

São Paulo, 08 de maio de 2023

1T23: Natura &Co registra forte melhora da rentabilidade vinda da gestão de receita e controle de custos

Marca Natura e segmento CFT na Avon no Brasil seguem em bom momento; Avon International em cenário positivo no segmento CFT; The Body Shop ainda enfrenta desafios de receita

- **A Receita Líquida consolidada no 1T23** totalizou R\$ 8,0 bilhões, +3,4% vs. 1T22 em moeda constante ("CC") e queda de -2,8% em reais na comparação anual. O crescimento em CC foi impulsionado novamente pelo forte desempenho de Natura &Co Latam (+9,0% em CC) e da Aesop (+16,8% em CC), parcialmente compensado pelos contínuos desafios na The Body Shop (-9,4% em CC) e em menor grau na Avon International (-7,5% em CC, -3,7% excluindo Rússia e Ucrânia). **Excluindo a Aesop, a receita líquida consolidada do 1T23** totalizou R\$ 7,3 bilhões, crescimento de +2,2% em CC e queda de 3,8% em reais na comparação anual
- **O Lucro Bruto consolidado do 1T23** foi de R\$ 5,4 bilhões, com margem bruta de 67,7%, uma alta de +370 pbs em relação ao 1T22. A margem melhorou em relação ao ano anterior em todas as unidades de negócios, com exceção da Aesop. A melhora foi impulsionada principalmente por preços e mix, que mais do que compensaram uma inflação persistente e as pressões cambiais. **Excluindo a Aesop, a margem bruta** foi de 65,9%, uma alta de +380 pbs na comparação ano a ano
- **O EBITDA Ajustado do 1T23** foi de R\$ 842 milhões, com margem de 10,5% (+330 pbs na comparação ano a ano), uma vez que a melhoria da margem de Natura &Co Latam e Avon International, combinada a menores despesas da Holding, mais do que compensaram a leve pressão em relação ao ano anterior na The Body Shop, e uma maior pressão de investimentos contínuos na Aesop. **O EBITDA Ajustado, excluindo a Aesop**, foi de R\$ 712 milhões, com margem de 370 pbs acima do 1T22, para 9,7%
- **A Dívida Líquida do 1T23 (excluindo leasing) foi de R\$ 9,4 bilhões (de R\$ 7,4 bilhões no 4T22)**. Apesar da melhora do EBITDA na comparação ano a ano, o aumento de R\$ 2,0 bilhões no trimestre na dívida líquida se deve principalmente ao consumo de caixa sazonal, combinado a aumento do estoque e recebíveis do forte crescimento da marca Natura.
- **Prejuízo Líquido de R\$ 652 milhões no 1T23**, praticamente em linha com o ano anterior, uma vez que o melhor EBITDA (ajustado e reportado) foi mais do que compensado por maiores despesas financeiras líquidas (que serão endereçadas com a venda da Aesop) e por perdas de operações descontinuadas

Resultado Consolidado (R\$ Milhões)	1T-23	1T-22	Δ	Aesop - Operação Descontinuada		
				1T-23	1T-22	Δ
Receita Líquida	8.021,4	8.253,3	-2,8%	7.320,2	7.611,0	-3,8%
Varição em Moeda Constante			3,4%			2,2%
Lucro Bruto	5.428,4	5.282,4	2,8%	4.825,5	4.728,0	2,1%
<i>Margem Bruta</i>	67,7%	64,0%	370 pbs	65,9%	62,1%	380 pbs
EBITDA Reportado	760,4	515,8	47,4%	630,9	376,0	67,8%
<i>Margem EBITDA Reportada</i>	9,5%	6,2%	330 pbs	8,6%	4,9%	370 pbs
EBITDA Ajustado	841,7	595,9	41,3%	712,1	456,1	56,1%
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	10,5%	7,2%	330 pbs	9,7%	6,0%	370 pbs
Lucro (Prejuízo) Líquido Atribuído aos Acionistas Controladores	(652,4)	(643,1)	1,4%	(652,4)	(643,1)	1,4%
<i>Margem Líquida</i>	-8,1%	-7,8%	-30 pbs	-8,9%	-8,4%	-50 pbs

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

"O desempenho de Natura &Co no primeiro trimestre está em linha com o plano e comunicado anteriormente, já que os números do primeiro trimestre mostram uma melhora sólida tanto na margem bruta quanto na margem EBITDA ajustada, enquanto a empresa continua realizando importantes mudanças estruturais em seu portfólio, com foco na simplificação de sua estrutura e na melhoria de sua estrutura de capital.

Excluindo a Aesop, o 1T23 apresentou uma forte melhoria de lucratividade, impulsionada principalmente pela expansão da margem bruta em todas as unidades de negócios, e no controle contínuo de custos, que foram parcialmente compensados pela desalavancagem das vendas na The Body Shop, na Avon na América Latina e, em menor grau, na Avon International. A expansão da margem bruta neste trimestre se deve à manutenção do aumento de preços e a um mix mais favorável, mais do que compensando o ambiente inflacionário em que estamos inseridos. Pela sazonalidade normal do negócio, o consumo de caixa no 1T foi alto, conforme planejado, e a gestão do capital de giro foi impactada pela formação de estoques para o 2T e por mudanças relacionadas a contínua integração das marcas Natura e Avon na América Latina. Da perspectiva de receita, o destaque segue sendo a marca Natura, que segue em forte impulso desde o ano passado, com as vendas da Natura no Brasil crescendo 25%, impulsionadas por volume e forte e crescimento da produtividade.

Logo após o encerramento do trimestre, Natura &Co anunciou importantes marcos, que são transformadores para o futuro do grupo. Firmamos um acordo vinculante para a venda da Aesop à L'Oréal por um valor de US\$ 2,525 bilhões (ainda sujeito às aprovações regulatórias habituais). Além disso, em abril tivemos o primeiro dia da integração total de Natura e Avon no Peru (parte da Onda 2), com a força de vendas totalmente integrada, e compartilhando da mesma experiência. Por fim, a The Body Shop anunciou o começo de seu próximo capítulo, com Ian Bickley assumindo como CEO interino, depois de David Boynton deixar o cargo.

Nossa agenda *triple bottom line* também apresentou avanços importantes, com melhorias relevantes na quantidade do uso de ingredientes renováveis ou naturais e de fórmulas biodegradáveis. Natura &Co também divulgou seu terceiro relatório de equidade salarial, mostrando que mantivemos nossa meta de igualdade de representação, com 52,7% de mulheres em cargos de liderança - diretores e acima - em toda a Companhia.

Enquanto 2023 segue se configurando como mais um ano desafiador, nossas prioridades estratégicas são claras, e os primeiros resultados nos dão confiança de que estamos no caminho certo. Acreditamos que a redução maciça da dívida líquida da empresa, combinada a margens EBITDA mais fortes, decorrentes da melhoria operacional dos negócios, e aliada ao nosso foco incansável na conversão de caixa, abrirá caminho para uma forte geração de caixa nos próximos anos, permitindo-nos fazer investimentos com disciplina em nossas prioridades de negócios, e destravando valor para nossos acionistas."

Principais Resultados Financeiros por Unidade de Negócios

	1T-23 vs. 1T-22				
	Receita Líquida (R\$ milhões)	Δ % Moeda Reportada	Δ % CC	Margem EBITDA Ajustada	Δ EBITDA Ajustado
Consolidado	8.021,4	-2,8%	3,4%	10,5%	330 pbs
Natura & Co Latam	4.863,7	2,4%	9,0%	13,0%	400 pbs
Avon International	1.606,6	-12,8%	-7,5%	6,1%	170 pbs
The Body Shop	849,9	-16,5%	-9,4%	6,1%	-30 pbs
Aesop	701,3	9,2%	16,8%	18,5%	-320 pbs

• **Natura & Co Latam:** A receita líquida do 1T23 cresceu +9,0% em CC e +2,4% em reais, impulsionada pelo sólido crescimento de dois dígitos em CC na marca Natura, mas parcialmente compensado por uma queda de um dígito alto em CC nas vendas da Avon na América Latina

