1ª série	29/08/2019	26/08/2024	BRL 95.7	DI + 1.15 por ano
				BRL 686.2	DI + 1.15 por ano
				BRL 394.5	DI + 1.15 por ano
Natura &Co International S.à r.l. (Natura Lux)	Títulos	19/04/2022	19/04/2029	US\$ 600.0	6,000%
Avon Products, Inc.	Títulos não garantidos	12/03/2013	15/03/2043	US\$ 216.1	8.450% ⁽²⁾

⁽¹⁾ Principal e juros totalmente protegidos (swap para BRL). Para mais informações, consulte as notas explicativas das demonstrações financeiras da Empresa.

⁽²⁾ Cupom com base em classificações de crédito atuais, regido por cláusula de ajuste de taxa de juros

Ratings

Abaixo está uma tabela com nossas classificações de crédito atuais:

Natura &Co Holding S.A.			
Agência	Escala Global	Escala Nacional	Perspectiva
Standard & Poor's	BB	AAA	Estável
Fitch Ratings	BB	AA+	Positiva
Moody's	Ba3	-	Estável

Natura Cosméticos S.A.			
Agência	Escala Global	Escala Nacional	Perspectiva
Standard & Poor's	BB	AAA	Estável
Fitch Ratings	BB	AA+	Positiva
Moody's	Ba2	-	Estável

Avon International			
Agência	Escala Global	Escala Nacional	Perspectiva
Standard & Poor's	BB-	-	Estável
Fitch Ratings	BB	-	Positiva
Moody's	Ba3	-	Estável

6. Apêndices

RECONCILIAÇÃO DO FLUXO DE CAIXA LIVRE

A correspondência entre o Fluxo de Caixa Livre e as Demonstrações do Fluxo de Caixa é apresentada abaixo:

Demonstração de Fluxo de Caixa	Reconciliação Fluxo de Caixa Livre	Fluxo de Caixa Livre	Reconciliação Fluxo de Caixa
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS			
Prejuízo do exercício	(a) Lucro (Prejuízo) Líquido	Lucro (Prejuízo) Líquido	(a)
Ajustes para reconciliar o prejuízo do exercício com o caixa líquido utilizado nas atividades operacionais:			
Depreciações e amortizações	(b) Depreciation/amortization	Depreciação e Amortização	(b)
Ganho com juros e variação cambial sobre títulos de valores mobiliários	(c)		
Ganho decorrente de operações com derivativos "swap" e "forward"	(c)		
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	(c)		
Atualização monetária de depósitos judiciais	(c)		
Atualização monetária da provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	(c)		
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(c)		
Resultado na venda e baixa de ativo imobilizado, intangível, arrendamento e ativos não circulantes mantidos para venda	(c)		
Juros e variação cambial sobre arrendamentos	(c)		
Juros, variação cambial sobre empréstimos, financiamentos e debêntures, líquido dos custos de captação	(c) Ajustes Não-Caixa ao Lucro Líquido		
Atualização e variação cambial sobre outros ativos e passivos	(c)		
Reversão para perdas com imobilizado, intangível e arrendamentos	(c)		
Provisão (reversão de provisão) de planos de outorga de opções de compra de ações	(c)		
Provisão para perdas de crédito esperadas, líquida de reversões	(c)		
Provisão para perdas na realização dos estoques, líquida de reversões	(c)		
(Reversão) provisão para créditos de carbono	(c)		
Efeito de economia hiperinflacionária	(c)		
Outros ajustes para reconciliar o prejuízo do exercício	(c)		
Varições em:			
Contas a receber de clientes	(d2)		
Estoques	(d1)		
Impostos a recuperar	(d4)		
Outros ativos	(d4) Redução / (Aumento) no Capital de Giro		
Fornecedores nacionais e estrangeiros	(d3)		
Salários, participações nos resultados e encargos sociais, líquidos	(d4)		
Obrigações tributárias	(d4)		
Outros passivos	(d4)		
OUTROS FLUXOS DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS			
Pagamentos de imposto de renda e contribuição social	(e) Imposto de Renda e Contribuição Social		
Depósitos judiciais realizados líquidos de levantamentos	(h)		
Pagamentos relacionados a processos tributários, cíveis e trabalhistas	(h) Outras atividades operacionais		
Recebimento (desembolso) de recursos por liquidação de operações com derivativos	(g)		
Pagamento de juros sobre arrendamentos	(g) Lease Payments		
Pagamento de juros sobre empréstimos, financiamentos e debêntures	(f) Juros da dívida		
CAIXA LÍQUIDO UTILIZADO NAS ATIVIDADES OPERACIONAIS			
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO			
Caixa advindo de aquisição de controlada	(l) Outras atividades de investimento e financiam		
Adições de imobilizado e intangível	(i) Capex		
Recebimento pela venda de ativo imobilizado, intangível e ativos não circulantes mantidos para venda	(i) Venda de Ativos		
Aplicação em títulos e valores mobiliários	(l)		
Resgate de títulos e valores mobiliários	(l) Outras atividades de investimento e financiam		
Resgate de juros sobre aplicações e títulos de valores mobiliários	(l)		
CAIXA LÍQUIDO GERADO PELAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO			
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO			
Amortização de passivo de arrendamentos - principal	(g) Pagamentos de lease		
Amortização de empréstimos, financiamentos e debêntures - principal	(f)		
Captações de empréstimos, financiamentos e debêntures	(l)		
Compra de ações em tesouraria, líquido de recebimento do preço de exercício de op	(l) Outras atividades de investimento e financiam		
Recebimentos de recursos por liquidação de operações com derivativos	(l)		
Aumentos de Capital	(l)		
CAIXA LÍQUIDO GERADO PELAS (UTILIZADO NAS) ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO			
Efeito de variação cambial sobre o caixa e equivalentes de caixa	(k) Variação da taxa de câmbio		
REDUÇÃO NO CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA			
Saldo inicial do caixa e equivalentes de caixa			
Saldo final do caixa e equivalentes de caixa			
REDUÇÃO NO CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA			

