

São Paulo, 14 de agosto de 2023

2T-23: Melhoria contínua do EBITDA ajustado, impulsionado principalmente pela margem bruta

Bom momento da marca Natura na América Latina (em meio ao início da Onda2); Avon International apresenta mais um trimestre com tendências de melhora; A receita da The Body Shop permanece desafiadora

- **A Receita Líquida consolidada no 2T23** totalizou R\$ 7,8 bilhões, +1,9% vs. 2T22 em moeda constante ("CC") e queda de -4,1% em reais na comparação anual. O crescimento em CC foi impulsionado novamente pelo forte desempenho de Natura Latam (+19,5% em CC). No entanto, isso foi parcialmente compensado por desafios contínuos na The Body Shop (-12,5% em CC) e pela queda, já esperada, na categoria Casa e Estilo da Avon na América Latina (-36,9% em CC), relacionadas à preparação da Onda 2 em alguns países. A dinâmica de receita da Avon International continua melhorando (-1,3% A/A, em comparação a -7,5% A/A no último trimestre)
- **O Lucro Bruto consolidado do 2T23** foi de R\$ 5,1 bilhões, com margem bruta de 65,4%, uma alta de +430 bps em relação ao 2T22. A margem melhorou em relação ao ano anterior em todas as unidades de negócios. A melhora foi gerada por preços e mix, que mais do que compensaram a inflação persistente e as pressões cambiais
- **O EBITDA Ajustado do 2T23** foi de R\$ 753 milhões, com margem de 9,7% (+230 bps na comparação ano a ano), impulsionado pela forte melhoria na margem bruta e por um contínuo e rígido controle de custos na TBS e na holding, mas foi parcialmente compensado pelos investimentos planejados em Natura &Co Latam e na Avon International
- **Prejuízo Líquido de R\$ 732 milhões no 2T23**, praticamente em linha com o ano anterior. O aumento no EBITDA ajustado e reportado foi parcialmente compensado por maiores perdas com operações descontinuadas (impactado principalmente por uma margem menor na Aesop)
- **A Dívida Líquida do 2T23 (excluindo *leasing*) ficou em R\$ 10,0 bilhões (de R\$ 9,4 bilhões no 1T23)**. A melhora do EBITDA reportado na comparação ano a ano, combinado a uma melhor dinâmica de capital de giro operacional em todas as unidades de negócios, resultou em um menor consumo sazonal de caixa da perspectiva de fluxo de caixa livre para empresa. No entanto maiores despesas financeiras líquidas, ainda impactam o fluxo de caixa livre *to equity* consequentemente, os números gerais da dívida líquida. Em um evento subsequente, Natura &Co pagou 87% dos títulos Avon 2043 por meio de uma oferta pública em dinheiro no valor de US\$ 246 milhões. Este pagamento é um passo importante para a estratégia de gestão de passivos da Companhia, pois remove certas cláusulas restritivas e melhora o custo médio da dívida

Resultado Consolidado	2T-23	2T-22	Δ	1S-23	1S-22	Δ
Receita Líquida	7.773,5	8.108,3	-4,1%	15.093,7	15.719,3	-4,0%
Varição em Moeda Constante			1,9%			2,0%
Lucro Bruto	5.085,6	4.951,4	2,7%	9.911,1	9.679,4	2,4%
<i>Margem bruta</i>	65,4%	61,1%	430 bps	65,7%	61,6%	410 bps
EBITDA Reportado	455,7	394,2	15,6%	1.086,6	770,2	41,1%
<i>Margem EBITDA reportada</i>	5,9%	4,9%	100 bps	7,2%	4,9%	230 bps
EBITDA Ajustado	753,1	598,4	25,8%	1.465,1	1.054,5	38,9%
<i>Margem EBITDA ajustada</i>	9,7%	7,4%	230 bps	9,7%	6,7%	300 bps
Lucro (Prejuízo) Líquido atribuído aos acionistas controladores	(731,9)	(766,8)	-4,6%	(1.384,3)	(1.409,8)	-1,8%
<i>Margem líquida</i>	-9,4%	-9,5%	10 bps	-9,2%	-9,0%	-20 bps

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

"O desempenho de Natura &Co no segundo trimestre dá sequência à melhora já observada no primeiro trimestre, com crescimento de receita líquida de um dígito baixo em moeda constante e um avanço significativo na margem EBITDA ajustada. Isso foi impulsionado principalmente pela margem bruta, beneficiada pelos efeitos do mix, parcialmente compensados por investimentos e pela inflação. O lucro líquido continua impactado pelas elevadas despesas financeiras, que serão endereçadas na conclusão da venda da Aesop, prevista para ocorrer no terceiro trimestre de 2023.

A conversão de caixa continua sendo nosso foco principal e, neste trimestre, observamos uma melhora ainda maior na dinâmica do capital de giro operacional, compensando parcialmente o consumo de caixa sazonal no período. Seguimos impulsionando nossa melhoria de conversão de caixa, principalmente através do capital de giro, otimização do Capex líquido, entre outros e continuamos a identificar oportunidades a serem capturadas em cada uma dessas frentes, embora possamos enfrentar alguma volatilidade de trimestre para trimestre. O 2T23 também foi um trimestre marcante para nós, pois iniciamos a Onda 2 no Peru e Colômbia, e com resultados iniciais bastante interessantes. Nesses dois mercados, vimos uma aceleração relevante de *cross-selling* entre marcas e, mais importante, um crescimento significativo da produtividade no mercado CFT, resultando em maior prosperidade para nossas consultoras de beleza. Ao entrarmos no 2º semestre, nosso foco se volta para o lançamento da Onda 2 no Brasil. Estamos satisfeitos com os aprendizados iniciais do Peru e da Colômbia, e confiantes de que eles nos ajudarão a entregar resultados sólidos não só para nosso maior mercado na região, como para os outros que virão.

ESG continua na vanguarda da nossa estratégia e tenho o prazer de anunciar que Natura &Co obteve a aprovação da *Science Based Targets Initiative (SBTi)* para seu ambicioso plano de reduzir as emissões de gás de efeito estufa dos escopos absolutos 1, 2 e 3 em 42% até 2030, tendo 2020 como ano base. Nossa meta está alinhada com a trajetória de 1,5°C de redução da temperatura global, exigida pelo Acordo de Paris.

Nossos resultados melhoraram no primeiro semestre de 2023, mas ainda não estamos satisfeitos com eles. Estamos trabalhando para entregar nossa estratégia e continuamos posicionando Natura &Co no caminho para uma forte rentabilidade e baixa alavancagem. Isso nos permitirá buscar um crescimento significativo e sustentável no futuro. Fechar a venda da Aesop, implementar a Onda 2 na América Latina, trabalho contínuo para simplificar e transformar nossos ativos internacionais enquanto entregamos nossa agenda ESG são passos fundamentais para alcançarmos nossa ambição."

Todos os números apresentados neste documento consideram a Aesop como uma operação descontinuada. O Apêndice 4 contém os resultados da operação da Aesop como um segmento

Principais Resultados Financeiros por Unidade de Negócios

	2T-23 vs. 2T-22					1S-23 vs. 1S-22				
	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	7.773,5	-4,1%	1,9%	9,7%	230 bps	15.093,7	-4,0%	2,0%	9,7%	300 bps
Natura &Co Latam	5.462,9	-1,7%	5,8%	13,3%	250 bps	10.326,6	0,2%	7,3%	13,2%	320 bps
Avon International	1.510,3	-8,1%	-1,3%	4,4%	110 bps	3.116,9	-10,6%	-4,5%	5,3%	140 bps
The Body Shop	800,3	-12,0%	-12,5%	5,4%	210 bps	1.650,2	-14,4%	-10,9%	5,8%	90 bps

• **Natura &Co Latam:** A receita líquida do 2T23 cresceu +5,8% em CC e -1,7% em reais, impulsionada pelo sólido crescimento de dois dígitos em CC na marca Natura, mas parcialmente compensada por uma queda acentuada na categoria Casa e Estilo, e pelo declínio de um dígito médio em CC na categoria de beleza da marca Avon

- **Marca Natura na América Latina:** A receita líquida aumentou +19,5% no 2T23 em CC e +12,2% em reais, mais um trimestre de sólido crescimento no Brasil e crescimento adicional na América Hispânica (semelhante ao último trimestre). **No Brasil**, a receita líquida cresceu +14,7% no 2T23, apoiada por fortes campanhas para o dia das mães e dia dos namorados. A receita líquida **na América Hispânica** cresceu +30,0% em CC e +7,7% em reais. As receitas no Peru e na Colômbia cresceram de maneira acelerada, impulsionadas principalmente pelo lançamento da Onda 2 nesses países. Excluindo a Argentina, a receita nos mercados hispânicos cresceu um dígito médio em CC, ainda impactada por um desempenho mais fraco do Chile
- **Marca Avon na América Latina (somente categoria beleza):** A receita líquida caiu -4,0% em CC. **No Brasil**, a receita líquida apresentou leve queda (de -1,8%), já que a preparação da implantação da Onda 2 na região teve impacto no canal de distribuição. **Nos mercados hispânicos**, a receita líquida se deteriorou em -5,6% em CC no 2T23, principalmente por uma queda no México e no Chile. No entanto, a produtividade na categoria de beleza por representante melhorou novamente, registrando crescimento significativo em comparação com o ano anterior
- **A categoria Casa e Estilo** (anteriormente conhecida como Moda e Casa) apresentou um declínio mais acentuado em CC, de -36,9% na comparação anual, conforme esperado, em linha com nossa estratégia de otimização de portfólio. Ambas as regiões, Brasil e Hispânica, mostraram forte queda de receita em CC em relação ao ano anterior, em -28,5% e -39,9%, respectivamente, em meio à preparação do lançamento da Onda 2 no Brasil e ao lançamento propriamente dito no Peru e na Colômbia
- **A margem EBITDA ajustada do 2T de Natura &Co Latam** foi de 13,3% (+250 bps na comparação anual), impulsionada principalmente pela forte expansão da margem bruta ano a ano, mas parcialmente compensada por investimentos em VG&A e na desalavancagem da Avon nos mercados hispânicos, conforme esperado. Os investimentos estão relacionados majoritariamente às despesas de marketing e P&D da Natura em meio ao lançamento da Onda 2

• Avon International

- **A receita líquida do 2T** ficou praticamente estável (-1,3%) em CC na comparação anual e caiu -8,1% em reais, com crescimento em TMEA e CEE, impulsionada pela disciplina na execução de nossa estratégia de repasse de preço, bem como melhora na dinâmica do canal (apesar do impacto esperado na rede de distribuição, de -15% em relação ao ano anterior, devido as mudanças que estão em andamento no modelo comercial). A categoria Beleza subiu +3% ano a ano, enquanto Casa e Estilo manteve a tendência do último trimestre, com queda acentuada em meio à redução planejada de portfólio de mais de 50% dos SKUs
- **A margem EBITDA ajustada do 2T** foi de 4,4%, uma alta de +110 bps na comparação ano a ano. A expansão de +460 bps na margem bruta, impulsionada pelo aumento de preços (como no primeiro trimestre de 2023) e por um mix de produtos positivo, por meio de uma melhor contribuição de inovação e de produtos principais, mais do que compensando o investimento em mercados líderes e faseamento de despesas neste trimestre

• The Body Shop

- **A receita líquida do 2T23** foi de R\$ 800 milhões, uma queda de -12,5% em CC e -12,0% em reais. As vendas combinadas dos principais canais de distribuição (lojas, e-commerce e franquia) apresentaram queda de um dígito médio em CC no 2T23, ligeiramente pior do que no 1T23, enquanto o canal The Body Shop at Home continua em queda acentuada. As vendas no varejo por meio dos principais canais de distribuição apresentaram um *same-store-sales* de -3,5%
- **A margem EBITDA ajustada do 2T** atingiu 5,4%, um alta de +210 bps na comparação ano a ano, apesar da desalavancagem operacional, impulsionada por uma ligeira expansão da margem bruta e o por um rígido controle de custos (segundo a tendência dos trimestres anteriores). A melhoria em VG&A (excluindo depreciação) em relação ao ano anterior foi impulsionada principalmente pelos custos de aluguel em meio ao processo de otimização da presença geográfica das lojas e despesas com colaboradores, de acordo com a reestruturação anunciada previamente este ano

1. Análise de Resultados

A segmentação do grupo é composta de:

- Natura &Co Latam, que inclui todas as marcas na região: Natura, Avon e The Body Shop
- Avon International, que inclui todos os mercados, excluindo América Latina, e
- The Body Shop, exceto 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 International			The Body Shop		
	2T-23 ^c	2T-22 ^c	Var. %	2T-23 ^c	2T-22 ^c	Var. %	2T-23 ^c	2T-22 ^c	Var. %	2T-23	2T-22	Var. %
Receita bruta	10.185,8	10.604,8	(4,0)	7.274,0	7.284,4	(0,1)	1.795,1	2.099,7	(14,5)	1.116,6	1.220,7	(8,5)
Receita líquida	7.773,5	8.108,3	(4,1)	5.462,9	5.555,0	(1,7)	1.510,3	1.643,8	(8,1)	800,3	909,4	(12,0)
CMV	(2.687,9)	(3.156,8)	(14,9)	(1.956,9)	(2.274,0)	(13,9)	(553,6)	(678,2)	(18,4)	(177,5)	(204,6)	(13,2)
Lucro bruto	5.085,6	4.951,4	2,7	3.506,0	3.281,0	6,9	956,7	965,5	(0,9)	622,8	704,9	(11,6)
Despesas com vendas, marketing e logística	(3.497,4)	(3.533,8)	(1,0)	(2.259,5)	(2.167,3)	4,3	(701,8)	(762,4)	(7,9)	(536,2)	(604,1)	(11,2)
Despesas Adm., P&D, TI e projetos	(1.317,3)	(1.303,6)	1,1	(757,4)	(756,6)	0,1	(346,6)	(315,1)	10,0	(213,4)	(232,8)	(8,3)
Despesas corporativas	(83,6)	(88,7)	(5,7)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outras receitas / (despesas) operacionais, líquidas	(80,2)	91,3	(187,8)	(4,5)	18,7	(124,0)	(46,4)	111,1	(141,8)	(29,2)	(38,5)	(24,1)
Custos de transformação / integração / reestruturação do grupo	(239,1)	(281,6)	(15,1)	(98,7)	(99,9)	(1,2)	(138,8)	(25,5)	443,6	-	-	-
Depreciação	587,8	559,1	5,1	239,0	226,0	5,8	169,5	168,6	0,6	179,3	164,6	8,9
EBITDA	455,7	394,2	15,6	625,0	501,8	24,6	(107,4)	142,2	(175,5)	23,3	(5,8)	(499,2)
Depreciação	(587,8)	(559,1)	5,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Receitas / (despesas) financeiras, líquidas	(402,1)	(430,5)	(6,6)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lucro antes do IR / CSLL	(534,2)	(595,4)	(10,3)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Imposto de renda e contribuição social	(98,6)	(128,1)	(23,0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Operações descontinuadas ^d	(99,1)	(43,5)	127,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lucro líquido (prejuízo) consolidado	(731,9)	(767,0)	(4,6)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Participação dos acionistas não controladores	0,1	0,2	(75,7)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lucro líquido (prejuízo) atribuído aos acionistas controladores	(731,9)	(766,8)	(4,6)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Margem bruta	65,4%	61,1%	430 bps	64,2%	59,1%	510 bps	63,3%	58,7%	460 bps	77,8%	77,5%	30 bps
Desp. com vendas marketing e logística como % receita líquida	(45,0)%	(43,6)%	-140 bps	(41,4)%	(39,0)%	-240 bps	(46,5)%	(46,4)%	-10 bps	(67,0)%	(66,4)%	-60 bps
Desp. Adm., P&D, TI e projetos como % receita líquida	(16,9)%	(16,1)%	-80 bps	(13,9)%	(13,6)%	-30 bps	(22,9)%	(19,2)%	-370 bps	(26,7)%	(25,6)%	-110 bps
Margem EBITDA	5,9%	4,9%	100 bps	11,4%	9,0%	240 bps	(7,1)%	8,6%	-1570 bps	2,9%	(0,6)%	350 bps
Margem líquida	(9,4)%	(9,5)%	10 bps	-	-	-	-	-	-	-	-	-

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

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

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

^d 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 International			The Body Shop		
	1S-23 ^c	1S-22 ^c	Var. %	1S-23 ^c	1S-22 ^c	Var. %	1S-23 ^c	1S-22 ^c	Var. %	1S-23	1S-22	Var. %
Receita bruta	19.743,2	20.525,8	(3,8)	13.719,3	13.571,1	1,1	3.716,1	4.307,1	(13,7)	2.307,7	2.647,4	(12,8)
Receita líquida	15.093,7	15.719,3	(4,0)	10.326,6	10.306,6	0,2	3.116,9	3.485,7	(10,6)	1.650,2	1.926,8	(14,4)
CMV	(5.182,6)	(6.039,8)	(14,2)	(3.698,7)	(4.189,1)	(11,7)	(1.124,8)	(1.422,8)	(20,9)	(359,2)	(427,7)	(16,0)
Lucro bruto	9.911,1	9.679,4	2,4	6.627,9	6.117,5	8,3	1.992,1	2.062,9	(3,4)	1.291,0	1.499,1	(13,9)
Despesas com vendas, marketing e logística	(6.817,8)	(7.042,8)	(3,2)	(4.263,5)	(4.159,5)	2,5	(1.456,6)	(1.610,9)	(9,6)	(1.097,7)	(1.272,2)	(13,7)
Despesas Adm., P&D, TI e projetos	(2.628,2)	(2.551,6)	3,0	(1.472,5)	(1.429,0)	3,0	(718,8)	(661,2)	8,7	(436,8)	(463,5)	(5,8)
Despesas corporativas	(153,8)	(198,6)	(22,6)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outras receitas / (despesas) operacionais, líquidas	(91,9)	111,3	(182,6)	29,5	55,7	(47,1)	(45,8)	111,0	(141,2)	(75,6)	(46,5)	62,5
Custos de transformação / integração / reestruturação do grupo	(324,1)	(361,7)	(10,4)	(124,8)	(135,2)	(7,7)	(196,3)	(65,9)	198,1	-	-	-
Depreciação	1.191,3	1.134,1	5,0	465,9	445,5	4,6	358,6	347,0	3,4	366,8	342,0	7,3
EBITDA	1.086,6	770,2	41,1	1.262,6	895,0	41,1	(66,9)	183,0	(136,6)	47,7	58,9	(19,0)
Depreciação	(1.191,3)	(1.134,1)	5,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Receitas / (despesas) financeiras, líquidas	(878,4)	(791,5)	11,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lucro antes do IR / CSLL	(983,1)	(1.155,4)	(14,9)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Imposto de renda e contribuição social	(181,4)	(198,1)	(8,4)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Operações descontinuadas ^d	(219,6)	(55,5)	295,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lucro líquido (prejuízo) consolidado	(1.384,1)	(1.409,0)	(1,8)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Participação dos acionistas não controladores	(0,2)	(0,7)	(64,2)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lucro líquido (prejuízo) atribuído aos acionistas controladores	(1.384,3)	(1.409,8)	(1,8)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Margem bruta	65,7%	61,6%	410 bps	64,2%	59,4%	480 bps	63,9%	59,2%	470 bps	78,2%	77,8%	40 bps
Desp. com vendas marketing e logística como % receita líquida	(45,2)%	(44,8)%	-40 bps	(41,3)%	(40,4)%	-90 bps	(46,7)%	(46,2)%	-50 bps	(66,5)%	(66,0)%	-50 bps
Desp. Adm., P&D, TI e projetos como % receita líquida	(17,4)%	(16,2)%	-120 bps	(14,3)%	(13,9)%	-40 bps	(23,1)%	(19,0)%	-410 bps	(26,5)%	(24,1)%	-240 bps
Margem EBITDA	7,2%	4,9%	230 bps	12,2%	8,7%	350 bps	(2,1)%	5,3%	-740 bps	2,9%	3,1%	-20 bps
Margem líquida	(9,2)%	(9,0)%	-20 bps	-	-	-	-	-	-	-	-	-

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

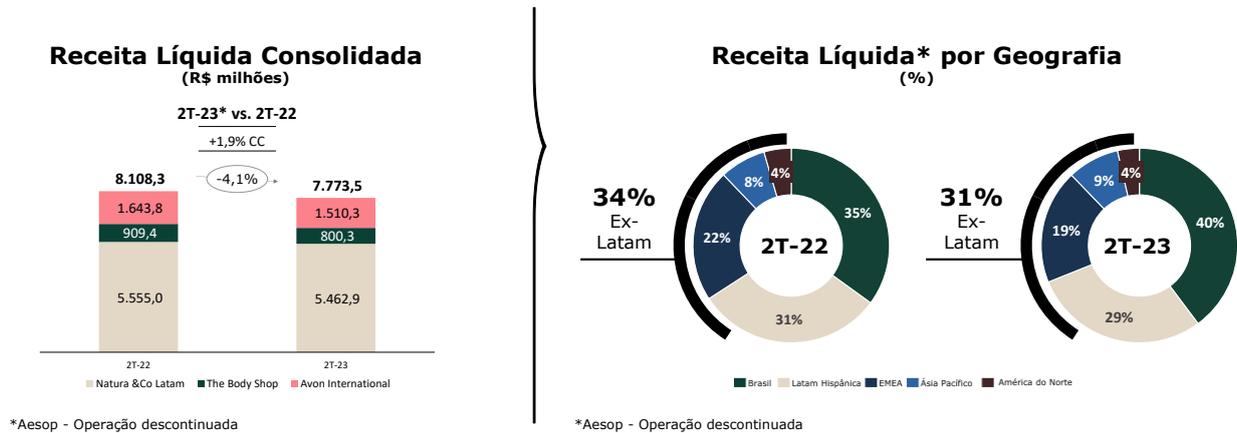
^b Natura &Co Latam: inclui Natura, Avon, TBS Brasil e Latam hispânica, Aesop Brasil e &Co Pay

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

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

Receita Líquida Consolidada

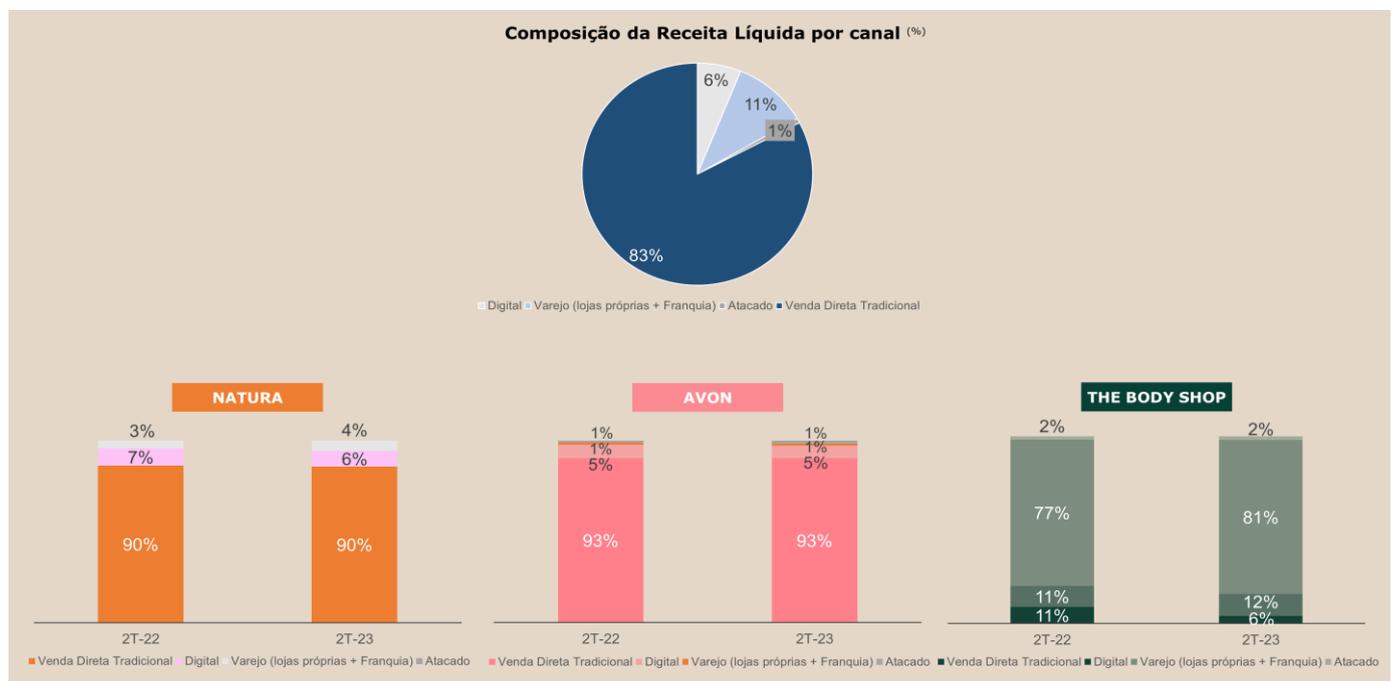
- A receita líquida consolidada do 2T23 foi de R\$ 7.774 milhões, +1,9% em CC ano a ano, e apresentou queda de -4,1% em reais, refletindo o forte desempenho da marca Natura e a melhora da Avon International, parcialmente compensada pelos desafios persistentes na The Body Shop e na categoria Casa e Estilo na América Latina, conforme esperado desde o início
- Com operações em aproximadamente 90 países, 31% da receita líquida veio de fora da América Latina



Quebra dos Canais de Distribuição

As vendas digitais, que incluem vendas online e *social selling*, mostraram tendências mistas. A marca Natura, mesmo com menor nível de descontos no canal de e-commerce voltaram a apresentar crescimento positivo em relação ao ano anterior, porém abaixo do crescimento consolidado, levando a uma leve queda como percentual da receita líquida (~1 p.p.). Em Avon, a penetração ficou estável em 1%, enquanto aumentou ligeiramente como percentual da receita líquida na The Body Shop, devido à grande queda do canal at Home.

Uso da ferramenta digital: Para a Natura na América Latina, a penetração do canal digital (Consultoras que acessaram pelo menos uma vez a revista digital ou o aplicativo durante o trimestre) atingiu impressionantes 82,9% no 2T23, crescimento de 2,3 p.p. em base anual. Além disso, na Avon International, a penetração do aplicativo Avon On (Representantes ativas que fizeram login pelo menos uma vez nas últimas três campanhas) alcançou 30,6% no 2T23, +7,7 p.p. em comparação ao ano anterior.