- **Marca Natura na América Latina:** A receita líquida aumentou +25,1% no 1T23 em CC e +17,3% em reais, com momento ainda mais forte no Brasil (vs. 4T22) e crescimento adicional na América Hispânica. **No Brasil**, a receita líquida cresceu +24,9% no 1T23, apoiada pelo forte crescimento da produtividade das consultoras, combinado ao excelente desempenho do varejo. Mesmo em meio a turbulências políticas e econômicas, sobretudo na Argentina e no Chile, a receita líquida na **América Hispânica** cresceu +25,5% em CC e +6,7% em reais. O crescimento foi impulsionado principalmente pela aceleração na Argentina e na Colômbia. Excluindo a Argentina, a receita nos mercados hispânicos cresceu em um dígito médio em CC, impactada pelo desempenho mais fraco do Chile
- **Marca Avon na América Latina:** A receita líquida caiu -9,8% em CC e -15,1% em reais. **No Brasil**, a receita líquida ficou praticamente estável (em -0,6%), em desaceleração na comparação com a dinâmica do 4º trimestre, mas diante de uma base comparável mais forte. A categoria de Beleza apresentou crescimento de +5,6% na receita, enquanto as vendas de Moda e Casa (M&C) caíram -18,0%, em linha com nossa estratégia de otimização de portfólio. **Nos mercados hispânicos**, a receita líquida caiu -14,8% no 1T23 em CC (ou -22,0% em reais), impactada principalmente por uma queda no México e no Chile. A categoria de Beleza se manteve amplamente estável em CC, em meio à esperada redução do canal da venda direta, dada da implementação da Onda 2 e à sua preparação em outros países, mas a produtividade por Representante nessa categoria aumentou mais de 20% na comparação anual
- **A margem EBITDA ajustada do 1T de Natura & Co Latam** foi de 13,0% (+400 pbs na comparação anual), impulsionada principalmente pela forte melhoria da margem bruta ano a ano (+450 pbs) em diferentes regiões e marcas, combinada a eficiências VG&A na marca Avon no Brasil, mas parcialmente compensados por desalavancagem operacional da Avon nos mercados hispânicos e investimentos na marca Natura (acelerados desde o 3T22)

• Avon International

- **A receita líquida do 1T** apresentou queda de -7,5% em CC na comparação anual e de -12,8% em reais. Excluindo a Rússia e a Ucrânia, a receita caiu -3,7% em CC em comparação com o 1T22. A receita líquida também foi impactada pelos terremotos na Turquia, que estimamos terem afetado a receita negativamente em 1p.p. No 1T23, a categoria de Beleza entrou em cenário positivo (excluindo Rússia e Ucrânia), impulsionada pelas categorias de fragrâncias e maquiagem, enquanto Moda e Casa caiu -21% (em CC), dada a estratégia de otimização do portfólio
- **A margem EBITDA ajustada do 1T** foi de 6,1%, uma alta de +170 pbs na comparação ano a ano. A expansão de +480 pbs na margem bruta, impulsionada por aumentos de preços, por um mix de produtos positivo, pelo foco contínuo na economia de transformação e faseamento de despesas, foram parcialmente compensadas pela desalavancagem das vendas, pelo investimento em marca nos principais mercados e aumento da inflação em despesas fixas

• The Body Shop

- **A receita líquida do 1T** caiu -9,4% em CC e -16,5% em reais. As vendas combinadas dos principais canais de distribuição dos negócios (lojas, e-commerce e franquia) apresentaram queda de um dígito baixo em CC no 1T23, semelhante ao 4T22 (sobre uma base comparável mais fraca), enquanto o canal The Body Shop at Home continua em queda acentuada. O *sell-in* da franquia foi fraco no trimestre, em meio ao aumento do nível de estoque destacado no último trimestre, mas o *sell-out* de vendas ligeiramente melhor, resultou em um nível de estoque melhor em relação ao ano anterior (embora ainda acima de 2019 em algumas regiões)
- **A margem EBITDA ajustada do 1T** foi de 6,1%, uma queda de -30 pbs na comparação ano a ano. Apesar da desalavancagem das vendas, a ligeira expansão da margem bruta e o rígido controle de custos (seguindo a tendência do último trimestre) levaram a uma menor pressão da margem ano a ano. No 1T23, a margem bruta apresentou um ponto de inflexão, expandindo +50 pbs ano a ano, para 78,6%. Isso foi impulsionado principalmente pelo mix e por preços, que foram parcialmente compensados pela contínua inflação alta

• Aesop

- **A receita líquida do 1T** cresceu +16,8% em CC e +9,2% em reais. Todas as regiões apresentaram crescimento anual de dois dígitos, mesmo em meio a um ambiente macro em deterioração. Do ponto de vista do canal de distribuição, o varejo e o atacado apresentaram crescimento sólido, parcialmente compensado por um desempenho mais fraco do e-commerce, refletindo a normalização do comportamento do consumidor pós-COVID-19
- **A margem EBITDA ajustada do 1T** foi de 18,5%, uma queda de -320 pbs na comparação ano a ano, ainda pressionada por investimentos planejados para entregar um crescimento futuro sustentável

1. Análise de Resultado

A segmentação do Grupo é composta de:

- Natura &Co Latam, que inclui todas as marcas na região: Natura, Avon, The Body Shop e Aesop
- Avon International, que inclui todos os mercados, excluindo América Latina
- The Body Shop, exceto América Latina, e
- Aesop, 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			Aesop		
	1T-23 ^c	1T-22 ^c	Var. %	1T-23 ^c	1T-22 ^c	Var. %	1T-23 ^c	1T-22 ^c	Var. %	1T-23	1T-22	Var. %	1T-23	1T-22	Var. %
Receita Bruta	10.342,4	10.642,0	(2,8)	6.445,3	6.286,7	2,5	1.921,0	2.207,4	(13,0)	1.191,1	1.426,7	(16,5)	785,0	721,2	8,8
Receita Líquida	8.021,4	8.253,3	(2,8)	4.863,7	4.751,5	2,4	1.606,6	1.842,0	(12,8)	849,9	1.017,4	(16,5)	701,3	642,4	9,2
CMV	(2.593,0)	(2.970,9)	(12,7)	(1.741,8)	(1.915,1)	(9,0)	(571,2)	(744,6)	(23,3)	(181,7)	(223,2)	(18,6)	(98,3)	(88,1)	11,6
Lucro Bruto	5.428,4	5.282,4	2,8	3.121,9	2.836,5	10,1	1.035,4	1.097,4	(5,7)	668,2	794,2	(15,9)	603,1	554,3	8,8
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(3.690,5)	(3.823,9)	(3,5)	(2.004,0)	(1.992,2)	0,6	(754,8)	(848,5)	(11,0)	(561,5)	(668,1)	(16,0)	(370,1)	(315,1)	17,5
Despesas Adm., P&D, TI e Projetos	(1.497,4)	(1.423,4)	5,2	(715,1)	(672,4)	6,3	(372,2)	(346,2)	7,5	(223,4)	(230,7)	(3,2)	(186,7)	(175,0)	6,7
Despesas Corporativas	(70,1)	(109,9)	(36,2)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outras Receitas/(Despesas) Operacionais, Líquidas	(12,3)	21,4	(157,5)	34,0	37,0	(8,1)	0,6	(0,0)	(1.720,3)	(46,4)	(8,1)	474,5	(0,4)	1,7	(123,1)
Custos de Transformação/ Integração / Reestruturação do Grupo	(84,9)	(80,1)	6,0	(26,1)	(35,2)	(25,9)	(57,5)	(40,3)	42,6	-	-	-	-	-	-
Depreciação	687,2	649,3	5,8	226,9	219,6	3,3	189,1	178,4	6,0	187,5	177,4	5,7	83,7	73,8	13,3
EBITDA	760,4	515,8	47,4	637,6	393,3	62,1	40,5	40,8	(0,8)	24,4	64,7	(62,3)	129,4	139,7	(7,4)
Depreciação	(687,2)	(649,3)	5,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Receitas/(Despesas) Financeiras, Líquidas	(495,3)	(386,6)	28,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lucro antes do IR/CSLL	(422,0)	(520,1)	(18,9)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Imposto de Renda e Contribuição Social	(88,1)	(82,5)	6,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Operações descontinuadas ^d	(142,0)	(39,6)	258,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lucro Líquido (prejuízo) Consolidado	(652,1)	(642,2)	1,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Participação dos Acionistas Não Controladores	(0,3)	(0,9)	(67,3)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lucro líquido (prejuízo) atribuído aos acionistas controladores	(652,4)	(643,1)	1,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Margem Bruta	67,7%	64,0%	370 pbs	64,2%	59,7%	450 pbs	64,4%	59,6%	480 pbs	78,6%	78,1%	50 pbs	86,0%	86,3%	-30 pbs
Desp. com Vendas, Marketing e Logística/Receita Líquida	46,0%	46,3%	-30 pbs	41,2%	41,9%	-70 pbs	47,0%	46,1%	90 pbs	66,1%	65,7%	40 pbs	52,8%	49,1%	370 pbs
Desp. Adm., P&D, TI e Projetos/Receita Líquida	18,7%	17,2%	150 pbs	14,7%	14,2%	50 pbs	23,2%	18,8%	440 pbs	26,3%	22,7%	360 pbs	26,6%	27,2%	-60 pbs
Margem EBITDA	9,5%	6,2%	330 pbs	13,1%	8,3%	480 pbs	2,5%	2,2%	30 pbs	2,9%	6,4%	-350 pbs	18,5%	21,8%	-330 pbs
Margem Líquida	(8,1)%	(7,8)%	-30 pbs	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