BALANÇO CONSOLIDADO

ATIVOS (R\$ milhões)	Jun-22	Dez-21	PASSIVOS E PATRIMÔNIO LÍQUIDO (R\$ milhões)	Jun-22	Dez-21
ATIVOS CIRCULANTES			PASSIVOS CIRCULANTES		
Caixa e equivalentes de caixa	3.043,8	4.007,3	Empréstimos, financiamentos e debêntures	726,0	945,1
Títulos e valores mobiliários	1.231,8	1.978,7	Arrendamento mercantil	890,6	1.005,5
Contas a receber de clientes	3.251,7	3.476,4	Fornecedores e operações de "risco sacado"	5.716,5	6.770,6
Estoques	5.367,4	5.403,5	Dividendos e juros sobre o capital próprio a pagar	180,8	180,8
Impostos a recuperar	953,6	973,3	Salários, participações nos resultados e encargos sociais	961,9	1.255,3
Imposto de renda e contribuição social	258,3	564,5	Obrigações tributárias	619,0	766,4
Instrumentos financeiros derivativos	87,5	81,2	Imposto de renda e contribuição social	235,9	365,5
Outros ativos circulantes	849,6	912,2	Instrumentos financeiros derivativos	613,6	458,5
Ativos não circulantes mantidos para venda	45,4	52,9	Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	259,4	230,1
Total dos Ativos Circulantes	15.089,2	17.449,9	Outros passivos circulantes	1.435,3	1.716,1
ATIVOS NÃO-CIRCULANTES			Total dos Passivos Circulantes	11.638,9	13.693,9
Impostos a recuperar	1.334,3	1.349,6	PASSIVOS NÃO-CIRCULANTES		
Imposto de renda e contribuição social	176,6	84,7	Empréstimos, financiamentos e debêntures	12.313,5	11.771,8
Imposto de renda e contribuição social diferido	3.340,5	2.954,1	Arrendamento mercantil	2.451,3	2.542,3
Depósitos judiciais	588,8	585,3	Salários, participações nos resultados e encargos sociais	22,5	53,7
Instrumentos financeiros derivativos	-	894,0	Obrigações tributárias	113,6	114,8
Títulos e valores mobiliários	50,5	36,9	Imposto de renda e contribuição social diferidos	906,9	994,0
Outros ativos não circulantes	1.518,8	1.763,1	Instrumentos financeiros derivativos	23,1	0,0
Total dos Ativos realizável a Longo Prazo	7.009,6	7.667,7	Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	1.660,6	1.768,7
Imobilizado	5.025,8	5.377,4	Outros passivos não circulantes	951,0	942,5
Intangível	24.179,3	26.857,6	Total dos Passivos Não-Circulantes	18.442,5	18.187,9
Direito de Uso	3.027,0	3.096,0	PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
Total dos Ativos Não-Circulantes	39.241,7	42.998,6	Capital social	12.484,4	12.481,7
			Ações em tesouraria	(263,4)	(151,3)
			Reservas de capital	10.427,6	10.478,8
			Reservas de lucros	865,1	871,2
			Prejuízos acumulados	(1.409,8)	0,0
			Ajustes de avaliação patrimonial	2.127,2	4.865,2
			Patrimônio líquido atribuído aos acionistas controladores	24.231,1	28.545,6
			Participação dos acionistas não controladores no patrimônio líquido das controladas	18,4	21,2
TOTAL DOS ATIVOS	54.330,9	60.448,5	TOTAL DOS PASSIVOS E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	54.330,9	60.448,5