Margem Bruta

- A margem bruta consolidada foi de 65,4% no 2T23, +430 bps vs. 2T22
- Neste trimestre, todas as unidades de negócios apresentaram expansão em relação ao ano anterior, beneficiadas pelo aumento de preços e por um mix favorável, mais do que compensando o ambiente inflacionário persistente e a pressão cambial
- A expansão da margem bruta em base anual do 2T23 de +430 bps foi ainda maior do que a apresentada no 1T23 (+370 bps A/A). A principal surpresa positiva veio da Natura & Co Latam em meio a um mix mais rico das marcas e países (com Natura Brasil apresentando maior proporção da receita)

Margem Bruta 2T23

R\$ milhões	Consolidado			Natura &Co Latam			Avon International			The Body Shop		
	2T-23	2T-22	Var. %	2T-23	2T-22	Var. %	2T-23	2T-22	Var. %	2T-23	2T-22	Var. %
Receita líquida	7.773,5	8.108,3	(4,1)	5.462,9	5.555,0	(1,7)	1.510,3	1.643,8	(8,1)	800,3	909,4	(12,0)
CMV	(2.687,9)	(3.156,8)	(14,9)	(1.956,9)	(2.274,0)	(13,9)	(553,6)	(678,2)	(18,4)	(177,5)	(204,6)	(13,2)
Lucro bruto	5.085,6	4.951,4	2,7	3.506,0	3.281,0	6,9	956,7	965,5	(0,9)	622,8	704,9	(11,6)
Margem bruta	65,4%	61,1%	430 bps	64,2%	59,1%	510 bps	63,3%	58,7%	460 bps	77,8%	77,5%	30 bps

Margem Bruta 1S23

R\$ milhões	Consolidado			Natura &Co Latam			Avon International			The Body Shop		
	1S-23	1S-22	Var. %	1S-23	1S-22	Var. %	1S-23	1S-22	Var. %	1S-23	1S-22	Var. %
Receita líquida	15.093,7	15.719,3	(4,0)	10.326,6	10.306,6	0,2	3.116,9	3.485,7	(10,6)	1.650,2	1.926,8	(14,4)
CMV	(5.182,6)	(6.039,8)	(14,2)	(3.698,7)	(4.189,1)	(11,7)	(1.124,8)	(1.422,8)	(20,9)	(359,2)	(427,7)	(16,0)
Lucro bruto	9.911,1	9.679,4	2,4	6.627,9	6.117,5	8,3	1.992,1	2.062,9	(3,4)	1.291,0	1.499,1	(13,9)
Margem bruta	65,7%	61,6%	410 bps	64,2%	59,4%	480 bps	63,9%	59,2%	470 bps	78,2%	77,8%	40 bps

Despesas Operacionais

- As despesas consolidadas de **Vendas, Marketing e Logística** atingiram 45,0% da receita líquida (+140 bps vs. 2T22), enquanto as despesas consolidadas **administrativas, P&D, TI e Projetos** atingiram 16,9% da receita líquida (+80 bps em uma base anual). **As despesas VG&A** (ambas as linhas acima combinadas) aumentaram +220 bps no 2T23 em comparação com o mesmo período do ano anterior, impactadas principalmente pela aceleração da depreciação na The Body Shop, investimentos em marketing na marca Natura e por um aumento de despesas G&A na Avon International (explicado principalmente pelo faseamento de despesas)
- As despesas corporativas** atingiram R\$ 84 milhões, uma redução de -5,7% em relação ao ano anterior e de -43,7% vs. 2T21, beneficiadas pelas iniciativas implementadas desde o 2T22, visando uma estrutura mais simples e enxuta da Holding, parcialmente compensada por custos não recorrentes
- Outras receitas/despesas operacionais** foram de R\$ -80 milhões, comparadas a uma receita de R\$ +91 milhões no 2T22. A diferença é impulsionada principalmente por R\$ -35 milhões de *impairment* na Avon International em relação a uma receita de R\$ 119 milhões decorrente de um acordo favorável de uma disputa legal nesta mesma Unidade de Negócio
- Os custos de Transformação/Integração/Reestruturação do Grupo** foram de R\$ 239 milhões, uma redução de -15,1% impulsionada principalmente por menores custos de reestruturação do grupo, mais do que compensando o aumento dos custos da Avon International para R\$ 139 milhões em comparação com R\$ 26 milhões no 2T22

Despesas Operacionais 2T23

R\$ milhões	Consolidado			Natura &Co Latam			Avon International			The Body Shop		
	2T-23	2T-22	Var. %	2T-23	2T-22	Var. %	2T-23	2T-22	Var. %	2T-23	2T-22	Var. %
Despesas com vendas, marketing e logística	(3.497,4)	(3.533,8)	(1,0)	(2.259,5)	(2.167,3)	4,3	(701,8)	(762,4)	(7,9)	(536,2)	(604,1)	(11,2)
Despesas administrativas, P&D, T&I e projetos	(1.317,3)	(1.303,6)	1,1	(757,4)	(756,6)	0,1	(346,6)	(315,1)	10,0	(213,4)	(232,8)	(8,3)
Despesas corporativas	(83,6)	(88,7)	(5,7)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outras receitas / (despesas) operacionais, líquidas	(80,2)	91,3	(187,8)	(4,5)	18,7	(124,0)	(46,4)	111,1	(141,8)	(29,2)	(38,5)	(24,1)
Custos de transformação / integração / reestruturação do grupo	(239,1)	(281,6)	(15,1)	(98,7)	(99,9)	(1,2)	(138,8)	(25,5)	443,6	-	-	-
Despesas operacionais	(5.217,6)	(5.116,4)	2,0	(3.120,1)	(3.005,2)	3,8	(1.233,6)	(991,9)	24,4	(778,8)	(875,3)	(11,0)
Despesas com vendas, marketing e logística (% RL)	(45,0)%	(43,6)%	-140 bps	(41,4)%	(39,0)%	-240 bps	(46,5)%	(46,4)%	-10 bps	(67,0)%	(66,4)%	-60 bps
Despesas administrativas, P&D, T&I e projetos (% RL)	(16,9)%	(16,1)%	-80 bps	(13,9)%	(13,6)%	-30 bps	(22,9)%	(19,2)%	-370 bps	(26,7)%	(25,6)%	-110 bps
Despesas corporativas (% RL)	(1,1)%	(1,1)%	0 bps	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outras receitas / (despesas) operacionais, líquidas (% RL)	(1,0)%	1,1%	-210 bps	(0,1)%	0,3%	-40 bps	(3,1)%	6,8%	-990 bps	(3,6)%	(4,2)%	60 bps
Custos de transformação / integração / reestruturação do grupo (% RL)	(3,1)%	(3,5)%	40 bps	(1,8)%	(1,8)%	0 bps	(9,2)%	(1,6)%	-760 bps	0,0%	0,0%	0 bps
Despesas operacionais (% RL)	(67,1)%	(63,1)%	-400 bps	(57,1)%	(54,1)%	-300 bps	(81,7)%	(60,3)%	-2140 bps	(97,3)%	(96,2)%	-110 bps

Despesas Operacionais 1S23

R\$ milhões	Consolidado			Natura &Co Latam			Avon International			The Body Shop		
	1S-23	1S-22	Var. %	1S-23	1S-22	Var. %	1S-23	1S-22	Var. %	1S-23	1S-22	Var. %
Despesas com vendas, marketing e logística	(6.817,8)	(7.042,8)	(3,2)	(4.263,5)	(4.159,5)	2,5	(1.456,6)	(1.610,9)	(9,6)	(1.097,7)	(1.272,2)	(13,7)
Despesas administrativas, P&D, T&I e projetos	(2.628,2)	(2.551,6)	3,0	(1.472,5)	(1.429,0)	3,0	(718,8)	(661,2)	8,7	(436,8)	(463,5)	(5,8)
Despesas corporativas	(153,8)	(198,6)	(22,6)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outras receitas / (despesas) operacionais, líquidas	(91,9)	111,3	(182,6)	29,5	55,7	(47,1)	(45,8)	111,0	(141,2)	(75,6)	(46,5)	62,5
Custos de transformação / integração / reestruturação do grupo	(324,1)	(361,7)	(10,4)	(124,8)	(135,2)	(7,7)	(196,3)	(65,9)	198,1	-	-	-
Despesas operacionais	(10.015,7)	(10.043,4)	(0,3)	(5.831,3)	(5.668,0)	2,9	(2.417,5)	(2.226,9)	8,6	(1.610,1)	(1.782,2)	(9,7)
Despesas com vendas, marketing e logística (% RL)	(45,2)%	(44,8)%	-40 bps	(41,3)%	(40,4)%	-90 bps	(46,7)%	(46,2)%	-50 bps	(66,5)%	(66,0)%	-50 bps
Despesas administrativas, P&D, T&I e projetos (% RL)	(17,4)%	(16,2)%	-120 bps	(14,3)%	(13,9)%	-40 bps	(23,1)%	(19,0)%	-410 bps	(26,5)%	(24,1)%	-240 bps
Despesas corporativas (% RL)	(1,0)%	(1,3)%	30 bps	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outras receitas / (despesas) operacionais, líquidas (% RL)	(0,6)%	0,7%	-130 bps	0,3%	0,5%	-20 bps	(1,5)%	3,2%	-470 bps	(4,6)%	(2,4)%	-220 bps
Custos de transformação / integração / reestruturação do grupo (% RL)	(2,1)%	(2,3)%	20 bps	(1,2)%	(1,3)%	10 bps	(6,3)%	(1,9)%	-440 bps	0,0%	0,0%	0 bps
Despesas operacionais (% RL)	(66,4)%	(63,9)%	-250 bps	(56,5)%	(55,0)%	-150 bps	(77,6)%	(63,9)%	-1370 bps	(97,6)%	(92,5)%	-510 bps

EBITDA Consolidado

O EBITDA ajustado do 2T23 foi de R\$ 753 milhões, com margem ajustada de 9,7% (+230 bps ano a ano). A margem do 2T23 refletiu:

- Forte expansão da margem de Natura &Co Latam (+250 bps ano a ano), impulsionada principalmente pela maior margem bruta, mas parcialmente compensada pelos investimentos da Natura e pela desalavancagem da Avon na América Hispânica
- Melhora na rentabilidade da The Body Shop de + 210 bps em comparação ao mesmo período do ano anterior, impulsionada pela ligeira expansão da margem bruta e por eficiências de SG&A (excluindo depreciação), estas devido aos de custos de aluguel em meio ao processo de otimização da presença geográfica da marca, bem como a menores despesas com funcionários
- Melhoria de +110 bps na margem de Avon International em relação ao 2T22, também impulsionada pela expansão da margem bruta, mas parcialmente compensada pelo investimento em mercados líderes e faseamento das despesas

EBITDA Ajustado 2T23

R\$ milhões	Consolidado			Natura &Co Latam			Avon International			The Body Shop		
	2T-23	2T-22	Var. %	2T-23	2T-22	Var. %	2T-23	2T-22	Var. %	2T-23	2T-22	Var. %
EBITDA consolidado	455,7	394,2	15,6	625,0	501,8	24,6	(107,4)	142,2	(175,5)	23,3	(5,8)	(499,2)
Custos de transformação / integração / reestruturação do grupo	239,1	281,6	(15,1)	98,7	99,9	(1,2)	138,8	25,5	443,6	-	-	-
Custo de reestruturação - unidade de negócio	20,1	-	-	-	-	-	-	-	-	20,1	-	-
Outras (receitas) / despesas líquidas não recorrentes ¹	38,2	(77,4)	(149,4)	3,3	-	-	34,9	(113,7)	(130,7)	-	36,3	-
EBITDA ajustado	753,1	598,4	25,8	727,0	601,7	20,8	66,3	54,1	22,7	43,4	30,5	42,5
Margem EBITDA ajustada %	9,7%	7,4%	230 bps	13,3%	10,8%	250 bps	4,4%	3,3%	110 bps	5,4%	3,3%	210 bps

EBITDA Ajustado 1S23

R\$ milhões	Consolidado			Natura &Co Latam			Avon International			The Body Shop		
	1S-23	1S-22	Var. %	1S-23	1S-22	Var. %	1S-23	1S-22	Var. %	1S-23	1S-22	Var. %
EBITDA consolidado	1.086,6	770,2	41,1	1.262,6	895,0	41,1	(66,9)	183,0	(136,6)	47,7	58,9	(19,0)
Custos de transformação / integração / reestruturação do grupo	324,1	361,7	(10,4)	124,8	135,2	(7,7)	196,3	65,9	198,1	-	-	-
Custo de reestruturação - unidade de negócio	47,4	-	-	-	-	-	-	-	-	47,4	-	-
Outras (receitas) / despesas líquidas não recorrentes ¹	7,1	(77,5)	(109,2)	(27,9)	-	-	34,9	(113,7)	(130,7)	-	36,3	-
EBITDA ajustado	1.465,1	1.054,5	38,9	1.359,5	1.030,2	32,0	164,3	135,2	21,5	95,1	95,2	(0,1)
Margem EBITDA ajustada %	9,7%	6,7%	300 bps	13,2%	10,0%	320 bps	5,3%	3,9%	140 bps	5,8%	4,9%	90 bps