^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

R\$ milhões	Resultado por Segmento de Negócio Aesop - Operação Descontinuada														
	Consolidado ^a			Natura &Co Latam ^b			Avon International			The Body Shop					
	1T-23 ^c	1T-22 ^c	Var. %	1T-23 ^c	1T-22 ^c	Var. %	1T-23 ^c	1T-22 ^c	Var. %	1T-23	1T-22	Var. %	1T-23	1T-22	Var. %
Receita Bruta	9.557,4	9.921,0	(3,7)	6.445,3	6.286,7	2,5	1.921,0	2.207,4	(13,0)	1.191,1	1.426,7	(16,5)	1.191,1	1.426,7	(16,5)
Receita Líquida	7.320,2	7.611,0	(3,8)	4.863,7	4.751,5	2,4	1.606,6	1.842,0	(12,8)	849,9	1.017,4	(16,5)	849,9	1.017,4	(16,5)
CMV	(2.494,7)	(2.883,0)	(13,5)	(1.741,8)	(1.915,1)	(9,0)	(571,2)	(744,6)	(23,3)	(181,7)	(223,2)	(18,6)	(181,7)	(223,2)	(18,6)
Lucro Bruto	4.825,5	4.728,0	2,1	3.121,9	2.836,5	10,1	1.035,4	1.097,4	(5,7)	668,2	794,2	(15,9)	668,2	794,2	(15,9)
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(3.320,4)	(3.509,0)	(5,4)	(2.004,0)	(1.992,2)	0,6	(754,8)	(848,5)	(11,0)	(561,5)	(668,1)	(16,0)	(561,5)	(668,1)	(16,0)
Despesas Adm., P&D, TI e Projetos	(1.310,9)	(1.248,0)	5,0	(715,1)	(672,4)	6,3	(372,2)	(346,2)	7,5	(223,4)	(230,7)	(3,2)	(223,4)	(230,7)	(3,2)
Despesas Corporativas	(70,1)	(109,9)	(36,2)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outras Receitas/(Despesas) Operacionais, Líquidas	(11,7)	20,0	(158,4)	34,0	37,0	(8,1)	0,6	(0,0)	(1.720,3)	(46,4)	(8,1)	474,5	(0,4)	1,7	(123,1)
Custos de Transformação/ Integração / Reestruturação do Grupo	(85,0)	(80,1)	6,0	(26,1)	(35,2)	(25,9)	(57,5)	(40,3)	42,6	-	-	-	-	-	-
Depreciação	603,5	575,0	5,0	226,9	219,6	3,3	189,1	178,4	6,0	187,5	177,4	5,7	83,7	73,8	13,3
EBITDA	630,9	376,0	67,8	637,6	393,3	62,1	40,5	40,8	(0,8)	24,4	64,7	(62,3)	129,4	139,7	(7,4)
Depreciação	(603,5)	(575,0)	5,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Receitas/(Despesas) Financeiras, Líquidas	(476,3)	(361,0)	31,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lucro antes do IR/CSLL	(448,9)	(560,0)	(19,8)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Imposto de Renda e Contribuição Social	(82,8)	(70,0)	18,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Operações descontinuadas ^d	(120,5)	(12,0)	904,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lucro Líquido Consolidado	(652,2)	(642,0)	1,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Participação dos Acionistas Não Controladores	(0,3)	(1,0)	(72,6)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lucro líquido atribuído aos acionistas controladores	(652,4)	(643,1)	1,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Margem Bruta	65,9%	62,1%	380 pbs	64,2%	59,7%	450 pbs	64,4%	59,6%	480 pbs	78,6%	78,1%	50 pbs	86,0%	86,3%	-30 pbs
Desp. com Vendas, Marketing e Logística/Receita Líquida	45,4%	46,1%	-70 pbs	41,2%	41,9%	-70 pbs	47,0%	46,1%	90 pbs	66,1%	65,7%	40 pbs	52,8%	49,1%	370 pbs
Desp. Adm., P&D, TI e Projetos/Receita Líquida	17,9%	16,4%	150 pbs	14,7%	14,2%	50 pbs	23,2%	18,8%	440 pbs	26,3%	22,7%	360 pbs	26,6%	27,2%	-60 pbs
Margem EBITDA	8,6%	4,9%	370 pbs	13,1%	8,3%	480 pbs	2,5%	2,2%	30 pbs	2,9%	6,4%	-350 pbs	18,5%	21,8%	-330 pbs
Margem Líquida	(8,9)%	(8,4)%	-50 pbs	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

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

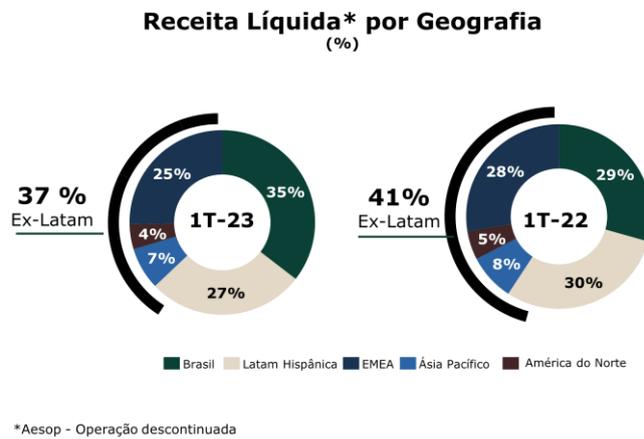
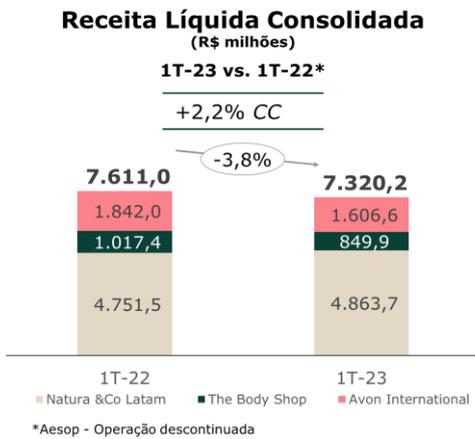
^b Natura &Co Latam: inclui Natura, Avon, TBS Brasil, Latam hispânica e &Co Pay