DEMONSTRAÇÃO DOS RESULTADOS CONSOLIDADOS – INCLUINDO ALOCAÇÃO DO PREÇO DE COMPRA (PPA)

R\$ milhões	2T-22	2T-21	Var. %	1S-22	1S-21	Var. %
RECEITA LÍQUIDA	8.702,4	9.517,2	(8,6)	16.955,7	18.972,2	(10,6)
Custo dos Produtos Vendidos	(3.216,8)	(3.318,3)	(3,1)	(6.162,4)	(6.640,8)	(7,2)
LUCRO BRUTO	5.485,6	6.198,9	(11,5)	10.793,3	12.331,5	(12,5)
DESPESAS OPERACIONAIS			0			0
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(3.706,2)	(4.045,4)	(8,4)	(7.391,7)	(8.052,8)	(8,2)
Despesas Administrativas, P&D, TI e Projetos	(1.729,4)	(1.816,3)	(4,8)	(3.262,7)	(3.444,0)	(5,3)
Perda por redução ao valor recuperável de contas a receber de cliente	(150,5)	(210,9)	(28,6)	(314,3)	(450,2)	(30,2)
Outras despesas operacionais, líquidas	(38,4)	(179,3)	(78,6)	(97,1)	(304,7)	(68,1)
(PREJUÍZO) LUCRO OPERACIONAL ANTES DO RESULTADO FINANC	(139,0)	(53,0)	162,3	(272,5)	79,7	(441,9)
Receitas Financeiras	1.960,4	1.225,5	60,0	3.314,7	2.264,4	46,4
Despesas Financeiras	(2.387,1)	(1.431,0)	66,8	(4.128,1)	(2.697,8)	53,0
PREJUÍZO ANTES DO IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCI	(565,8)	(258,5)	118,9	(1.085,9)	(353,7)	207,0
Imposto de Renda e Contribuição Social	(135,1)	527,4	(125,6)	(217,6)	437,3	(149,8)
PREJUÍZO DAS OPERAÇÕES CONTINUADAS	(700,9)	269,0	(360,6)	(1.303,5)	83,7	(1.658,2)
Lucro (Prejuízo) das Operações Descontinuadas	(66,1)	(36,7)	80,0	(105,7)	(8,0)	1.226,6
PREJUÍZO DO PERÍODO	(767,0)	232,2	(430,3)	(1.409,1)	75,7	(1.961,8)
Atribuível a acionistas controladores da Companhia	(766,7)	234,8	(426,5)	(1.409,8)	79,7	(1.869,5)
Atribuível a não-controladores	(0,2)	(2,6)	(90,5)	0,7	(4,0)	(116,8)

AMORTIZAÇÃO DA ALOCAÇÃO DO PREÇO DE COMPRA (PPA)

R\$ milhões	2T-22	2T-21	1S-22	1S-21
RECEITA LÍQUIDA	-	-	-	-
Custo dos Produtos Vendidos	(1,7)	(13,7)	(3,7)	(22,9)
LUCRO BRUTO	(1,7)	(13,7)	(3,7)	(22,9)
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(63,4)	(77,4)	(129,6)	(150,9)
Despesas Administrativas, P&D, TI e Projetos	(66,8)	(87,3)	0	(161,9)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	4,6	5,4	32,6	11,0
Receitas/(Despesas) Financeiras, líquidas	14,6	9,2	(38,9)	21,2
Imposto de Renda e Contribuição Social	(39,7)	117,7	0	162,8
PREJUÍZO LÍQUIDO	(152,4)	(45,9)	(139,6)	(140,7)
Depreciação	(132,6)	(174,9)	(38,9)	(343,3)