⁽¹⁾Outras(receitas)/despesas líquidas não recorrentes: *Impairment* da Natura &Co Latam e Avon International no 2T23, enquanto o 2T22 refletiu custos associados à suspensão das operações da The Body Shop na Rússia e um acordo judicial favorável para a Avon International

Receitas e Despesas financeiras

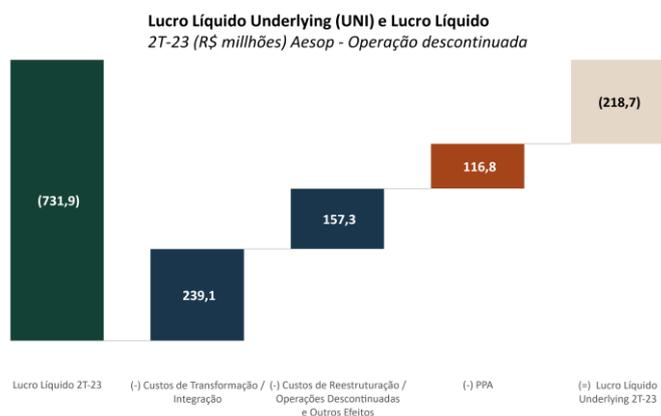
A tabela a seguir detalha as principais variações em nossas receitas e despesas financeiras:

R\$ milhões	2T-23	2T-22	Var. %	1S-23	1S-22	Var. %
1. Financiamento, investimentos de curto prazo e ganhos (perdas) em derivativos	(190,3)	(174,9)	8,8	(469,7)	(331,7)	41,6
1.1 Despesas financeiras	(243,0)	(186,9)	30,0	(484,6)	(326,9)	48,2
1.2 Receitas financeiras	192,5	92,8	107,4	383,2	179,0	114,1
1.3 Variações cambiais sobre atividades financeiras, líquidas	258,8	(496,7)	(152,1)	396,1	375,2	5,6
1.4 Ganhos (perdas) com derivativos sobre variações cambiais de atividade financeiras, líquidas	(269,7)	511,1	(152,8)	(417,1)	(364,8)	14,3
1.5 Ganhos (perdas) com derivativos sobre pagamentos de juros e outras atividades financeiras, líquidas	(128,9)	(95,2)	35,4	(347,3)	(194,2)	78,8
2. Contingências judiciais	(21,3)	(12,4)	71,4	(37,2)	(23,5)	58,1
3. Outras receitas e (despesas) financeiras	(190,5)	(243,2)	(21,7)	(371,5)	(435,9)	(14,8)
3.1 Despesas com arrendamentos	(32,8)	(40,3)	(18,6)	(79,5)	(81,2)	(2,1)
3.2 Outras	(117,4)	(127,1)	(7,6)	(197,9)	(193,4)	2,3
3.3 Outros ganhos (perdas) de variação cambial	(18,3)	(24,5)	(25,3)	(30,9)	(90,5)	(65,9)
3.4 Ganhos (perdas) com hiperinflação	(22,0)	(51,3)	(57,1)	(63,2)	(70,8)	(10,7)
Receitas e despesas financeiras, líquidas	(402,1)	(430,5)	(6,6)	(878,4)	(791,1)	11,0

As despesas financeiras líquidas foram de R\$ -402 milhões no 2T23, uma queda -6,6% vs. 2T22 (ou de R\$ -28 milhões em relação ao ano anterior), em razão, principalmente dos seguintes fatores:

- Item 1.1. – Aumento na despesa financeira devido a uma maior dívida bruta e ao aumento das taxas de juros
- Item 1.5 – no 2T23 as despesas foram de R\$ -129 milhões vs. R\$ -95 milhões no 2T23. O aumento das despesas está relacionado a uma taxa CDI mais alta, o que levou a perdas nos derivativos atrelados à taxa de juros das dívidas com hedge, principalmente do *Sustainability-Linked bond* de 2028 e dos Certificados de Recebíveis Imobiliários (CRI)
- Isso foi parcialmente compensado pelos Itens 1.2. No 2T23, a receita financeira foi de R\$ +193 milhões, melhorando R\$ +100 milhões em relação ao mesmo período do ano anterior, devido a uma taxa de juros mais alta

Lucro Líquido Underlying (UNI) e Lucro Líquido



O prejuízo líquido reportado no 2T23 foi de R\$ -732 milhões, comparado a um prejuízo líquido de R\$ -767 milhões no 2T22, já que o EBITDA mais alto (ajustado e reportado) foi parcialmente compensado por maiores perdas de operações descontinuadas (principalmente impactado pela margem mais baixa na Aesop).

O Lucro Líquido Underlying do 2T23, que é o lucro líquido excluindo custos de transformação, custos de reestruturação, operações descontinuadas e efeitos do PPA, resultou em um prejuízo de R\$ -219 milhões. Isso se compara a uma perda de R\$ -262 milhões no 2T22.

Fluxo de Caixa Livre e Posição de Caixa

R\$ milhões	2T-23	2T-22	Var. %	1S-23	1S-22	Var. %
Lucro (prejuízo) líquido	(731,9)	(767,0)	(4,6)	(1.384,1)	(1.409,1)	(1,8)
Depreciação e amortização	587,8	562,0	4,6	1.191,3	1.137,4	4,7
Ajustes não-caixa ao lucro líquido	754,7	905,6	(16,7)	1.612,1	1.526,1	5,6
Lucro líquido ajustado	610,7	700,6	(12,8)	1.419,4	1.254,4	13,2
Redução / (aumento) no capital de giro	(275,0)	(419,6)	(34,5)	(1.987,6)	(1.831,1)	8,5
Estoques	(14,7)	(239,5)	(93,8)	(498,0)	(153,4)	224,7
Contas a receber	(300,1)	(481,6)	(37,7)	(495,4)	(192,1)	157,9
Contas a pagar	197,5	47,6	315,3	(412,4)	(903,0)	(54,3)
Outros ativos e passivos	(157,7)	253,9	(162,1)	(581,7)	(582,7)	(0,2)
Imposto de renda e contribuição social	(99,6)	(187,2)	(46,8)	(229,6)	(254,0)	(9,6)
Juros da dívida	(662,4)	(420,8)	57,4	(953,0)	(619,4)	53,9
Pagamentos de lease	(263,1)	(235,3)	11,8	(476,1)	(513,0)	(7,2)
Outras atividades operacionais	(2,7)	(15,8)	(83,0)	(6,8)	(40,4)	(83,1)
Caixa das operações continuadas	(692,1)	(578,2)	19,7	(2.233,7)	(2.003,5)	11,5
Capex	(256,8)	(170,3)	50,9	(515,1)	(449,8)	14,5
Venda de ativos	12,6	3,1	304,8	14,0	3,7	277,0
Variação da taxa de câmbio no saldo de caixa	(28,7)	134,4	(121,4)	(42,8)	(301,3)	(85,8)
Fluxo de caixa livre - operações continuadas	(965,1)	(610,9)	58,0	(2.777,6)	(2.750,8)	1,0
Outras atividades de investimento e financiamento	1.020,5	591,8	72,4	1.202,1	1.833,4	(34,4)
Atividades operacionais - operações descontinuadas	121,3	112,6	7,8	(115,9)	118,7	(197,6)
Pagamentos de lease - principal - operações descontinuadas	(61,5)	(44,9)	37,0	(121,2)	(91,5)	32,6
Capex - operações descontinuadas	(64,7)	(43,3)	49,5	(108,1)	(73,3)	47,4
Variação do saldo de caixa	50,6	5,3	853,5	(1.920,7)	(963,4)	99,4

No 2T23, o fluxo de caixa livre das operações continuadas foi uma saída de R\$ -965 milhões em comparação com uma saída de R\$ -611 milhões no ano anterior. A deterioração em R\$ -354 milhões em comparação ao ano anterior está relacionada principalmente ao aumento da alavancagem e taxas de juros, que levaram ao aumento dos juros da dívida e reembolso de derivativo em R\$ -242 milhões e câmbio desfavorável (que representaram uma saída de R\$ -29 milhões vs. R\$ +134 milhões no mesmo período do ano passado). Além disso, o 2T22 foi beneficiado por uma entrada não recorrente de R\$ +136 milhões relacionada a uma disputa legal da Avon International. Excluindo saídas não recorrentes no segundo trimestre do ano passado, o fluxo de caixa livre para a empresa representaria uma saída de R\$ -303 milhões de R\$ -326 milhões no 2T22, impulsionado principalmente por:

- Melhora no capital de giro operacional, com estoques e contas a receber consumindo menos caixa em comparação com o mesmo período do ano anterior e contas a pagar liberando mais caixa em relação ao 2T22. O capital de giro operacional melhorou em todas as unidades de negócio, mesmo com sólido crescimento da marca Natura e consumiu R\$ -117 milhões em comparação a R\$ -674 milhões no mesmo período do ano anterior
- Esses efeitos foram parcialmente compensados pela linha de outros ativos e passivos (R\$ -158 milhões no 2T23 de R\$ +254 milhões no 2T22) devido principalmente a novos investimentos com planos de transformação e reestruturação
- Além disso, o consumo de caixa do Capex aumentou em R\$ 87 milhões em relação ao ano anterior devido ao faseamento entre os trimestres

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

R\$ milhões	Natura Cosméticos S.A.		Natura &Co Holding S.A.	
	2T-23	2T-22	2T-23	2T-22
Curto-Prazo	211,6	1.045,9	362,7	726,0
Longo-Prazo	7.113,0	6.994,7	12.798,3	11.992,8
Dívida Bruta ^a	7.324,6	8.040,6	13.161,0	12.718,9
Instrumentos de Proteção Cambial (Swaps) ^b	508,5	75,5	553,8	54,8
Total Dívida Bruta	7.833,1	8.116,1	13.714,8	12.773,7
(-) Caixa, Equivalentes de Caixa e Aplicações Financeiras ^c	(2.120,8)	(3.041,6)	(3.455,5)	(4.275,0)
(-) Caixa Aesop, Equivalentes de Caixa e Investimentos de curto prazo ^c	(226,9)	-	(226,9)	-
(=) Dívida Líquida	5.485,4	5.074,5	10.032,5	8.498,7

Índice de endividamento excluindo IFRS 16

Dívida Líquida/EBITDA	2,19x	1,83x	7,24x	3,46x
Dívida Total/EBITDA	3,13x	2,93x	9,90x	5,20x

Índice de endividamento incluindo IFRS 16

Dívida Líquida/EBITDA	1,68x	1,43x	4,17x	2,46x
Dívida Total/EBITDA	2,41x	2,28x	5,71x	3,69x

^a Dívida bruta exclui impactos do PPA de R\$227,8 milhões no 2T-23 e R\$ 320,6 milhões no 2T-22 e contratos de arrendamento

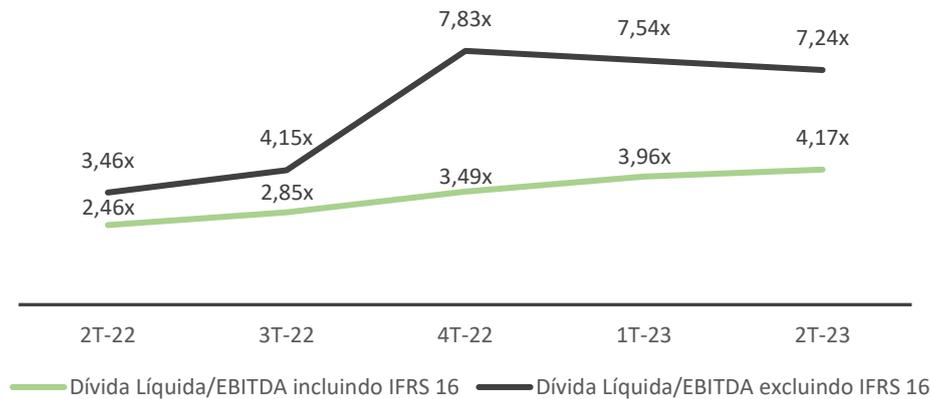
^b Instrumentos de proteção de câmbio, excluindo efeitos de marcação a mercado

^c Investimentos de curto prazo excluem saldos não-circulantes e valores da Aesop marcados como ativos disponíveis para venda

Todos os números apresentados neste documento consideram a Aesop como uma operação descontinuada. O Apêndice 4 contém os resultados da operação da Aesop como um segmento

O gráfico abaixo demonstra a trajetória do endividamento trimestral desde o 2T22.

Índice Dívida Líquida/EBITDA



Gestão de Passivos

No 2T23, Natura &Co Luxembourg Holdings (Natura Lux) contratou um empréstimo adicional de US\$ 135 milhões sob sua linha de crédito rotativo com vencimento em outubro de 2024, para atender às suas necessidades operacionais de caixa.

Em um evento subsequente, a Natura &Co Luxembourg Holdings (Natura Lux) contratou um empréstimo adicional de USD 290 milhões sob sua linha de crédito rotativo com vencimento em outubro de 2024. A maioria dos recursos foi usada para apoiar o pagamento da oferta pública Avon com vencimento em 2043 em um valor de USD 246 milhões. Este pagamento faz parte da gestão de passivos da empresa, pois remove certas cláusulas restritivas e agiliza os processos internos, que se espera proporcionar eficiência e economia de custos.