^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

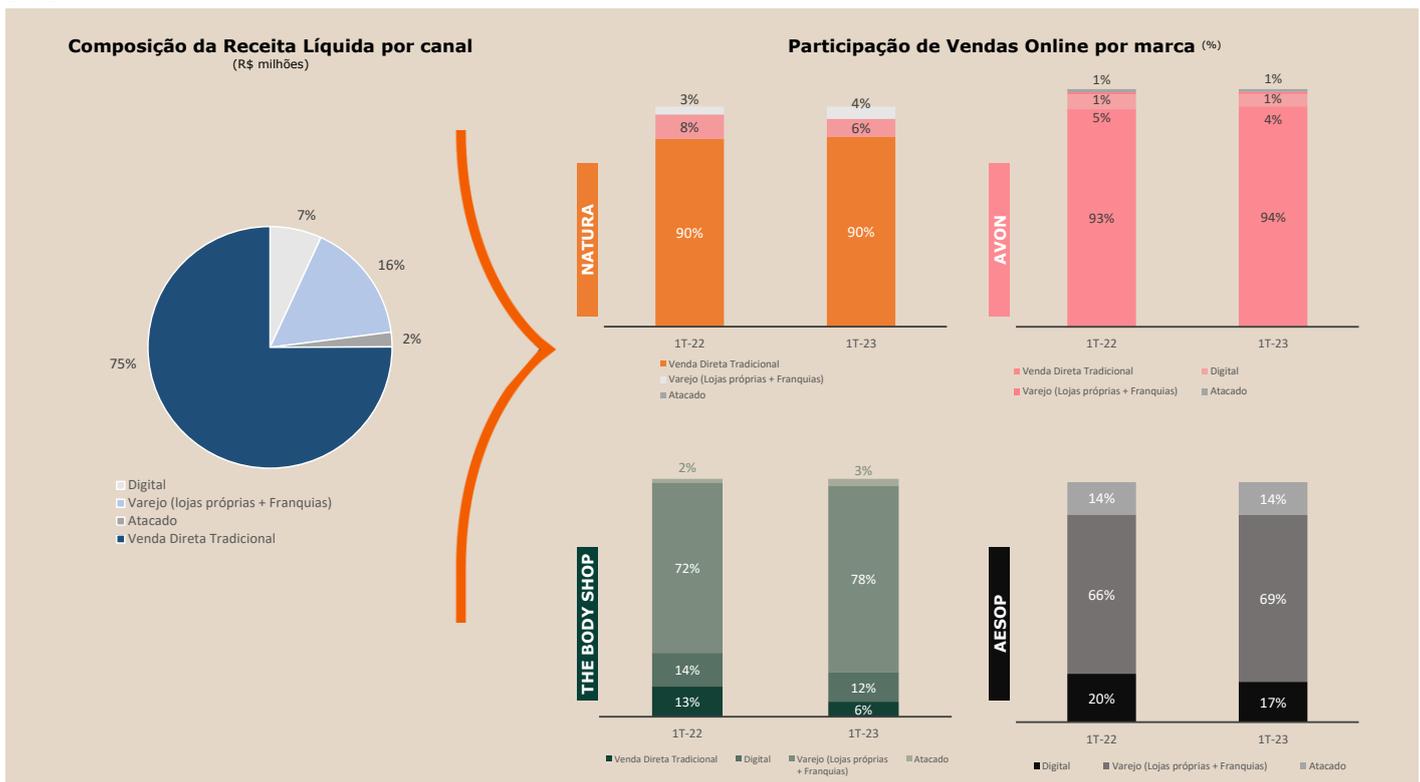
- A receita líquida consolidada do 1T23 foi de R\$ 8.021 milhões, +3,4% em CC ano a ano, e apresentou queda de -2,8% em reais, refletindo o forte desempenho de Natura &Co Latam e da Aesop, parcialmente compensado pelos desafios contínuos na The Body Shop e, em menor escala, na Avon International
- Excluindo a Aesop, a receita líquida consolidada do 1T23 foi de R\$ 7.320 milhões, alta de +2,2% na comparação anual em CC, mas queda de -3,8% em reais
- A receita do 1T nas moedas do mercado G12 em CC totalizou 18,7% no 1T23 vs. 19,8% no 1T22 (as moedas do mercado G12 são: GBP, EUR, USD, AUD, YEN, CAD, SEK e CHF)
- Com operações em aproximadamente 100 países, 37% da receita líquida veio de fora da América Latina



Vendas Digitais

As vendas habilitadas digitalmente, que incluem vendas online e *social selling*, apresentaram uma leve queda como percentual de receita, para todas as marcas (1-3 p.p.), devido a normalização do comportamento do consumidor pós-Covid 19 e um menor nível de desconto no canal do *e-commerce*, visando uma estratégia *omnichannel* robusta e melhor rentabilidade (esta última, particularmente para a marca Natura)

Venda por relações utilizando aplicativos digitais: 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 82,8% no 1T23, 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 30,4% no 1T23, em comparação a 21,9% no 1T22.



Margem Bruta

- A margem bruta consolidada foi de 67,7% no 1T23, +370 pbs vs. 1T22
- Excluindo a Aesop, a margem bruta foi de 65,9%, apresentando uma melhora de +380 pbs em relação ao mesmo período do ano anterior
- Neste trimestre, todas as unidades de negócio apresentaram expansão em relação ao ano anterior, beneficiada pelo carregamento do aumento de preços e por um mix mais favorável, mais do que compensando o ambiente ainda inflacionário e a pressão cambial, com exceção da Aesop, que teve sua margem levemente pressionada
- É importante destacar que o 1T23 foi beneficiado pelo carregamento do aumento de preço em relação ao ano anterior (já que a maioria dos aumentos de preço no ano passado aconteceram do segundo trimestre em diante). Além disso, houve aumentos de preços adicionais em alguns países durante o 1T23 relacionados à expectativa de pressão de commodities/câmbio nos próximos trimestres. Embora esperemos continuar a ver expansão da margem bruta em base anual nos próximos trimestres, não será da mesma magnitude do primeiro trimestre

Margem Bruta 1T23

R\$ milhões	Consolidado			Natura &Co Latam			Avon Internacional			The Body Shop			Aesop		
	1T-23	1T-22	Var. %	1T-23	1T-22	Var. %	1T-23	1T-22	Var. %	1T-23	1T-22	Var. %	1T-23	1T-22	Var. %
Receita Líquida	8.021,4	8.253,3	(2,8)	4.863,7	4.751,5	2,4	1.606,6	1.842,0	(12,8)	849,9	1.017,4	(16,5)	701,3	642,4	9,2
CMV	(2.593,0)	(2.970,9)	(12,7)	(1.741,8)	(1.915,1)	(9,0)	(571,2)	(744,6)	(23,3)	(181,7)	(223,2)	(18,6)	(98,3)	(88,1)	11,6
Lucro Bruto	5.428,4	5.282,4	2,8	3.121,9	2.836,5	10,1	1.035,4	1.097,4	(5,7)	668,2	794,2	(15,9)	603,0	554,3	8,8
Margem Bruta	67,7%	64,0%	370 pbs	64,2%	59,7%	450 pbs	64,4%	59,6%	480 pbs	78,6%	78,1%	50 pbs	86,0%	86,3%	-30 pbs

Margem Bruta 1T23 – Aesop - Operação Descontinuada

R\$ milhões	Consolidado			Natura &Co Latam			Avon Internacional			The Body Shop		
	1T-23	1T-22	Var. %	1T-23	1T-22	Var. %	1T-23	1T-22	Var. %	1T-23	1T-22	Var. %
Receita Líquida	7.320,2	7.611,0	(3,8)	4.863,7	4.751,5	2,4	1.606,6	1.842,0	(12,8)	849,9	1.017,4	(16,5)
CMV	(2.494,7)	(2.883,0)	(13,5)	(1.741,8)	(1.915,1)	(9,0)	(571,2)	(744,6)	(23,3)	(181,7)	(223,2)	(18,6)
Lucro Bruto	4.825,5	4.728,1	2,1	3.121,9	2.836,5	10,1	1.035,4	1.097,4	(5,7)	668,2	794,2	(15,9)
Margem Bruta	65,9%	62,1%	380 pbs	64,2%	59,7%	450 pbs	64,4%	59,6%	480 pbs	78,6%	78,1%	50 pbs

Despesas Operacionais

- As despesas consolidadas de **Vendas, Marketing e Logística** atingiram 46,0% da receita líquida (-30 pbs vs. 1T22), enquanto as despesas consolidadas **administrativas, P&D, TI e Projetos** atingiram 18,7% da receita líquida (+150 pbs em uma base anual). As despesas **VG&A** (ambas as linhas acima combinadas) aumentaram +120 pbs no 1T23 em comparação ao mesmo período do ano anterior, impactadas principalmente pela desalavancagem das vendas na The Body Shop e na Avon International, combinada a investimentos na Aesop
- Excluindo a Aesop, as despesas consolidadas de **Vendas, Marketing e Logística** atingiram 45,4% da receita líquida (-70 pbs vs. 1T22), enquanto as despesas consolidadas **Administrativas, P&D, TI e Projetos** atingiram 17,9% da receita líquida (+150 pbs em relação ao ano passado). As despesas **VG&A** (ambas as linhas acima combinadas) aumentaram em +80 pbs no 1T23 em comparação com o mesmo período do ano anterior
- As despesas Corporativas** atingiram R\$ 70 milhões, uma redução de -36% vs. 1T22, beneficiando-se das iniciativas implementadas no ano passado, visando uma estrutura mais simples e enxuta
- Outras receitas/despesas operacionais** foram de R\$ -12 milhões, comparadas com receita de R\$ 21 milhões no 1T22 (ou R\$ -12 milhões, comparada a R\$ 20 milhões, excluindo Aesop). A diferença é impulsionada principalmente por um aumento de outras despesas operacionais na The Body Shop, associado a ações de reestruturação, conforme mencionadas no último trimestre
- Os custos de Transformação/Integração/Reestruturação do Grupo** foram de R\$ 85 milhões, um aumento de +6,0% (incluindo e excluindo Aesop), impactados principalmente pelo plano de transformação da Avon International