DEMONSTRAÇÃO CONSOLIDADA DO FLUXO DE CAIXA

	R\$ milhões	1S-22	1S-21
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS			
(Prejuízo) lucro líquido do período		(1.409,1)	75,7
Ajustes para reconciliar o (prejuízo) lucro líquido do período com o caixa líquido utilizado nas atividades operacionais:			
Depreciações e amortizações		1.278,9	1.395,3
Ganho com juros e variação cambial sobre títulos de valores mobiliários		(179,1)	(86,8)
Ganho (perda) decorrente de operações com derivativos "swap" e "forward"		559,0	(273,5)
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas		117,8	47,7
Atualização monetária de depósitos judiciais		(17,2)	(5,4)
Atualização monetária da provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas		23,5	32,7
Imposto de renda e contribuição social		217,6	(437,3)
Resultado na venda e baixa de ativo imobilizado, intangível, arrendamento e ativos não circulantes mantidos para venda		22,9	44,2
Juros e variação cambial sobre arrendamentos		95,1	180,7
Juros, variação cambial sobre empréstimos, financiamentos e debêntures, líquido dos custos de captação		(39,6)	(144,8)
Atualização e variação cambial sobre outros ativos e passivos		1,3	23,4
Reversão de provisão para perdas com imobilizado, intangível e arrendamentos		0,0	(4,3)
Provisão de planos de outorga de opções de compra de ações		144,2	131,8
Provisão para perdas de crédito esperadas, líquida de reversões		314,3	450,2
Provisão para perdas na realização dos estoques, líquida de reversões		201,8	217,1
Reversão de provisão para créditos de carbono		(6,8)	(3,3)
Efeito de economia hiperinflacionária		179,4	72,6
Outros ajustes para reconciliar o prejuízo do exercício		0,0	(1,3)
Variações em:			
Contas a receber de clientes e partes relacionadas		(101,7)	(180,9)
Estoques		(191,4)	(1.023,4)
Impostos a recuperar		(1,3)	(383,6)
Outros ativos		21,9	(15,7)
Fornecedores, operações de "risco sacado" e partes relacionadas		(641,2)	(260,0)
Salários, participações nos resultados e encargos sociais, líquidos		(329,5)	(82,3)
Obrigações tributárias		(153,1)	(235,4)
Outros passivos		(419,3)	(392,4)
OUTROS FLUXOS DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS			
Pagamentos de imposto de renda e contribuição social		(342,0)	(348,9)
Depósitos judiciais realizados líquidos de levantamentos		13,8	6,6
Pagamentos relacionados a processos tributários, cíveis e trabalhistas		(112,6)	(32,5)
(Pagamento) recebimento de recursos por liquidação de operações com derivativos		(256,7)	227,0
Pagamento de juros sobre arrendamentos		(77,7)	(105,7)
Pagamento de juros sobre empréstimos, financiamentos e debêntures		(362,7)	(426,9)
CAIXA (UTILIZADO NAS) GERADO PELAS ATIVIDADES OPERACIONAIS		(1.449,5)	(1.539,4)
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO			
Adições de imobilizado e intangível		(523,1)	(639,8)
Recebimento pela venda de ativo imobilizado, intangível e ativos não circulantes mantidos para venda		3,7	13,4
Aplicação em títulos e valores mobiliários		(4.753,0)	(5.630,4)
Resgate de títulos e valores mobiliários		5.446,7	4.614,4
Resgate de juros sobre títulos de valores mobiliários		59,9	41,9
CAIXA LÍQUIDO GERADO PELAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO		234,1	(1.600,5)
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO			
Amortização de passivo de arrendamentos - principal		(526,7)	(579,6)
Amortização de empréstimos, financiamentos e debêntures - principal		(3.638,7)	(5.511,9)
Captações de empréstimos, financiamentos e debêntures		4.727,0	6.335,7
Compra de ações em tesouraria, líquido de recebimento do preço de exercício de opções		(120,3)	(21,0)
(Pagamento) recebimento de recursos por liquidação de operações com derivativos financeiros		109,2	1.615,8
Aumentos de Capital		2,7	0,0
CAIXA LÍQUIDO GERADO PELAS (UTILIZADO NAS) ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO		553,2	1.839,1
Efeito de variação cambial sobre o caixa e equivalentes de caixa		(301,3)	(16,0)
REDUÇÃO NO CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA		(963,4)	(1.316,9)
Saldo inicial do caixa e equivalentes de caixa		4.007,3	5.821,7
Saldo final do caixa e equivalentes de caixa		3.043,8	4.504,8
REDUÇÃO NO CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA		(963,4)	(1.316,9)