2. Desempenho por segmento

NATURA &Co LATAM

Natura &Co Latam	Variação (%) Receita Líquida 2T-23 vs. 2T-22			Variação (%) KPI Operacional ^a 2T-23 vs. 2T-22	
	CFT Natura	CFT Avon	Casa & Estilo	Natura	Avon
	Δ% CC	Δ% CC	Δ% CC	Δ%	Δ%
Brasil	14,7%	-1,8%	-28,5%	1,9%	-5,5%
Hispânica	30,0%	-5,6%	-39,9%	-7,9%	-23,1%
Total	19,5%	-4,0%	-36,9%	-1,7%	-13,6%

^aConsidera a média de Consultoras/Representantes disponíveis no trimestre, excluindo Peru e Colômbia

MARCA NATURA NA AMÉRICA LATINA

Marca Natura no Brasil

- A receita da Natura Brasil cresceu +14,7% ano a ano, apesar da base de comparação mais difícil (1T22 cresceu +3,1%, enquanto 2T22 aumentou +14,3%), e apoiada por fortes campanhas para o Dia das Mães e Dia dos Namorados. A receita foi beneficiada pelos aumentos de preço (como no 1T), combinado a um melhor mix
- A produtividade das Consultoras aumentou em +12,5% em relação ao 2T22. Ao mesmo tempo, a base média de Consultoras disponíveis apresentou um leve aumento em relação ao último trimestre (+1,3%) e em relação ao ano anterior (+1,9%), chegando a 1,15 milhões no 2T23
- As vendas do varejo (lojas próprias e franqueadas) apresentaram sólido desempenho, impulsionadas por um forte indicador de *same-store-sales* e pela abertura acelerada de lojas. O número de lojas próprias atingiu 96 no trimestre (+23 vs. 2T22), enquanto as lojas franqueadas aumentaram para 688 (+107)
- O canal digital (incluindo *social selling*) apresentou um ponto de inflexão e voltou ao cenário positivo com crescimento de +3,9% ano a ano. O e-commerce retomou o crescimento mesmo com a continuidade da redução do nível de descontos e uma racionalização significativa de preços deste canal de distribuição (como já comentado em trimestres anteriores), o que é um importante alavanca da estratégia *omnichannel* na região, e melhora a rentabilidade do canal



^a Receita bruta dividida pelo número médio de consultoras

Marca Natura na América Latina Hispânica

- Mesmo em meio à turbulência política e econômica, principalmente na Argentina e no Chile, a Natura Hispânica apresentou crescimento de receita de +30,0% em CC (7,7% em reais). Excluindo a Argentina, a receita nos mercados hispânicos voltou a crescer um dígito médio em CC
- Como no trimestre anterior, o Chile registrou uma ligeira queda de receita em relação ao ano anterior, devido às turbulências macroeconômicas, enquanto o crescimento do México desacelerou. As receitas no Peru e na Colômbia cresceram de maneira acelerada, impulsionadas principalmente pelo lançamento da Onda 2 nesses países
- A base média de Consultoras disponíveis atingiu 0,6 milhão no 2T23, uma queda de -7,9% em relação ao ano anterior, principalmente devido aos ajustes do modelo comercial no México. Incluindo as consultoras de beleza (Avon e Natura) do Peru e da Colômbia na base, o canal de distribuição teria apresentado uma queda ainda maior em meio à implementação da Onda 2 nessas regiões, conforme esperado. No próximo trimestre, os KPIs dos canais de distribuição serão divulgados apenas de forma consolidada (Avon e Natura combinadas) devido ao lançamento no Brasil

MARCA AVON NA AMÉRICA LATINA (SOMENTE CATEGORIA BELEZA)

Marca Avon no Brasil

- A receita apresentou queda de -1,8%, impulsionada principalmente pela preparação do lançamento da Onda 2 no Brasil, com otimização adicional do portfólio e um aumento no pedido mínimo da Avon (entre outros ajustes) com um efeito esperado e temporário em nosso canal de distribuição (-5,5% ano a ano vs. estabilidade em trimestres anteriores)
- Ao mesmo tempo, a produtividade das representantes no segmento CFT manteve uma boa performance, em linha com nossa estratégia de focar em representantes mais produtivas e, conseqüentemente, ajustar o perfil de rentabilidade da marca

Marca Avon na América Hispânica

- O número total de Representantes disponíveis diminuiu -8,8% no trimestre e -23,1% na comparação anual¹, conforme esperado em meio ao lançamento da Onda 1 e a preparação para a Onda 2 em alguns países. Conforme mencionado no último trimestre, em razão da preparação para esse lançamento, foram feitos ajustes nos incentivos comerciais, e promovemos aumentos de tickets mínimos de pedidos da Avon (entre outros) em várias regiões, o que também afeta o

¹ Excluindo Peru e Colômbia

número de representantes

- Dessa forma, a receita da Avon na América Latina caiu -5,6% em CC (-20,3% excluindo Argentina), impactada principalmente por uma queda no México (com ajustes em andamento no modelo comercial da Avon) e no Chile. Esse desempenho está em linha com as expectativas, conforme mencionado no último trimestre, em meio à volatilidade política na região e à queda no canal de distribuição já mencionada
- A produtividade da categoria de beleza evoluiu positivamente mais uma vez, com um crescimento relevante em relação ao ano anterior, impulsionada pelo México, Chile e CARD, juntamente com a inflação de preços na Argentina

CASA E ESTILO NA AMÉRICA LATINA

- A categoria Casa e Estilo (anteriormente chamada de Moda e Casa) apresentou uma queda maior de -36,9% vs. 2T22 em CC, dada a preparação do lançamento da Onda 2 e o lançamento propriamente dito no Peru e na Colômbia. No mercado hispânico, a queda em CC foi de -39,9% vs. o mesmo período do ano anterior, enquanto no Brasil a queda foi de -28,5% em base anual

NATURA &Co LATAM

- A receita cresceu +5,8% em CC e teve queda de -1,7% em reais, impulsionada pelo forte crescimento da marca Natura, que ainda foi parcialmente compensado pela categoria Casa e Estilo e, em menor medida, pela Avon na América Hispânica
- A margem bruta foi de 64,2%, em um sólido crescimento de +510 bps em relação ao ano anterior, beneficiada pelo aumento de preços (como no trimestre anterior), por um melhor mix (marca e países) e por esforços de marketing

Natura &Co Latam (R\$ milhões)	DRE		
	2T-23	2T-22	Var. %
Receita bruta	7.274,0	7.284,4	(0,1)
Receita líquida	5.462,9	5.555,0	(1,7)
Moeda constante			5,8
CMV	(1.956,9)	(2.274,0)	(13,9)
Lucro bruto	3.506,0	3.281,0	6,9
Margem bruta	64,2%	59,1%	510 bps
Despesas com vendas, marketing e logística	(2.259,5)	(2.167,3)	4,3
Despesas adm., P&D, T&I e projetos	(757,4)	(756,6)	0,1
Outras receitas/ (despesas) operacionais, líquidas	(4,5)	18,7	(124,0)
Custos de transformação/ integração	(98,7)	(99,9)	(1,2)
Depreciação	239,0	226,0	5,8
EBITDA	625,0	501,8	24,6
Margem EBITDA	11,4%	9,0%	240 bps
Custos de integração	98,7	99,9	(1,2)
Outras (receitas) / despesas líquidas não recorrentes	3,3	0,0	-
EBITDA ajustado	727,0	601,7	20,8
Margem EBITDA ajustada	13,3%	10,8%	250 bps

• Outro importante impulsionador da melhoria da margem bruta foi a Avon no Brasil, beneficiada por novos aumentos de preços durante o trimestre e por um melhor mix

• A margem EBITDA ajustada foi de 13,3% (+250 bps na comparação anual), impulsionada principalmente pela forte melhora na margem bruta em base anual, parcialmente compensada por investimentos em VG&A e pela desalavancagem na Avon Hispânica, conforme esperado. Os investimentos estão relacionados principalmente às despesas de marketing e P&D da Natura em meio a implementação da Onda 2

• À medida que as eleições na Argentina se aproximam, surgem preocupações dos investidores sobre as perspectivas macro do país. Para auxiliar pontualmente os investidores em meio ao atual cenário volátil, a margem EBITDA ajustada seria

- Os custos da integração entre Natura e Avon foram de R\$ 99 milhões, dos quais aproximadamente 53% corresponderam a custos de rescisão e aproximadamente 17% em investimentos de TI e o restante diz respeito a custos operacionais para integrar as frentes de logística, indústria etc.
- **Onda 2** – Conforme planejado, a aceleração da integração das marcas Natura e Avon ocorreu no Peru e na Colômbia, e a implementação no Brasil foi confirmada, em linha com o cronograma inicial. Neste momento, ainda vemos melhora na atividade de *cross-sell*, uma aceleração da produtividade no mercado CFT (consolidando as marcas Natura e Avon) em ambas as regiões e uma melhora na prosperidade das consultoras de beleza. Impulsionado por uma oferta de portfólio mais atrativa, com o melhor de cada marca. A integração também tem possibilitado o aumento do pedido mínimo para a Avon, mas com um impacto esperado no canal de distribuição, principalmente entre as consultoras de beleza menos produtivas (como já mencionado). Continuamos com a simplificação de nossa estrutura de custos para aumentar a rentabilidade na região
- Os primeiros resultados *underlying* e maiores informações sobre este processo serão divulgados em nossa teleconferência, já anunciada, no dia 16 de agosto às 09h BRT, que pode ser acessada através do [link](#) a seguir, conforme anunciado anteriormente
- **O &Co Pay da Natura** registrou crescimento consistente no 2T23, alcançando quase 640 mil contas, com crescimento de +10% de produtividade e -30% de inadimplência entre as consultoras que mais usam a ferramenta (que fazem aproximadamente 10 transações/mês). 100% das lojas próprias e 70% das franquias já estão utilizando as soluções &Co Pay. Até o momento, em 2023 atingimos R\$ 17,7 bilhões na frente de pagamentos, com crescimento de +2,4x na comparação anual, capturando e processando 100% dos pagamentos provenientes da venda direta e do e-commerce no Brasil. A operação na Argentina foi iniciada no 1T23 atendendo ao canal de e-commerce do país

AVON INTERNATIONAL

Todos os números apresentados neste documento consideram a Aesop como uma operação descontinuada. O Apêndice 4 contém os resultados da operação da Aesop como um segmento

- A Avon International registrou uma receita praticamente estável, com crescimento em TMEA e CEE, combinado à melhoria da rentabilidade, que foi impulsionada pela disciplina na execução de nossa estratégia de repasse de preço e melhorias na dinâmica do canal. A conversão de caixa também foi destaque devido às melhorias contínuas do capital de giro

	Variação KPI operacional (%)
	2T-23 vs. 2T-22
Avon International	Representantes -15,0%

Avon International (R\$ milhões)	DRE		
	2T-23	2T-22	Var. %
Receita bruta	1.795,1	2.099,7	(14,5)
Receita líquida	1.510,3	1.643,8	(8,1)
Moeda constante			(1,3)
CMV	(553,6)	(678,2)	(18,4)
Lucro bruto	956,7	965,5	(0,9)
Margem bruta	63,3%	58,7%	460 bps
Despesas com vendas, marketing e logística	(701,8)	(762,4)	(7,9)
Despesas adm., P&D, TI e projetos	(346,6)	(315,1)	10,0
Outras receitas / (despesas) operacionais, líquidas	(46,4)	111,1	(141,8)
Custos de transformação / integração	(138,8)	(25,5)	443,6
Depreciação	169,5	168,6	0,6
EBITDA	(107,4)	142,2	(175,5)
Margem EBITDA	-7,1%	8,6%	-1570 bps
Custos de transformação	138,8	25,5	443,6
Outras (receitas) / despesas líquidas não recorrentes	34,9	(113,7)	(130,7)
EBITDA ajustado	66,3	54,1	22,7
Margem EBITDA ajustada	4,4%	3,3%	110 bps

- A receita líquida foi de R\$ 1.510 milhões, uma queda de -1,3% em CC em relação ao ano anterior (ou -8,1% em reais). Este é o primeiro trimestre em que a base comparável é totalmente impactada pela guerra na Ucrânia e, portanto, a partir deste trimestre esse ajuste não será mais feito

- Conforme esperado, o número de Representantes caiu -15% em consequência de novos ajustes no modelo comercial (principalmente pelo foco em incentivos e estrutura dos líderes) e da otimização da presença geográfica da marca

- Apesar do impacto no canal de distribuição, a categoria de Beleza ainda subiu +3% em base anual, enquanto Casa e Estilo manteve a tendência do último trimestre, com uma queda acentuada em meio à redução planejada do portfólio de mais de 50% dos SKUs