Despesas Operacionais 1T23

Despesas (R\$ milhões)	Consolidado			Natura &Co Latam			Avon Internacional			The Body Shop			Aesop		
	1T-23	1T-22	Var. %	1T-23	1T-22	Var. %	1T-23	1T-22	Ch. %	1T-23	1T-22	Var. %	1T-23	1T-22	Var. %
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(3.690,5)	(3.823,9)	(3,5)	(2.004,0)	(1.992,2)	0,6	(754,8)	(848,5)	(11,0)	(561,5)	(668,1)	(16,0)	(370,1)	(315,1)	17,5
Despesas administrativas, P&D, TI e projetos	(1.497,4)	(1.423,4)	5,2	(715,1)	(672,4)	6,3	(372,2)	(346,2)	7,5	(223,4)	(230,7)	(3,2)	(186,7)	(175,0)	6,7
Despesas com Vendas, Gerais e Adm.	(5.187,9)	(5.247,3)	(1,1)	(2.719,1)	(2.664,6)	2,0	(1.127,0)	(1.194,6)	(5,7)	(784,9)	(898,8)	(12,7)	(556,8)	(490,1)	13,6
Desp. com Vendas, Marketing e Logística (% da receita líquida)	46,0%	46,3%	-30 pbs	41,2%	41,9%	-70 pbs	47,0%	46,1%	90 pbs	66,1%	65,7%	40 pbs	52,8%	49,1%	370 pbs
Desp. adm., P&D, TI e projetos (% da receita líquida)	18,7%	17,2%	150 pbs	14,7%	14,2%	50 pbs	23,2%	18,8%	440 pbs	26,3%	22,7%	360 pbs	26,6%	27,2%	-60 pbs

Despesas Operacionais 1T23– Aesop - Operação Descontinuada

Despesas (R\$ milhões)	Consolidado			Natura &Co Latam			Avon Internacional			The Body Shop		
	1T-23	1T-22	Var. %	1T-23	1T-22	Var. %	1T-23	1T-22	Ch. %	1T-23	1T-22	Var. %
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(3.320,4)	(3.509,0)	(5,4)	(2.004,0)	(1.992,2)	0,6	(754,8)	(848,5)	(11,0)	(561,5)	(668,1)	(16,0)
Despesas administrativas, P&D, TI e projetos	(1.310,9)	(1.248,0)	5,0	(715,1)	(672,4)	6,3	(372,2)	(346,2)	7,5	(223,4)	(230,7)	(3,2)
Despesas com Vendas, Gerais e Adm.	(4.631,3)	(4.757,0)	(2,6)	(2.719,1)	(2.664,6)	2,0	(1.127,0)	(1.194,6)	(5,7)	(784,9)	(898,8)	(12,7)
Desp. com Vendas, Marketing e Logística (% da receita líquida)	45,4%	46,1%	-70 pbs	41,2%	41,9%	-70 pbs	47,0%	46,1%	90 pbs	66,1%	65,7%	40 pbs
Desp. adm., P&D, TI e projetos (% da receita líquida)	17,9%	16,4%	150 pbs	14,7%	14,2%	50 pbs	23,2%	18,8%	440 pbs	26,3%	22,7%	360 pbs

EBITDA Consolidado

O EBITDA ajustado do 1T23 foi de R\$ 842 milhões, com margem ajustada de 10,5% (+330 pbs ano a ano). A margem 1T23 refletiu:

- Forte expansão da margem de Natura &Co Latam (+400 pbs ano a ano), impulsionada principalmente pela maior margem bruta

- Melhoria de +170 pbs na margem de Avon International em relação ao 1T22, também impulsionada pela expansão da margem bruta, iniciativas de transformação (economia de custos) e faseamento de despesas, parcialmente compensada pela desalavancagem das vendas, investimentos nos principais mercados e aumento da inflação nas despesas fixas
- Melhoria das despesas da Holding (-36% na comparação anual)
- Pressão de margem na The Body Shop, principalmente devido à desalavancagem de vendas e mix de canais, parcialmente compensada pela rígida disciplina financeira e expansão da margem bruta
- Investimentos contínuos na Aesop que levaram a uma queda de -320 pbs na comparação anual

EBITDA Ajustado 1T23

R\$ milhões	EBITDA Consolidado			Natura & Co Latam			Avon International			The Body Shop			Aesop		
	1T-23	1T-22	Var. %	1T-23	1T-22	Var. %	1T-23	1T-22	Var. %	1T-23	1T-22	Var. %	1T-23	1T-22	Var. %
EBITDA Consolidado	760,4	515,7	47,5	637,6	393,3	62,1	40,5	40,8	(0,8)	24,4	64,7	(62,3)	129,4	139,7	(7,4)
Custos de Transformação/Integração (1)	85,0	80,1	6,1	26,1	35,2	(25,9)	57,5	40,3	42,6	-	-	-	-	-	-
(i) Custos de Transformação	57,5	40,5	41,9	-	-	-	57,5	40,3	42,6	-	-	-	-	-	-
(ii) Custos de integração	25,5	39,6	(35,5)	26,1	35,2	(26,0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(iii) Custos de reestruturação do Grupo	1,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Custo de Reestruturação - Unidade de negócio	27,3	-	-	-	-	-	-	-	-	27,3	-	-	-	-	-
Outras (receitas)/despesas líquidas não recorrentes	(30,9)	-	-	(31,1)	-	-	-	-	-	-	-	-	0,2	-	-
EBITDA Ajustado	841,7	595,8	41,3	632,5	428,5	47,6	98,0	81,1	20,9	51,7	64,7	(20,2)	129,7	139,7	(7,1)
Margem EBITDA Ajustada	10,5%	7,2%	330 pbs	13,0%	9,0%	400 pbs	6,1%	4,4%	170 pbs	6,1%	6,4%	-30 pbs	18,5%	21,7%	-320 pbs

Excluindo a Aesop, o EBITDA Ajustado do 1T23 foi de R\$ 712 milhões, com margem ajustada de 9,7% (+370 pbs ano a ano).

EBITDA Ajustado 1T23 | Aesop - Operação Descontinuada

R\$ milhões	EBITDA Consolidado			Natura & Co Latam			Avon International			The Body Shop		
	1T-23	1T-22	Var. %	1T-23	1T-22	Var. %	1T-23	1T-22	Var. %	1T-23	1T-22	Var. %
EBITDA Consolidado	630,9	376,0	67,8	637,6	393,3	62,1	40,5	40,8	(0,8)	24,4	64,7	(62,3)
Custos de Transformação/Integração (1)	85,0	80,1	6,1	26,1	35,2	(26,0)	57,5	40,3	42,6	-	-	-
(i) Custos de Transformação	57,5	40,5	41,9	-	-	-	57,5	40,3	42,6	-	-	-
(ii) Custos de integração	25,5	39,6	(35,5)	26,1	35,2	(26,0)	-	-	-	-	-	-
(iii) Custos de reestruturação do Grupo	1,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Custo de Reestruturação - Unidade de negócio	27,3	-	-	-	-	-	-	-	-	27,3	-	-
Outras (receitas)/despesas líquidas não recorrentes	(31,1)	-	-	(31,1)	-	-	-	-	-	-	-	-
EBITDA Ajustado	712,1	456,1	56,1	632,5	428,5	47,6	98,0	81,1	20,9	51,7	64,7	(20,2)
Margem EBITDA Ajustada	9,7%	6,0%	370 pbs	13,0%	9,0%	400 pbs	6,1%	4,4%	170 pbs	6,1%	6,4%	-30 pbs

(1) Outras (receitas)/despesas líquidas não recorrentes: reversão da provisão do período anterior

Receitas e Despesas Financeiras

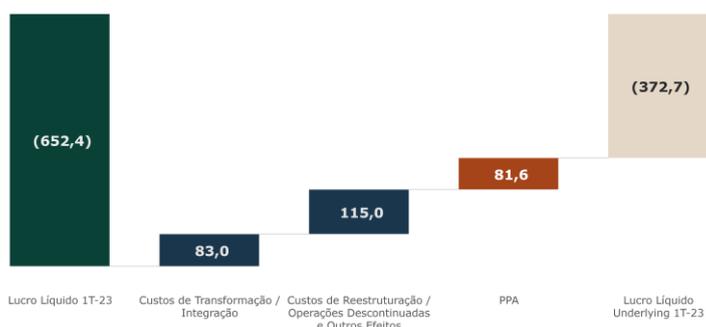
A tabela a seguir detalha as principais variações em nossas receitas e despesas financeiras:

R\$ milhões	1T-23	1T-22	Var. %
1. Financiamento, Investimentos de Curto Prazo e Ganhos (Perdas) em Derivativos	(279,4)	(156,8)	78,2
1.1 Despesas Financeiras	(241,6)	(140,0)	72,6
1.2 Receitas Financeiras	190,7	86,2	121,2
1.3 Variações Cambiais sobre Atividades Financeiras, Líquidas	137,3	871,9	(84,3)
1.4 Ganhos (Perdas) com Derivativos sobre Variações Cambiais de Atividades Financeiras, Líquidas	(147,4)	(875,9)	(83,2)
1.5 Ganhos (Perdas) com Derivativos sobre Pagamentos de Juros e outras Atividades Financeiras, Líquidas	(218,4)	(99,0)	120,6
2. Contingências judiciais	(15,9)	(11,1)	43,2
3. Outras receitas e (despesas) financeiras	(181,0)	(192,7)	(6,1)
3.1 Despesas com arrendamentos	(46,7)	(40,9)	14,2
3.2 Outras	(80,5)	(66,3)	21,4
3.3 Outros Ganhos (Perdas) de Variação Cambial	(12,6)	(66,0)	(80,9)
3.4 Ganhos (Perdas) com Hiperinflação	(41,2)	(19,5)	111,3
Receitas e Despesas Financeiras, Líquidas	(476,3)	(360,6)	32,1

As despesas financeiras líquidas foram de R\$ -476 milhões no 1T23, um aumento de +32,1% vs. 1T22 (ou R\$ -116 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 da taxa de juros
- Item 1.5 – no 1T23 as despesas foram de R\$ -218 milhões vs. R\$ -99 milhões no 1T22, um saldo de despesas maior em R\$ -119 milhões. 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* 2028 e dos Certificados de Recebíveis Imobiliários (CRI).
- Isso foi parcialmente compensado pelo Item 1.2 – no 1T23, a receita financeira foi de R\$ +191 milhões, melhorando R\$ +105 milhões em relação ao mesmo período do ano anterior. A melhora está relacionada principalmente à maior receita de juros sobre o caixa devido a taxas de juros mais altas.

Lucro Líquido Underlying (UNI) e Lucro Líquido



O prejuízo líquido reportado no 1T23 foi de R\$ -652 milhões, comparado a um prejuízo líquido de R\$ -642 milhões no 1T22. O EBITDA mais alto (ajustado e reportado) foi mais do que compensado por maiores despesas financeiras líquidas (endereçoadas com a venda da Aesop) e perdas de operações descontinuadas.

O Lucro Líquido *Underlying* do 1T23, que é o lucro líquido excluindo custos de transformação, custos de reestruturação, operações descontinuadas e efeitos do PPA, resultou em um prejuízo de R\$ -373 milhões. Isso se compara a uma perda de R\$ -392 milhões no 1T22.

Fluxo de Caixa Livre e Posição de Caixa

R\$ milhões	1T-23	1T-22	Var. %
Lucro (Prejuízo) Líquido	(652,2)	(642,2)	1,6
Depreciação e Amortização	603,5	575,5	4,9
Ajustes Não-Caixa ao Lucro Líquido	857,4	620,5	38,2
Lucro Líquido Ajustado	808,7	553,8	46,0
Redução / (Aumento) no Capital de Giro	(1.712,6)	(1.411,5)	21,3
Estoques	(483,3)	86,1	(661,4)
Contas a Receber	(195,4)	289,5	(167,5)
Contas a Pagar	(610,0)	(950,5)	(35,8)
Outros Ativos e Passivos	(423,9)	(836,6)	(49,3)
Imposto de Renda e Contribuição Social	(130,0)	(66,8)	94,6
Juros da dívida	(200,4)	(211,7)	(5,3)
Pagamentos de lease	(213,0)	(277,7)	(23,3)
Outras atividades operacionais	(94,3)	(11,4)	726,2
Caixa das Operações Continuadas	(1.541,6)	(1.425,3)	8,2
Capex	(258,2)	(279,5)	(7,6)
Venda de Ativos	1,4	0,6	132,7
Variação da taxa de câmbio no saldo de caixa	(14,1)	(435,6)	(96,8)
Fluxo de Caixa Livre - Operações Continuadas	(1.812,5)	(2.139,9)	(15,3)
Outras atividades de investimento e financiamento	181,6	1.241,6	(85,4)
Atividades Operacionais - operações descontinuadas	(237,2)	6,2	(3.950,1)
Pagamentos de lease - principal - operações descontinuadas	(59,7)	(46,6)	28,3
Capex - Operações descontinuadas	(43,4)	(30,0)	44,4
Variação do Saldo de Caixa	(1.971,2)	(968,7)	103,5

No 1T23, o fluxo de caixa livre das operações continuadas foi uma saída de R\$ -1.813 milhões em comparação com uma saída de R\$ -2.140 milhões no ano anterior. Apesar do impacto positivo do lucro líquido no ano (de R\$ +554 milhões no 1T22 para R\$ +809 milhões no 1T23), o fluxo de caixa das operações continuadas foi ligeiramente pior para R\$ -1.542 milhões de R\$ -1.425 milhões, conduzido por:

- O capital de giro aumentou na Natura & Co Latam, apoiando o forte crescimento da marca Natura, compensado pela melhora na TBS e Avon International como percentual da receita líquida, à medida que continuamos a priorizar a geração de caixa e a gestão do capital de giro. O principal aumento no capital de giro foi o estoque que consumiu R\$ -483 milhões (vs. R\$ +86 milhões no 1T22), pois o estoque foi reabastecido na sua preparação para o 2T23 para apoiar o crescimento da receita. Além disso, os estoques na Argentina aumentaram para proteger o mercado caso mais restrições na cadeia de suprimentos sejam impostas
- Além disso, o contas a receber consumiu R\$ -195 milhões em comparação com uma entrada de R\$ +290 milhões no mesmo período do ano anterior, principalmente pelo maior crescimento da marca Natura e ajustes nos prazos de pagamento das representantes da Avon Latam em várias regiões para estar mais alinhado com a Natura em antecipação à integração da Onda 2. Também, a atividade de antecipação de recebíveis foi desacelerada no 1T23 em relação ao ano anterior

Esses efeitos foram parcialmente compensados pela continuidade das atividades de administração do capital de giro, principalmente em contas a pagar (conforme discutido nos trimestres anteriores) e outros ativos e passivos, incluindo impostos a recuperar

Conforme mencionado no último trimestre, continuamos nossos esforços disciplinados de alocação de recursos, o que resultou em

menor Capex no 1T23, uma saída de R\$ -258 milhões, 8% menor em base anual, enquanto ainda investimos em nossas prioridades para manter uma empresa operacional sustentável e saudável.

Conforme planejado, o consumo de caixa no 1T foi alto seguindo a sazonalidade normal do negócio, e a gestão do capital de giro foi impactada pela formação de estoques para o 2º trimestre e mudanças relacionadas à integração contínua das marcas Natura e Avon na América Latina. Nossas prioridades permanecem as mesmas e continuamos esperando uma melhora na conversão de caixa para o ano todo, embora possamos experimentar alguma volatilidade 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.	
	1T-23	1T-22	1T-23	1T-22
Curto-Prazo	131,9	772,5	289,2	3.863,5
Longo-Prazo	7.365,7	6.678,7	12.721,8	7.692,4
Dívida Bruta ^a	7.497,7	7.451,2	13.011,0	11.556,0
Instrumentos de Proteção Cambial (Swaps) ^b	419,7	628,8	445,2	627,6
Total Dívida Bruta	7.917,4	8.080,0	13.456,2	12.183,6
(-) Caixa, Equivalentes de Caixa e Aplicações Financeiras ^c	(2.469,5)	(3.220,2)	(3.812,0)	(4.536,7)
(-) Caixa Aesop, Equivalentes de Caixa e Investimentos de curto prazo ^c	(236,1)	-	(236,1)	-
(=) Dívida Líquida	5.211,8	4.859,8	9.408,2	7.646,9

Índice de endividamento excluindo IFRS 16

Dívida Líquida/EBITDA	2,23x	1,84x	7,54x	3,06x
Dívida Total/EBITDA	3,39x	3,06x	10,79x	4,88x