7. Teleconferência e *webcast*

Natura &Co (B3: NTCO3 / NYSE: NTCO)

convida você para participar da teleconferência sobre os resultados do 2T-22:

Sexta-feira, 12 de agosto de 2022

09:00 Nova Iorque

10:00 Brasília

14:00 Londres

—
A teleconferência será em Inglês com tradução simultânea para o Português

Para conectar-se à teleconferência:

Brasil: +55 11 31818565 / Dial in: +55 11 4090-1621

EUA: grátis: +1 844 204-8942 / Dial in: +1 412 717-9627

U.K.: +44 20 3795 9972

—
Código da conferência: Natura
Para acessar o [webcast](#): [clique aqui](#)

A Divulgação dos Resultados do 2T-22 ocorrerá no dia 11 de agosto de 2022, quinta-feira, após o fechamento do mercado, em: <http://ri.naturaeco.com/pt-br/>

Em linha com as melhores práticas de governança corporativa, a Companhia informa que estará em período de silêncio de 13 de julho de 2022 até a divulgação dos resultados.

—
Natura &Co Equipe de RI | ri@natura.net

AVON   Aēsop.

natura &co



8. Glossário

ABIHPEC: Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos

ADR: American Depositary Receipt. É um programa de emissão de ações negociadas por uma empresa não baseada nos Estados Unidos na bolsa americana.

ADS: American Depositary Shares. É a emissão individual de uma ação por uma empresa não baseada nos Estados Unidos, negociada na bolsa americana.

EBITDA Ajustado: Exclui efeitos que não são considerados usuais, recorrentes ou não comparáveis entre os períodos em análise.

APAC: Ásia e Pacífico

Representantes Avon: Revendedoras autônomas que não possuem vínculo formal de trabalho com a Avon.

B3: Bolsa de Valores de São Paulo

Compartilhamento de benefícios: De acordo com a Política Natura de Uso Sustentável da Biodiversidade e Conhecimentos Tradicionais Associados, os benefícios são compartilhados sempre que percebemos diversas formas de valor no acesso conquistado. Portanto, uma das práticas que define a forma como esses recursos são divididos é associar os pagamentos à quantidade de matérias-primas produzidas em cada fábrica, bem como ao sucesso comercial dos produtos nos quais essas matérias-primas são utilizadas.

PBS: Pontos base; um ponto base é equivalente a um ponto percentual * 100

Brand Power: Uma metodologia utilizada pela Natura &Co para medir como suas marcas são percebidas pelos consumidores, com base em métricas de significância, diferenciação e relevância.

BRL: Reais

CDI: Certificado de depósito interbancário

CFT: Mercado de Cosméticos, Fragrâncias e Produtos Desocupados (CFT = Fragrâncias, Cuidado com o Corpo e Umidade do Óleo, Maquiagem (sem Unhas), Cuidados faciais, Cuidados com o Cabelo (sem Corantes), Sabonetes, Desodorantes, Limpeza Masculina (sem Lâminas) e Proteção solar.

CEE: Europa Central e Oriental

CPV: Custo dos Produtos Vendidos

Constant currency ("MOEDA CONSTANTE) ou taxas de câmbio constantes: quando as taxas de câmbio usadas para converter dados financeiros em uma moeda de relatório são as mesmas para os anos em comparação, excluindo os efeitos de flutuação de moeda estrangeira.

CO₂e: Equivalente de dióxido de carbono; para qualquer quantidade e tipo de gás de efeito estufa, CO₂ e significa a quantidade de CO₂ que teria o impacto do aquecimento global equivalente.

EBITDA: Sigla em inglês para Earnings Before Interests, Taxes, Depreciation and Amortization, que em português significa Lucro Antes dos Juros, Imposto de Renda, Depreciação e Amortização.

EMEA: Europa, Oriente Médio e África.

EP&L: Lucro e prejuízo ambiental (ou "contabilidade ambiental")

Foreign currency translation: conversion of figures from a foreign currency into the currency of the reporting entity

G&A: Despesas gerais e administrativas.

GEE: gases de efeito estufa

ICON: índice Consumo da bolsa de valores B3, que visa monitorar variação das ações negociadas e que representam o consumo cíclico e não cíclico.