- O crescimento da categoria de Beleza foi beneficiado pelo melhor desempenho de fragrâncias e cores, demonstrando o impacto de nossa direção estratégica de longo prazo, que prevê menos, porém melhores e mais significantes inovações
- A digitalização ainda mostra um bom progresso e o uso de ferramentas digitais atingiu 30,6% (ver seção digital – página 4). Outros KPIs, como unidades por representante e taxa de atividade, também estão melhorando. A penetração de vendas digitais cresceu 1,3 p.p em relação ao ano passado, chegando a 6,5% da receita total
- A margem bruta foi de 63,3%, uma alta de +460 bps na comparação anual, impulsionada pela manutenção do aumento de preços (como mencionado durante o primeiro trimestre) e por um mix de produtos favorável, por melhores iniciativas de inovação e por uma melhor contribuição de produtos principais
- A margem EBITDA ajustada foi de 4,4%, uma alta de +110 bps na comparação anual. Seguindo a tendência do último trimestre, a expansão da margem bruta foi parcialmente compensada pelo investimento em mercados líderes e faseamento das despesas
- Os custos de transformação neste trimestre foram de R\$ 138,8 milhões, dos quais aproximadamente 40% dizem respeito, principalmente a custos de rescisões relacionadas à execução da transformação do modelo operacional, aproximadamente 20% decorrem da transformação de P&D, e o restante está relacionado à redução do tamanho da linha

THE BODY SHOP

Desde a chegada de Ian Bickley como CEO, a empresa está reavaliando todos os aspectos de seu negócio

- O reequilíbrio do canal de distribuição para atender os consumidores de beleza onde eles gostam de comprar, incluindo canais digitais e lojas de departamento, aproveitando melhor a vantagem competitiva da rede de varejo da The Body Shop

	KPIs Operacionais				
	2T-23	1T-23	2T-22	Variação vs. 1T-23	Variação vs. 2T-22
The Body Shop (total)	2.368	2.390	2.455	(22)	(87)
Próprias	937	945	989	(8)	(52)
Franquias	1.431	1.445	1.466	(14)	(35)

The Body Shop (R\$ milhões)	DRE		
	2T-23	2T-22	Var. %
Receita bruta	1.116,6	1.220,7	(8,5)
Receita líquida	800,3	909,4	(12,0)
Moeda constante			(12,5)
CMV	(177,5)	(204,6)	(13,2)
Lucro bruto	622,8	704,9	(11,6)
Margem bruta	77,8%	77,5%	30 bps
Despesas com vendas, marketing e logística	(536,2)	(604,1)	(11,2)
Despesas adm., P&D, TI e projetos	(213,4)	(232,8)	(8,3)
Outras receitas / (despesas) operacionais, líquidas	(29,2)	(38,5)	(24,1)
Depreciação	179,3	164,6	8,9
EBITDA	23,3	(5,8)	(499,2)
Margem EBITDA	2,9%	-0,6%	350 bps
Custos de reestruturação - unidade de negócio	20,1	36,3	(44,6)
EBITDA ajustado	43,4	30,5	42,5
Margem EBITDA ajustada	5,4%	3,3%	210 bps

- Otimização adicional do portfólio de produtos para impulsionar o crescimento em cuidados com a pele, mas também defendendo a posição de liderança na categoria de banho e corpo e domínio como um recurso de presente durante todo o ano

- Revigorar a marca para estabelecer um ponto claro de diferenciação; reorientar os esforços de marketing para impulsionar o sucesso da marca, conduzindo uma estratégia *Social-First* aumentada pela digitalização e CRM, com investimento focado em nossos mercados de nível 1, como o Reino Unido; e criando um modelo operacional orientado a dados mais simplificados e ágeis para acelerar a tomada de decisões e gerar resultados

- A receita líquida do 2T23 foi de R\$ 800 milhões, uma queda de -12,5% em CC e -12,0% em reais. As vendas combinadas dos principais canais de distribuição dos negócios (lojas, *e-commerce* e franquias) registraram uma queda de um dígito médio em CC no 2T23, ligeiramente pior do que no 1T23, enquanto o canal The Body Shop at Home continuou em queda acentuada, já que o canal continua fraco
- As vendas no varejo por meio dos principais canais de distribuição de negócios apresentaram *same-store-sales sell-out* (incluindo lojas próprias, *e-commerce* e franquias) de -3,5%
- O *sell-in* da franquia foi fraco no trimestre, ainda impactado pelo nível de estoque, mas um *sell-out* das vendas ligeiramente melhor levou a um nível também melhor de estoque na comparação anual (embora ainda acima de 2019 em algumas regiões, principalmente APAC)
- A margem bruta apresentou novamente leve melhora em base anual no 2T23, expandindo +30 bps ano a ano para 77,8%. Isso foi impulsionado sobretudo pelo mix de produtos e preços, mas parcialmente compensado pela inflação persistente
- A promoção focada dos produtos '10 mais amados', incluindo Camomile Face Cleanser, Vitamin E Day Cream, Ginger Shampoo e Edelweiss Serum, provou ser eficaz, com a participação na receita dos dez SKUs combinados crescendo de 14,2% para 17,6% em relação ao 2T22
- Apesar da desalavancagem operacional, a margem EBITDA Ajustada melhorou +210 bps ano a ano, para 5,4%, dada a ligeira expansão da margem bruta e o rigoroso controle de custos (seguindo a tendência dos trimestres anteriores)
- A melhora em SG&A (excluindo depreciação) em base anual foi impulsionada principalmente pela redução dos custos de aluguel em meio ao processo de otimização da presença geográfica e das despesas com funcionários, após a reestruturação anunciada no início deste ano
- Em relação a isso, os ajustes de EBITDA de R\$ 20 milhões foram principalmente relacionados a rescisões e consultores contratados para auxiliar durante esse processo de transformação
- Conforme mencionado no último trimestre, a The Body Shop está focada na redução de custos estruturais e em medidas rígidas de contenção de gastos, implementando uma cultura de disciplina de custos em toda a organização. Enquanto isso, trabalhamos para melhorar as tendências de receita líquida e para dar foco à expansão da margem e à geração de caixa em 2023 e adiante

3. Desempenho **Socioambiental**

(todas as ações se referem ao grupo Natura &Co, salvo quando indicado)

Natura &Co obteve a aprovação da *Science Based Targets Initiative (SBTi)* para suas metas corporativas de redução de emissões de gases de efeito estufa apresentadas em 2022, agora consideradas em conformidade com os Critérios e Recomendações do SBTi. Nossa ambição está alinhada a uma trajetória de 1,5°C na temperatura do planeta, exigida pelo Acordo de Paris. Em nossa, nos comprometemos a reduzir as emissões absolutas de GEE de escopo 1 e 2 em 42% até 2030, tendo 2020 como ano base. Natura &Co também se compromete a reduzir as emissões absolutas de GEE de escopo 3 de bens e serviços adquiridos, de transporte e distribuição, na fase de fim de vida dos produtos vendidos em 42% até 2030, também tendo 2020 como ano-base.

Em Natura &Co, acreditamos fortemente na conciliação entre desenvolvimento e natureza. No final de junho, a estivemos presente na Semana de Ação Climática de Londres, dialogando com várias partes interessadas e falando em painéis organizados por parceiros, a exemplo dos Campeões Climáticos de Alto Nível da ONU (*'The UN High-Level Climate Champion'*). Continuamos a nos envolver em discussões sobre engajamento político responsável e transição para um mundo equitativo, *net zero* e positivo para a natureza, abordando e construindo conexões em eventos globais significativos.

Todas as nossas Unidades de Negócios celebraram o mês do Orgulho LGTBQIAPN+, e para marcar essa comemoração, a campanha #FreedomToBe da The Body Shop foi lançada na América do Norte em apoio à juventude Drag e 2SLGBTQ+. Para fornecer segurança e proteção cruciais para essa comunidade, a marca segue em parceria com a Equality Federation (uma organização nacional sem fins lucrativos que trabalha para promover políticas pró-LGBTQ+ em todo o país) para aprovar a Lei da Igualdade (*'Equality Act'*) nos EUA. Para o Canadá, a The Body Shop estabeleceu uma parceria com a It Gets Better Canada, uma organização sem fins lucrativos com a missão de elevar, capacitar e conectar jovens lésbicas, gays, bissexuais, transgêneros e queer em todo o mundo por meio de programação de mídia inspiradora, recursos educacionais, afiliadas internacionais em 19 países e acesso a um arsenal de fornecedores de serviços comunitários. No Dia Internacional do Orgulho, Natura &Co América Latina organizou um inspirador painel de discussão sobre interseccionalidade para colaboradores sobre. A Aesop trouxe de volta suas Bibliotecas Queer para continuar a aumentar a conscientização sobre o Orgulho, defendendo vozes marginalizadas. A Avon destacou seu posicionamento de Equidade e Inclusão, que garante que cada associado, não importa onde trabalhe, sintam-se seguros e capacitados para trazer todo o seu ser ao trabalho. Em alguns países, isso significa que a Avon irá além do mínimo legal para garantir que todos os diferentes tipos de estruturas e relacionamentos familiares sejam reconhecidos e tratados com o mesmo apoio e respeito.

Atualizações em nossas Unidades de Negócios:

Natura &Co Latam

A Natura foi reconhecida pelo Merco (Monitor de Negócios de Reputação Corporativa) como a empresa de melhor reputação corporativa do Brasil em 2022, pelo nono ano consecutivo. Em junho, Natura &Co América Latina divulgou seu [Relatório Anual de 2022](#), mostrando como continua a evoluir em sua estrutura integrada com a versão mais recente dos padrões GRI e Value Reporting Foundation (SASB e IIRC). Este ano, pela primeira vez, Natura &Co América Latina lançou um [Scorecard ESG](#), uma plataforma dinâmica para navegar por seus indicadores e informações.

Avon International

A Avon International anunciou sua parceria com a Cruelty Free International, o padrão ouro para produtos livres de crueldade com animais, mundialmente reconhecido. Por três décadas, a Avon International tem estado na vanguarda das marcas de beleza contra testes em animais e agora os produtos Avon Fragrance, Care e Anew receberam a aprovação do Leaping Bunny. A CEO da Avon International, Angela Cretu, recebeu o prestigiado WBCSD – World Business Council for Sustainable Development Leading Women, que visa reconhecer as líderes femininas que fizeram contribuições notáveis para a sustentabilidade e em prol do alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). A Avon International divulgou seu [Relatório Anual FY22](#) com dados abrangentes de sustentabilidade, alinhados à Visão de Sustentabilidade de Natura &Co, nosso Compromisso com a Vida.

The Body Shop

A The Body Shop foi reconhecida por seu programa de contratação aberta ao receber o prêmio Adyen Inclusion & Diversity Hero / Heroes no UK Retail Week Awards em Londres, um evento que celebra contribuições corporativas no setor de varejo por meio de inovação, visão, resiliência e motivação. A The Body Shop juntou-se a outras multinacionais para enfrentar a maior crise de refugiados desde a Segunda Guerra Mundial, formando uma parceria com a Tent, uma organização que busca emprego para refugiados, comprometendo-se a contratar 200 refugiados em suas operações europeias nos próximos três anos. No Canadá, a The Body Shop conquistou uma importante vitória na luta contra os testes em animais, com a aprovação do Projeto de Lei C-47, que agora proíbe os testes de cosméticos em animais. Por meio da campanha Forever Against Animal Testing, The Body Shop apresentou mais de 625.000 assinaturas de petições em Parliament Hill, tornando-se a maior petição da história do Canadá desde a Declaração de Direitos.

Aesop

A Fundação Aesop também anunciou sua mais recente doação de US\$ 100.000,00, em apoio à ACLU (American Civil Liberty Union), em parceria com as Américas. A Fundação ACLU trabalha para defender a liberdade de expressão, tanto nos tribunais quanto fora deles. Uma parceria com a ACLU apoiará diretamente o acesso à literatura e os guardiões de livros em todo o país por meio de uma campanha de apoio aos bibliotecários.