Índice de endividamento incluindo IFRS 16

Dívida Líquida/EBITDA	1,65x	1,38x	3,96x	2,13x
Dívida Total/EBITDA	2,51x	2,30x	5,66x	3,39x

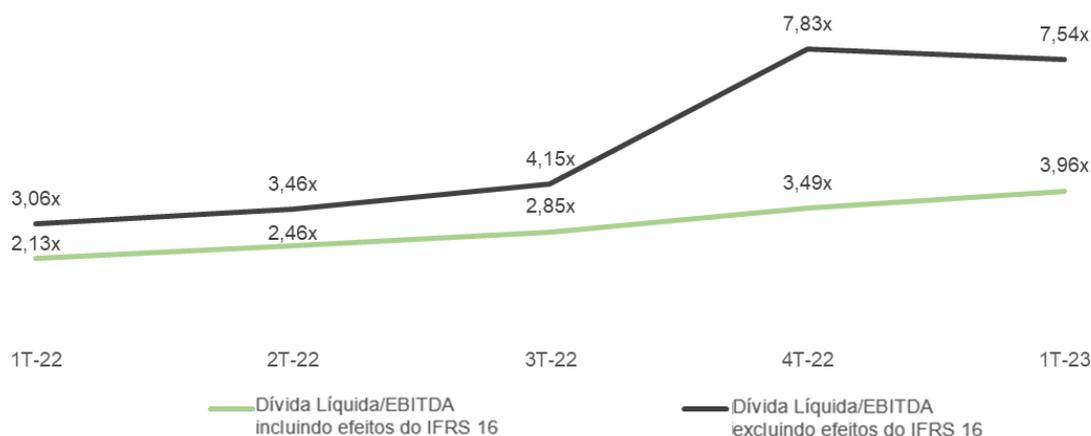
^a Dívida bruta exclui impactos do PPA de R\$243,9 milhões no 1T-23 e R\$ 311,0 milhões no 1T-22 e contratos de arrendamento

^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

O gráfico abaixo demonstra a trajetória do endividamento trimestral desde o 1T-22.

Índice Dívida Líquida/EBITDA



Emissão de novos títulos e gestão de passivos

Nenhuma movimentação relevante de dívida foi feita no período do 1T23. Como evento subsequente, em 5 de abril de 2023, a Natura &Co Luxembourg Holdings (Natura Lux) contratou um empréstimo de USD 65 milhões sob sua linha de crédito rotativo com vencimento em outubro de 2024.

2. Desempenho por segmento

Natura &Co Latam	Variação (%) Receita Líquida		Variação (%) KPI Operacional
	1T-23 vs. 1T-22		1T-23 vs. 1T-22
	Reportado (R\$)	Moeda Constante	Consultoras / Representantes ^b
Natura Latam ^a	17,3%	25,1%	1,7%
Natura Brasil	24,9%	24,9%	3,6%
Natura Hispânica	6,7%	25,5%	-0,6%
Avon Latam	-15,1%	-9,8%	-13,2%
Avon Brasil	-0,6%	-0,6%	0,0%
Avon Hispânica	-22,0%	-14,8%	-25,4%

^a Natura Latam inclui Natura Brasil, Hispânica e Outras

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

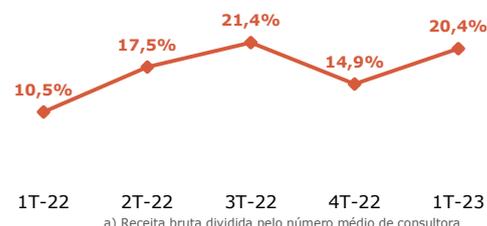
NATURA &Co LATAM

MARCA NATURA NA AMÉRICA LATINA

Marca Natura no Brasil

- As receitas da Natura Brasil cresceram +24,9% ano a ano, beneficiadas pelo aumento de preços (No 1º trimestre a base de comparação é mais fácil devido aos aumentos de preços mais altos no 2T22 e em diante), combinado a um melhor mix. Fragrâncias, sabonetes, desodorantes e produtos para cabelo registraram um desempenho sólido, enquanto corpo e cuidados com a pele tiveram uma performance mais fraca
- A produtividade das Consultoras aumentou em +20,4% em relação ao 1T22. Ao mesmo tempo, a base média de Consultoras disponíveis apresentou uma leve queda em relação ao último trimestre, refletindo a sazonalidade normal, chegando a 1,13 milhão no 1T23, mas aumentou +3,6% na comparação ano a ano. Isso está alinhado com nossa estratégia contínua de focar no aumento da produtividade em uma base de consultoras mais estável
- As vendas do varejo (lojas próprias e franqueadas) apresentaram forte desempenho, impulsionadas por um forte indicador de same-store-sales e pela abertura acelerada de lojas nos últimos 12 meses, em linha com nossa estratégia de diversificação de canais, visando um melhor atendimento aos nossos consumidores finais e soluções para nossas consultoras. O número de lojas próprias atingiu 91 no trimestre (+20 vs. 1T22), enquanto as lojas franqueadas aumentaram para 666 (+101)
- O canal digital (incluindo *social selling*) apresentou queda de -13,1% ano a ano, impactado pela queda no e-commerce (próprio e de consultoras), que mais do que compensou o crescimento anual no canal *social selling*. O e-commerce ainda foi impactado pelo menor nível de descontos e por uma importante racionalização de preços (como mencionado no último trimestre), o que é uma importante alavanca da estratégia *omnichannel* na região, e melhorará significativamente a rentabilidade do canal. Além disso, o 1T22 representou uma base comparável especialmente difícil após uma temporada de festas mais fraca do 4T21

Productividade da Consultora^a Natura Brasil



Marca Natura na América Hispânica

- Mesmo em meio à turbulência política e econômica, especialmente na Argentina e no Chile, a Natura Hispânica apresentou crescimento de receita de +25,5% em CC (+6,7% em reais). O crescimento foi impulsionado principalmente pela aceleração na Argentina e na Colômbia, impulsionado pelo canal e por ganhos de produtividade
- Excluindo a Argentina, a receita nos mercados hispânicos aumentou um dígito médio em CC, apesar do desempenho mais fraco no Chile, impactado pelo ambiente macro instável
- A base média de Consultoras disponíveis atingiu 0,87 milhão no 1T23 (uma ligeira queda em relação ao trimestre anterior dado a sazonalidade e -0,6% em relação ao 1T22) com aumento de produtividade

MARCA AVON NA AMÉRICA LATINA

Marca Avon no Brasil

- A receita líquida do 1T ficou praticamente estável (-0,6%), uma desaceleração na comparação com o 4T, mas diante de uma base de comparação mais forte. A categoria de Beleza apresentou crescimento de +5,6% na receita, enquanto as vendas de Moda e Casa registraram queda de -18,0%, em linha com nossa estratégia de otimização de portfólio
- A produtividade das Representantes no segmento de Beleza aumentou mais uma vez, e continuou a crescer a um ritmo de um dígito alto ano a ano, impulsionada pelo desempenho das principais categorias
- A categoria Moda e Casa continuou a apresentar queda no trimestre em relação ao ano anterior, mas com menor queda no nível médio de pedidos em reais, conforme esperado

- O número médio de Representantes disponíveis apresentou uma ligeira queda em comparação com o nível do 4T22 (assim como na marca Natura), mas ficou estável em relação ao ano anterior, refletindo as ações de correção efetivas implementadas desde o 3T21 e demonstrando uma continuidade na estabilização do canal

Marca Avon na América Hispânica

- O número total de Representantes disponíveis diminuiu -15,3% no trimestre e -25,4% na comparação anual, conforme o esperado em meio ao lançamento das Ondas 1 e preparação para a Onda 2 de integração em alguns países. Além disso, em preparação para esse lançamento, foram feitos ajustes nos incentivos comerciais, aumentos de tickets mínimos de pedidos e ajustes no portfólio de Moda e Casa em várias regiões para avançar na integração, o que também afeta o número de representantes
- Dessa forma, receita da Avon na América Latina caiu -14,8% em CC (-22,0% em reais), impactada principalmente por uma queda no México (que tem maior exposição na categoria Moda e Casa) 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 mencionado acima
- A categoria de Beleza se manteve amplamente estável em CC na comparação anual, em meio a redução esperada do canal de distribuição, mas a produtividade das representantes cresceu mais de 20% ano a ano