Índice de Inovação: Participação nos últimos 12 meses na venda de produtos lançados nos últimos 24 meses

IBOV: Índice Ibovespa é o principal indicador de desempenho das ações negociadas no B3 e lista as principais empresas do mercado de capitais brasileiro

IFRS: International Financial Reporting Standards

Kantar: Empresa de dados, insights e consultoria com presença global

Latam Hispânica/América Hispânica: frequentemente usado para se referir aos países da América Latina, exceto o Brasil

LFL: Like-for-Like, aplicável para medir o crescimento comparável

Consultora Natura: Revendedoras autônomas que não possuem vínculo formal de trabalho com a Natura

Programa Natura Crer Para Ver (CPV): Linha especial de produtos não cosméticos cujos lucros são repassados ao Instituto Natura, no Brasil, e investidos pela Natura em ações sociais nos demais países onde atuamos. Nossos consultores promovem essas vendas em benefício da sociedade e não obtêm ganhos.

Instituto Natura: é uma organização sem fins lucrativos criada em 2010 para fortalecer e expandir nossas iniciativas de Investimento Social Privado. O instituto tem nos permitido alavancar nossos esforços e investimentos em ações que contribuam para a qualidade do ensino público

NYSE: Bolsa de Valores de Nova York

P&L: Lucro e perda

PP: ponto percentual

PPA: Alocação do Preço de Compra - efeitos da avaliação do valor justo de mercado como resultado de uma combinação de negócios

Participação nos lucros: a participação nos lucros alocada aos funcionários no âmbito do programa de participação nos lucros

SEC: A Securities and Exchange Commission (SEC) dos EUA é uma agência reguladora independente do governo federal responsável por proteger os investidores, manter o funcionamento justo e ordenado dos mercados de títulos e facilitar a formação de capital

SG&A: Despesas com vendas, gerais e administrativas

SM&L: Despesas de vendas, marketing e logística

SLB: Sustainability-Linked Bond

Comunidades Fornecedoras: As comunidades de pessoas envolvidas em atividades agropecuárias e extrativistas de pequena escala em diversas localidades do Brasil, especialmente na Região Amazônica, que extraem da socio biodiversidade os insumos utilizados em nossos produtos. Formamos cadeias produtivas com essas comunidades a partir de preços justos, repartição dos benefícios do acesso ao patrimônio genético e conhecimento tradicional associado e apoio a projetos locais de desenvolvimento sustentável. Esse modelo de negócio tem se mostrado eficaz na geração de valor social, econômico e ambiental para a Natura e para as comunidades.

Sinergias: Sinergia é o conceito de que o valor e o desempenho de duas empresas combinadas serão maiores do que a soma das partes individuais separadas.

SPT: Metas de Performance de Sustentabilidade

SSS: Vendas na mesma loja

TBS: The Body Shop.

TMEA: Turquia, Oriente Médio e África

UNI: Underlying Net Income

WE: Europa Oriental

9. Aviso Legal

O EBITDA não é uma medida em BR GAAP e não representa o fluxo de caixa para os períodos apresentados. O EBITDA não deve ser considerado uma alternativa ao lucro líquido como um indicador de desempenho operacional ou uma alternativa ao fluxo de caixa como um indicador de liquidez. O EBITDA não tem significado padronizado e a definição de EBITDA utilizada pela Natura pode não ser comparável com a utilizada por outras empresas. Embora o EBITDA não forneça, de acordo com o BR GAAP, uma medida de fluxo de caixa, a Administração adotou seu uso para medir o desempenho operacional da Empresa. A Natura também acredita que determinados investidores e analistas financeiros utilizam o EBITDA como um indicador de desempenho de suas operações e / ou de sua geração de caixa.

Este relatório contém declarações prospectivas. Estas declarações prospectivas não são fatos históricos, mas refletem os desejos e expectativas da administração da Natura. Palavras como "antecipar", "desejar", "esperar", "prever", "pretender", "planejar", "prever", "projetar", "desejar" e termos semelhantes identificam afirmações que necessariamente envolvem riscos conhecidos e desconhecidos. Os riscos conhecidos incluem incertezas que não se limitam ao impacto do preço e da competitividade do produto, a aceitação dos produtos pelo mercado, as transições dos produtos da Empresa e de seus concorrentes, aprovação regulatória, flutuações cambiais, dificuldades de fornecimento e produção e mudanças em vendas de produtos, entre outros riscos. Este relatório também contém alguns dados pró-forma, que são preparados pela Empresa exclusivamente para fins informativos e de referência e, como tal, não foram auditados. Este relatório está atualizado até a presente data e a Natura não se compromete a atualizá-lo em caso de novas informações e / ou eventos futuros.

Equipe de Relações com Investidores
ri@natura.net