4. Desempenho incluindo Aesop

R\$ milhões	Resultado por Segmento de Negócio														
	Consolidado ^a			Natura & Co Latam ^b			Avon International			The Body Shop			Aesop		
	2T-23	2T-22	Var. %	2T-23	2T-22	Var. %	2T-23	2T-22	Var. %	2T-23	2T-22	Var. %	2T-23	2T-22	Var. %
Receita bruta	10.944,7	11.271,7	(2,9)	7.274,0	7.284,4	(0,1)	1.795,1	2.099,7	(14,5)	1.116,6	1.220,7	(8,5)	758,9	666,9	13,8
Receita líquida	8.452,0	8.702,4	(2,9)	5.462,9	5.555,0	(1,7)	1.510,3	1.643,8	(8,1)	800,3	909,4	(12,0)	678,5	594,2	14,2
CMV	(2.783,0)	(3.234,7)	(14,0)	(1.956,9)	(2.274,0)	(13,9)	(553,6)	(678,2)	(18,4)	(177,5)	(204,6)	(13,2)	(95,0)	(77,9)	22,0
Lucro bruto	5.669,1	5.467,7	3,7	3.506,0	3.281,0	6,9	956,7	965,5	(0,9)	622,8	704,9	(11,6)	583,5	516,3	13,0
Despesas com vendas, marketing e logística	(3.869,6)	(3.838,9)	0,8	(2.259,5)	(2.167,3)	4,3	(701,8)	(762,4)	(7,9)	(536,2)	(604,1)	(11,2)	(372,2)	(305,1)	22,0
Despesas Adm., P&D, TI e projetos	(1.512,4)	(1.491,1)	1,4	(757,4)	(756,6)	0,1	(346,6)	(315,1)	10,0	(213,4)	(232,8)	(8,3)	(195,0)	(187,5)	4,0
Despesas corporativas	(83,6)	(88,7)	(5,7)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outras receitas / (despesas) operacionais, líquidas	(121,5)	93,6	(229,8)	(20,4)	18,7	(208,9)	(46,4)	111,1	(141,8)	(29,2)	(38,5)	(24,1)	(16,0)	2,2	(814,9)
Custos de transformação / integração / reestruturação do grupo	(238,2)	(132,0)	80,4	(98,7)	(99,9)	(1,3)	(138,8)	(25,5)	443,6	-	-	-	-	-	-
Depreciação	673,3	629,7	6,9	239,0	226,0	5,8	169,5	168,6	0,6	179,3	164,6	8,9	85,4	70,5	21,1
EBITDA	516,1	490,7	5,2	609,0	501,8	21,4	(107,4)	142,2	(175,5)	23,3	(5,8)	(499,2)	85,7	96,5	(11,2)
Depreciação	(673,3)	(629,7)	6,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Receitas / (despesas) financeiras, líquidas	(432,6)	(426,8)	1,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lucro antes do IR / CSLL	(589,8)	(565,8)	4,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Imposto de renda e contribuição social	(93,9)	(135,1)	(30,5)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Operações descontinuadas ^d	(48,3)	(66,1)	(26,9)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lucro líquido (prejuízo) consolidado	(731,9)	(767,0)	(4,6)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Participação dos acionistas não controladores	0,1	0,2	(76,9)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lucro líquido (prejuízo) atribuído aos acionistas controladores	(731,9)	(766,7)	(4,5)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Margem bruta	67,1%	62,8%	430 bps	64,2%	59,1%	510 bps	63,3%	58,7%	460 bps	77,8%	77,5%	30 bps	86,0%	86,9%	-90 bps
Desp. com vendas marketing e logística como % receita líquida	(45,8)%	(44,1)%	-170 bps	(41,4)%	(39,0)%	-240 bps	(46,5)%	(46,4)%	-10 bps	(67,0)%	(66,4)%	-60 bps	(54,9)%	(51,3)%	-360 bps
Desp. Adm., P&D, TI e projetos como % receita líquida	(17,9)%	(17,1)%	-80 bps	(13,9)%	(13,6)%	-30 bps	(22,9)%	(19,2)%	-370 bps	(26,7)%	(25,6)%	-110 bps	(28,7)%	(31,6)%	290 bps
Margem EBITDA	6,1%	5,6%	50 bps	11,1%	9,0%	210 bps	(7,1)%	8,6%	-1570 bps	2,9%	(0,6)%	350 bps	12,6%	16,2%	-360 bps
Margem líquida	(8,7)%	(8,8)%	10 bps	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

^a Resultado consolidado inclui Natura & Co Latam, Avon International, 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, Aesop Brasil e &Co Pay

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

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

AESOP

- Conforme divulgado em [Fato Relevante](#) de 3 de abril de 2023, Natura & Co anunciou a celebração de um acordo vinculante para a venda da Aesop à L'Oréal por um valor de US\$ 2,525 bilhões. A conclusão do processo segue prevista para o terceiro trimestre de 2023 e a Aesop foi classificada como operação descontinuada

	KPIs operacionais				
	2T-23	1T-23	2T-22	Varição vs. 1T-23	Varição vs. 2T-22
Aesop (total)	403	397	376	6	27
Exclusivas	293	289	275	4	18
Departamento	110	108	101	2	9

Aesop (R\$ milhões)	DRE		
	2T-23	2T-22	Var. %
Receita bruta	758,9	666,9	13,8
Receita líquida	678,5	594,2	14,2
Moeda constante			16,4
CMV	(95,0)	(77,9)	22,0
Lucro bruto	583,5	516,3	13,0
Margem bruta	86,0%	86,9%	-90 bps
Despesas com vendas, marketing e logística	(372,2)	(305,1)	22,0
Despesas Adm., P&D, TI e projetos	(195,0)	(187,5)	4,0
Outras receitas / (despesas) operacionais, líquidas	(16,0)	2,2	(816,0)
Depreciação	85,4	70,5	21,1
EBITDA	85,7	96,5	(11,1)
Margem EBITDA	12,6%	16,2%	-360 bps

- A receita foi de R\$ 759 milhões, +16,4% em CC (+14,2% em reais). Todas as regiões apresentaram crescimento anual de dois dígitos, exceto nas Américas, que ao contrário de outras regiões, não houve aberturas de lojas significativas para impulsionar o crescimento em comparação ao ano anterior
- A Ásia registrou uma melhora sequencial (+18% no 2º trimestre vs. +14% no 1º trimestre), impulsionada em parte pela retomada do crescimento da Coreia em meio a um melhor ambiente macroeconômico, e a esforços internos para impulsionar o desempenho do varejo

- O número de lojas exclusivas chegou a 293 no 2T23 (+18 LTM) com um crescimento de *same-store-sales* de +8%
- Da perspectiva dos canais de distribuição, o varejo e as lojas de departamento apresentaram um crescimento sólido, parcialmente compensado por um desempenho mais fraco do *e-commerce*. O crescimento combinado do indicador de *same-store-sales* foi de +8% (incluindo varejo, concessão em lojas de departamento e Aesop.com)
- Em linha com as tendências anteriores, a categoria de fragrâncias continuou a superar significativamente o crescimento da receita total da Aesop
- A margem bruta foi de 86,0%, comparada a 86,9% no 2T22, impactada pelo câmbio desfavorável, por um mix de canais desfavorável e pela mudança de mix de categorias na Ásia
- A margem EBITDA ajustada foi de 12,6%, apresentando uma queda de -360 bps na comparação anual, ainda pressionada por investimentos planejados que visam entregar um crescimento futuro sustentável, e por alguma pressão na margem bruta. Além disso, a China está pressionando levemente a rentabilidade da marca, à medida em que aceleramos nosso cronograma de abertura de lojas
- Esses investimentos estão relacionados principalmente com aprimoramentos de tecnologia (neste trimestre, em particular,

Todos os números apresentados neste documento consideram a Aesop como uma operação descontinuada. O Apêndice 4 contém os resultados da operação da Aesop como um segmento

houve menos investimentos na cadeia de suprimentos)

5. Mercado de Capitais e Desempenho das Ações

As ações da NTCO3 foram negociadas a R\$ 16,74 no final do 2T23 na B3, um crescimento de +23,4% no trimestre. O Volume Médio Diário de Negociação (ADTV) do trimestre foi de R\$ 269,2 milhões, +12,1% vs. 2T22. NTCO foi negociada a US\$ 6,98 no final do 2T23 na NYSE, com alta de +30,8% no trimestre.

Em 30 de junho de 2022, o valor de mercado da Companhia era de R\$ 21,2 bilhões, e o capital da Companhia era representado por 1.386.848.066 ações ordinárias.

6. Renda fixa

Abaixo está a tabela com detalhes de todos os instrumentos de dívida pública em aberto por emissor em 30 de junho de 2023:

Emissor	Tipo	Emissão	Vencimento	Principal (milhões)	Custo Nominal (por ano)
Natura Cosméticos S.A.	Debênture - 12ª emissão	06/10/2022	15/09/2027	BRL 255.8	DI + 0,80 por ano
		06/10/2022	15/09/2029	BRL 487.2	IPCA + 6,80 por ano
		06/10/2022	15/09/2030	BRL 102.3	IPCA + 6,90 por ano
		15/09/2031	BRL 102.3	IPCA + 6,90 por ano	
		15/09/2032	BRL 102.3	IPCA + 6,90 por ano	
Natura Cosméticos S.A.	Notas Comerciais	19/09/2022	19/09/2025	BRL 500.0	DI + 1,55 por ano
Natura &Co Luxembourg Holdings (Natura Lux)	Club Loan	14/11/2022	14/11/2025	US\$ 250.0	SOFR + 2,47%
Natura Cosméticos S.A.	Debênture - 11ª emissão	25/07/2022	21/07/2027	BRL 826.0	DI + 1,65 por ano
Natura Cosméticos S.A.	Bond - 2ª emissão (sustainability linked bond)	03/05/2022	03/05/2028	US\$ 1,000.0 (1)	4,13%
Natura &Co Luxembourg Holdings (Natura Lux)	Bonds	19/04/2022	19/04/2029	US\$ 600.0	6,000%
Avon Products, Inc.	Bonds 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	-	Negativa

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

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

7. Apêndices

RECONCILIAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA LIVRE

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

R\$ milhões	Reconciliação Fluxo de Caixa Livre	Fluxo de Caixa Livre	Reconciliação Fluxo de Caixa
RECEITA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS			
o) lucro líquido do período	(a) Lucro Líquido	Lucro (prejuízo) líquido	(a)
para reconciliar o (prejuízo) lucro líquido do período com o caixa líquido utilizado nas atividades operacionais:		Depreciação e amortização	(b)
depreciações e amortizações	(b) Depreciação / amortização	Ajustes não-caixa ao lucro líquido	(c)
com juros e variação cambial sobre títulos de valores mobiliários	(c)		
(perda) decorrente de operações com derivativos "swap" e "forward"	(c)		
provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	(c)		
variação monetária de depósitos judiciais	(c)		
variação monetária da provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	(c)		
receita de renda e contribuição social	(c)		
Resultado na venda e baixa de ativo imobilizado, intangível, arrendamento e ativos não circulantes mantidos para venda	(c)		
variação cambial sobre arrendamentos	(c)		
variação cambial sobre empréstimos, financiamentos e debêntures, líquido dos custos de captação	(c)		
variação e variação cambial sobre outros ativos e passivos	(c)		
dividendos	(c)		
receita de planos de outorga de opções de compra de ações	(c)		
receita por perdas de crédito esperadas, líquida de reversões	(c)		
receita por perdas de estoque, líquidas de reversão	(c)		
receita de provisão para créditos de carbono	(c)		
receita de economia hiperinflacionária	(c)		
despesas:			
despesas a receber de clientes e partes relacionadas	(d2) Contas a Receber	Redução / (aumento) no capital de giro	(d)
despesas	(d1) Estoques	Estoques	(d1)
despesas para recuperar	(d4) Outros Ativos e Passivos	Contas a receber	(d2)
despesas com ativos	(d3) Contas a Pagar	Contas a pagar	(d3)
despesas com operações, operações de "risco sacado" e partes relacionadas	(d4) Outros Ativos e Passivos	Outros ativos e passivos	(d4)
despesas com participações nos resultados e encargos sociais, líquidos		Imposto de renda e contribuição social	(e)
despesas tributárias		Juros da dívida	(f)
despesas com passivos		Pagamentos de lease	(g)
		Outras atividades operacionais	(h)
		Caixa das operações continuadas	
		Capex	(i)
		Venda de ativos	(j)
		Variação da taxa de câmbio no saldo de caixa	(k)
OUTROS FLUXOS DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS		Fluxo de caixa livre - operações continuadas	
Pagamentos de imposto de renda e contribuição social	(e) Imposto de Renda e Contribuição Social	Outras atividades de investimento e financiamento	(l)
Depósitos judiciais realizados líquidos de levantamentos	(h) Outras Atividades Operacionais	Atividades operacionais - operações descontinuadas	(m)
Pagamentos relacionados a processos tributários, cíveis e trabalhistas	(f) Juros da Dívida	Pagamentos de lease - principal - operações descontinuadas	(n)
(Pagamento) recebimento de recursos por liquidação de operações com derivativos	(g) Pagamentos de Lease	Capex - operações descontinuadas	(o)
Pagamento de juros sobre arrendamentos	(f) Juros da Dívida		
Pagamento de juros sobre empréstimos, financiamentos e debêntures	(m) Atividades operacionais - operações descontinuadas		
Pagamentos Descontinuadas			
CAIXA (UTILIZADO NAS) GERADO PELAS ATIVIDADES OPERACIONAIS		Variação do saldo de caixa	
Caixa advindo de aquisição de controlada	(j) Capex		
Adições de imobilizado e intangível	(j) Venda de ativos		
resultado pela venda de ativo imobilizado, intangível e ativos não circulantes mantidos para venda	(l) Outras atividades de investimento e financiamento		
Aplicação em títulos e valores mobiliários	(i) Capex - operações descontinuadas		
Resgate de títulos e valores mobiliários			
Resgate de juros sobre títulos de valores mobiliários			
Atividades de investimento - operações descontinuadas			
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	(l) Outras atividades de investimento e financiamento		
Captações de empréstimos, financiamentos e debêntures	(l) Pagamentos de lease - operações descontinuadas		
Compra de ações em tesouraria, líquido de recebimento do preço de exercício de opções	(k) Variação da taxa de câmbio no saldo de caixa		
Pagamento de dividendos e juros sobre capital próprio referentes ao exercício anterior			
(Pagamento) recebimento de recursos por liquidação de operações com derivativos financeiros			
Aumentos de Capital			
Atividades de Financiamento - operações descontinuadas			
CAIXA LÍQUIDO GERADO PELAS (UTILIZADO NAS) ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO			
Efeito de variação cambial sobre o caixa e equivalentes de caixa			
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-23	Dez-22	PASSIVOS E PATRIMÔNIO LÍQUIDO (R\$ milhões)	Jun-23	Dez-22
ATIVOS CIRCULANTES			PASSIVOS CIRCULANTES		
Caixa e equivalentes de caixa	2.275,1	4.195,7	Empréstimos, financiamentos e debêntures	362,7	331,2
Títulos e valores mobiliários	1.180,4	1.800,4	Arrendamento mercantil	607,6	878,4
Contas a receber de clientes	3.452,6	3.502,4	Fornecedores e operações de "risco sacado"	5.648,9	6.375,9
Estoques	4.207,4	4.516,9	Dividendos e juros sobre o capital próprio a pagar	0,2	0,3
Impostos a recuperar	1.275,2	911,4	Salários, participações nos resultados e encargos sociais	941,3	1.277,0
Imposto de renda e contribuição social	194,8	196,1	Obrigações tributárias	607,1	828,1
Instrumentos financeiros derivativos	268,0	235,1	Imposto de renda e contribuição social	173,6	70,3
Outros ativos circulantes	691,6	763,4	Instrumentos financeiros derivativos	848,6	1.614,0
Ativos mantidos para venda	2.726,6	0,1	Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	419,1	463,7
Total dos Ativos Circulantes	16.271,7	16.121,5	Outros passivos circulantes	1.096,2	1.499,1
			Ativos mantidos para venda	1.246,9	0,0
ATIVOS NÃO-CIRCULANTES			Total dos Passivos Circulantes	11.952,1	13.337,9
Impostos a recuperar	909,0	1.356,9	PASSIVOS NÃO-CIRCULANTES		
Imposto de renda e contribuição social diferido	3.399,0	3.519,5	Empréstimos, financiamentos e debêntures	13.026,1	13.261,1
Depósitos judiciais	397,9	457,6	Arrendamento mercantil	1.539,1	2.392,3
Instrumentos financeiros derivativos	-	773,3	Salários, participações nos resultados e encargos sociais	9,3	26,2
Títulos e valores mobiliários	32,6	35,2	Obrigações tributárias	122,7	117,4
Outros ativos não circulantes	1.119,8	1.252,4	Imposto de renda e contribuição social diferidos	898,4	934,4
Total dos Ativos realizável a Longo Prazo	5.858,3	7.394,9	Instrumentos financeiros derivativos	608,1	191,3
Imobilizado	4.123,5	4.966,2	Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	1.152,0	1.322,2
Intangível	22.357,4	23.261,0	Outros passivos não circulantes	725,4	751,6
Direito de Uso	1.982,6	2.941,9	Total dos Passivos Não-Circulantes	18.081,2	18.996,3
Total dos Ativos Não-Circulantes	34.321,9	38.564,0	PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
			Capital social	12.484,5	12.484,4
			Ações em tesouraria	(196,5)	(262,4)
			Reservas de capital	10.498,1	10.540,9
			Prejuízos acumulados	(3.378,7)	(1.994,6)
			Ajustes de avaliação patrimonial	1.136,5	1.564,3
			Patrimônio líquido atribuído aos acionistas controladores	20.543,9	22.332,7
			Participação dos acionistas não controladores no patrimônio líquido das controladas	16,3	18,5
TOTAL DOS ATIVOS	50.593,5	54.685,5	TOTAL DOS PASSIVOS E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	50.593,5	54.685,4

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS CONSOLIDADO - INCLUINDO ALOCAÇÃO DO PREÇO DE COMPRA (PPA)

R\$ milhões	2T-23	2T-22	Var. %	1S-23	1S-22	Var. %
RECEITA LÍQUIDA	7.773,5	8.108,2	(4,1)	15.093,7	15.719,2	(4,0)
Custo dos Produtos Vendidos	(2.687,9)	(3.093,4)	(13,1)	(5.182,6)	(6.039,6)	(14,2)
LUCRO BRUTO	5.085,6	5.014,8	1,4	9.911,1	9.679,6	2,4
DESPESAS OPERACIONAIS						
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(3.395,2)	(3.446,6)	(1,5)	(6.499,9)	(6.729,2)	(3,4)
Despesas Administrativas, P&D, TI e Projetos	(1.401,0)	(1.541,9)	(9,1)	(2.782,0)	(2.900,2)	(4,1)
Perda por redução ao valor recuperável de contas a receber de clientes	(102,2)	(150,6)	(32,2)	(317,8)	(313,4)	1,4
Outras despesas operacionais, líquidas	(319,3)	(40,7)	685,5	(416,0)	(101,1)	311,4
(PREJUÍZO) LUCRO OPERACIONAL ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO	(132,1)	(164,9)	(19,9)	(104,7)	(364,3)	(71,3)
Receitas Financeiras	1.854,6	1.934,1	(4,1)	2.860,3	3.272,3	(12,6)
Despesas Financeiras	(2.256,7)	(2.364,5)	(4,6)	(3.738,7)	(4.063,4)	(8,0)
PREJUÍZO ANTES DO IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	(534,2)	(595,4)	(10,3)	(983,1)	(1.155,4)	(14,9)
Imposto de Renda e Contribuição Social	(98,6)	(128,1)	(23,0)	(181,4)	(198,0)	(8,4)
PREJUÍZO DAS OPERAÇÕES CONTINUADAS	(632,8)	(723,5)	(12,5)	(1.164,5)	(1.353,5)	(14,0)
Lucro (Prejuízo) das Operações Descontinuadas	(99,1)	(43,5)	127,7	(219,6)	(55,7)	294,3
PREJUÍZO DO PERÍODO	(731,9)	(767,0)	(4,6)	(1.384,1)	(1.409,1)	(1,8)
Atribuível a acionistas controladores da Companhia	(731,9)	(766,7)	(4,5)	(1.384,3)	(1.409,8)	(1,8)
Atribuível a não-controladores	(0,1)	(0,2)	(76,6)	0,2	0,7	(67,8)

AMORTIZATION ALOCAÇÃO DO PREÇO DE COMPRA (PPA)

R\$ milhões	2T-23	2T-22	1S-23	1S-22
RECEITA LÍQUIDA	-	-	-	-
Custo dos Produtos Vendidos	(1,9)	(1,7)	(3,4)	(3,7)
LUCRO BRUTO	(1,9)	(1,7)	(3,4)	(3,7)
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(62,3)	(63,4)	(126,6)	(129,6)
Despesas Administrativas, P&D, TI e Projetos	(71,9)	(66,8)	(147,4)	(136,1)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	(5,0)	4,6	23,7	53,6
Receitas/(Despesas) Financeiras, líquidas	(5,0)	14,6	10,8	39,1
Imposto de Renda e Contribuição Social	(27,6)	(39,7)	(11,2)	(35,6)
PREJUÍZO LÍQUIDO	(173,7)	(152,4)	(254,2)	(212,4)
Depreciação	(136,1)	(132,6)	(277,5)	(282,0)

DEMONSTRAÇÃO CONSOLIDADA DO FLUXO DE CAIXA

	R\$ milhões	1S-23	1S-22
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS			
(Prejuízo) lucro líquido do período		(1.384,1)	(1.409,1)
Ajustes para reconciliar o (prejuízo) lucro líquido do período com o caixa líquido utilizado nas atividades operacionais:			
Depreciações e amortizações		1.191,3	1.137,4
Ganho com juros e variação cambial sobre títulos de valores mobiliários		(383,2)	(179,1)
Ganho (perda) decorrente de operações com derivativos "swap" e "forward"		764,4	559,0
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas		31,9	15,5
Atualização monetária de depósitos judiciais		(13,3)	(17,2)
Atualização monetária da provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas		37,2	23,5
Imposto de renda e contribuição social		181,4	198,0
Resultado na venda e baixa de ativo imobilizado, intangível, arrendamento e ativos não circulantes mantidos para venda		38,3	22,1
Juros e variação cambial sobre arrendamentos		79,5	108,9
Juros, variação cambial sobre empréstimos, financiamentos e debêntures, líquido dos custos de captação		98,4	(39,6)
Atualização e variação cambial sobre outros ativos e passivos		1,5	1,3
Impairment		11,1	0,0
Provisão de planos de outorga de opções de compra de ações		23,2	144,2
Provisão para perdas de crédito esperadas, líquida de reversões		317,8	315,1
Provisão para perdas de estoque, líquidas de reversão		251,5	201,8
Reversão de provisão para créditos de carbono		(5,7)	(6,8)
Efeito de economia hiperinflacionária		178,2	179,4
Variações em:			
Contas a receber de clientes e partes relacionadas		(495,4)	(192,1)
Estoques		(498,0)	(153,4)
Impostos a recuperar		(7,3)	(9,8)
Outros ativos		37,6	32,0
Fornecedores, operações de "risco sacado" e partes relacionadas		(412,4)	(903,0)
Salários, participações nos resultados e encargos sociais, líquidos		(225,3)	(292,0)
Obrigações tributárias		(158,2)	(133,9)
Outros passivos		(228,1)	(178,9)
OUTROS FLUXOS DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS			
Pagamentos de imposto de renda e contribuição social		(229,6)	(254,0)
Depósitos judiciais realizados líquidos de levantamentos		23,9	13,8
Pagamentos relacionados a processos tributários, cíveis e trabalhistas		(30,7)	(54,1)
(Pagamento) recebimento de recursos por liquidação de operações com derivativos		(481,8)	(256,7)
Pagamento de juros sobre arrendamentos		(82,4)	(77,7)
Pagamento de juros sobre empréstimos, financiamentos e debêntures		(471,2)	(362,7)
Operações Descontinuadas		(115,9)	118,7
CAIXA (UTILIZADO NAS) GERADO PELAS ATIVIDADES OPERACIONAIS		(1.956)	(1.449)
Caixa advindo de aquisição de controlada			
Adições de imobilizado e intangível		(515,4)	(449,8)
Recebimento pela venda de ativo imobilizado, intangível e ativos não circulantes mantidos para venda		14,0	3,7
Aplicação em títulos e valores mobiliários		(4.760,1)	(4.753,0)
Resgate de títulos e valores mobiliários		5.389,2	5.446,7
Resgate de juros sobre títulos de valores mobiliários		76,2	59,9
Atividades de investimento - operações descontinuadas		(108,1)	(73,3)
CAIXA LÍQUIDO GERADO PELAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO		96	234
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO			
Amortização de passivo de arrendamentos - principal		(393,7)	(435,3)
Amortização de empréstimos, financiamentos e debêntures - principal		(118,8)	(3.638,7)
Captações de empréstimos, financiamentos e debêntures		654,9	4.727,0
Compra de ações em tesouraria, líquido de recebimento do preço de exercício de opções		0,0	(120,3)
Pagamento de dividendos e juros sobre capital próprio referentes ao exercício anterior		(0,0)	0,0
(Pagamento) recebimento de recursos por liquidação de operações com derivativos financeiros		(39,4)	109,2
Aumentos de Capital		0,1	2,7
Atividades de Financiamento - operações descontinuadas		(121,2)	(91,5)
CAIXA LÍQUIDO GERADO PELAS (UTILIZADO NAS) ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO		(18)	553
Efeito de variação cambial sobre o caixa e equivalentes de caixa		(42,8)	(301,3)
REDUÇÃO NO CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA		(1.921)	(963)
Saldo inicial do caixa e equivalentes de caixa		4.195,7	4.007,3
Saldo final do caixa e equivalentes de caixa		2.275,1	3.043,8
REDUÇÃO NO CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA		(1.920,7)	(963,4)

Todos os números apresentados neste documento consideram a Aesop como uma operação descontinuada. O Apêndice 4 contém os resultados da operação da Aesop como um segmento

8. Teleconferência e webcast

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

convida você para participar da **teleconferência sobre os resultados do 2T-23:**

Terça-feira,
15 de agosto de 2023

Para conectar-se à
teleconferência:

08:00 Nova Iorque

Brasil: +55 11 3181-8565
Dial in: +55 11 4090-1621

09:00 Brasília

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

13:00 Londres

U.K.: +44 20 3795 9972

A teleconferência será em inglês
com tradução simultânea para o Português

Código da conferência: Natura

Para acessar o webcast: [clique aqui](#)

AVON



Aēsop.

natura &co

9. Glossário

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

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

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

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.

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

Brand Power: Uma metodologia utilizada por 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.

CEE: Europa Central e Oriental.

CFT: Mercado de Cosméticos, Fragrâncias e Higiene Pessoal. CFT = Fragrâncias, cuidado com o corpo e hidratação, Maquiagem (sem Unhas), cuidados faciais, cuidados com o cabelo (sem colorações), sabonetes, desodorantes, cuidados para o cabelo, pele e barba (sem lâminas) e proteção solar.

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: Equivalência em dióxido de carbono. É uma medida internacional que estabelece a equivalência entre todos os gases do efeito estufa (GEE) e o dióxido de carbono. CO₂e significa a quantidade de CO₂ que teria impacto equivalente no aquecimento global.

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: Conversão de valores de uma moeda estrangeira para a moeda usada pela entidade de reporte.

G&A: Despesas gerais e administrativas.

GEE: Gases de efeito estufa.

ICON: Índice de 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, no último ano, na venda de produtos lançados nos últimos 24 meses.

IboV: Índice Ibovespa é o principal indicador de desempenho das ações negociadas na B3 e lista as principais empresas do mercado de capitais brasileiro.

IFRS: *International Financial Reporting Standards*, ou Normas Internacionais de Relatório Financeiro (em tradução livre).

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.

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 contribuem 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* ou Vinculados à Sustentabilidade (em tradução livre) são instrumentos financeiros de dívida que têm como objetivo fazer com o que o emissor alcance metas ESG.

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 sociobiodiversidade 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.

10. 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 proforma, 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