NATURA &Co LATAM

- De acordo com o Euromonitor International, a Natura &Co manteve uma participação de mercado amplamente estável na América Latina em 2022 (12,1% em 2022 vs. 12,2% em 2021), com ganhos de participação de mercado da marca Natura (que atingiu sua maior participação de mercado nos últimos 10 anos), e uma redução da participação de mercado da marca Avon¹
- A receita cresceu +9,0% em CC e +2,4% em reais, impulsionada pelo forte crescimento da marca Natura e do segmento CFT na Avon no Brasil, que ainda foi parcialmente compensada pela categoria de Moda e Casa e Avon na América Latina

Natura &Co Latam (R\$milhões)	P&L		
	1T-23	1T-22	Var. %
Receita Bruta	6.445,3	6.286,7	2,5
Receita Líquida	4.863,7	4.751,5	2,4
Moeda Constante			9,0
CMV	(1.741,8)	(1.915,1)	(9,0)
Lucro Bruto	3.121,9	2.836,5	10,1
Margem Bruta	64,2%	59,7%	450,0
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(2.004,0)	(1.992,2)	0,6
Despesas Adm., P&D, TI e Projetos	(715,1)	(672,4)	6,3
Outras Receitas/(Despesas) Operacionais, Líquidas	34,0	37,0	(8,1)
Custos de Transformação/Integração	(26,1)	(35,2)	(25,9)
Depreciação	226,9	219,6	3,3
EBITDA	637,6	393,3	62,1
Margem EBITDA	13,1%	8,3%	480,0
Custos de Transformação	26,1	35,2	(25,9)
Reestruturação - Unidade de Negócios	(31,1)	-	-
EBITDA Ajustado	632,5	428,5	47,6
Margem EBITDA Ajustada	13,0%	9,0%	400,0

- A margem bruta foi de 64,2%, alta de +450 pbs em relação ao ano anterior, beneficiada pelo aumento de preços, por um melhor mix de categoria e por esforços de marketing, mas ainda parcialmente impactada pelos preços dos insumos e pela dinâmica cambial

- A margem EBITDA ajustada foi de 13,0% (+400 pbs na comparação anual), impulsionada principalmente pela forte melhora na margem bruta em base anual em diferentes regiões e marcas, combinada a eficiências VG&A da marca Avon no Brasil. Estes efeitos foram parcialmente compensados pelos investimentos na marca Natura (acelerados desde o 3T22) e pela desalavancagem da Avon na América Hispânica, em meio a preparação e implementação da Onda 2

- Os custos da integração entre Natura e Avon foram de R\$ 26 milhões, dos quais aproximadamente 35% corresponderam a custos de rescisões, 15% a custos com

processos e reestruturação, outros 15% 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 começou no Peru e o início dessa fase foi confirmado também para a Colômbia, em linha com o cronograma inicial. Os indicadores-chave iniciais, como aumento de vendas cruzadas, nível de atividade e produtividade das Consultoras (tanto na marca Natura quanto na marca Avon) são encorajadores, embora seja muito cedo para reportá-los.
- &Co Pay na Natura** registrou crescimento consistente no 1º trimestre de 2023, alcançando quase 600 mil contas, com registro 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 60% das franquias já estão utilizando as soluções &Co Pay. Na frente de pagamentos, atingimos R\$ 7,9 bilhões no trimestre, com crescimento de 4x na comparação anual, capturando e processando 100% dos pagamentos provenientes da venda direta e do e-commerce da Natura e da Avon. O pix é a principal ferramenta utilizada pelas Consultoras para capturar e receber o pagamento de seus clientes, mitigando a inadimplência e antecipando o fluxo da caixa das Consultoras. A operação foi iniciada neste trimestre na Argentina, atendendo ao canal de e-commerce do país

¹Natura &Co, baseada no relatório do Euromonitor International Limited, Edição "Beauty and Personal Care", de 8 de maio de 2023, o valor de venda no varejo inclui impostos sobre as vendas, USD, taxas de câmbio históricas ano a ano / Projeções: preços constantes)

AVON INTERNATIONAL

- A receita líquida foi de R\$ 1.607 milhões, uma queda de - 7,5% em CC em relação ao ano anterior (ou -12,8% em reais). Excluindo a Rússia e a Ucrânia, a receita caiu -3,7% em comparação com o 1T22. A receita líquida também foi impactada pelos terremotos na Turquia, que estimamos terem afetado negativamente a receita em 1p.p.

Avon International	Varição (%) KPI Operacional
	1T-23 vs. 1T-22
	Representantes
Avon International	-19,1%

Avon International (R\$ milhões)	P&L		
	1T-23	1T-22	Var. %
Receita Bruta	1.921,0	2.207,4	(13,0)
Receita Líquida	1.606,6	1.842,0	(12,8)
Moeda Constante			-7,5%
CMV	(571,2)	(744,6)	(23,3)
Lucro Bruto	1.035,4	1.097,4	(5,7)
Margem Bruta	64,4%	59,6%	480,0
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(754,8)	(848,5)	(11,0)
Despesas Adm., P&D, TI e Projetos	(372,2)	(346,2)	7,5
Outras Receitas/(Despesas) Operacionais, Líquidas	0,6	(0,0)	(1.720,3)
Custos de Transformação/Integração	(57,5)	(40,3)	42,6
Depreciação	189,1	178,4	6,0
EBITDA	40,5	40,8	(0,8)
Margem EBITDA	2,5%	2,2%	30,0
Custos de Transformação	57,5	40,3	42,6
EBITDA Ajustado	98,0	81,1	20,8%
Margem EBITDA Ajustada	6,1%	4,4%	170,0

- A região TMEA apresentou crescimento na comparação anual, com CEE mostrando estabilização em seus principais mercados fora da Rússia, enquanto a Europa ocidental reduziu a queda em relação ao ano anterior, apesar da contínua turbulência macroeconômica, e em meio a implementação de iniciativas de transformação radical de custos

- No 1T23, a categoria de Beleza entrou em território positivo, crescendo um dígito baixo (excluindo a Rússia e a Ucrânia), impulsionada pelas categorias de fragrância e maquiagem, com desempenho sólido do *Top Innovation Hydramatic Lipstick*, o primeiro batom matte do mundo com ácido hialurônico

- Moda e Casa apresentou queda de -21% (em CC) pela redução do tamanho da linha e pelo foco dos recursos direcionado à categoria de Beleza, especialmente em inovação e ativação de produtos principais

- Conforme esperado, o número de

Representantes recuou -19% em meio ao lançamento do novo modelo comercial e ao processo de otimização de presença geográfica. O processo de digitalização apresentou um bom avanço e o uso de ferramentas digitais atingiu 30,4% das Representantes (conforme mencionado na seção digital – página 4). Outros indicadores-chave, como unidades de produto por Representante e taxa de atividade, também estão melhorando. As vendas digitais aumentaram 1,1 p.p. para 5,6% da receita total

- A margem bruta foi de 64,4%, uma alta de +480 pbs na comparação anual, impulsionada pelo carregamento do aumento de preços (No 1T a base de comparação é mais fácil devido os aumentos de preços maiores do 2T22 em diante) e por um mix de produtos favorável, por melhores iniciativas de inovação e por uma melhor contribuição de produtos principais, que mais do que compensaram a pressão da inflação de custos e de variação cambial
- A margem EBITDA ajustada foi de 6,1%, uma alta de +170 pbs na comparação anual. A expansão da margem bruta de +480 pbs, o foco contínuo em gerar economias de transformação e o faseamento das despesas foram parcialmente compensados pela desalavancagem das vendas, investimento na marca nos principais mercados e aumento da inflação em despesas fixas. Vale ressaltar que a margem de contribuição nesses mercados líderes continua apresentando patamar saudável
- A conversão de caixa continuou a mostrar um progresso significativo, impulsionado principalmente pelo capital de giro significativamente melhorado
- Os custos de transformação neste trimestre alcançaram R\$ 57,5 milhões, dos quais aproximadamente 50% foram custos de rescisões relacionadas a transformação do modelo operacional, aproximadamente 35% em ajustes na implementação do modelo comercial, e o restante relacionado à terceirização de TI e ao fechamento do centro de P&D de Suffern
- Conforme mencionado no trimestre passado, a Avon International continua com bom ritmo em sua jornada de transformação, remodelando drasticamente seus custos para compensar os desafios externos (como o fechamento do centro de P&D de Suffern e a terceirização de TI), destinando recursos para seus investimentos estratégicos de crescimento em mercados com potencial de crescimento e com potencial de mudar o perfil de sua margem EBITDA, por meio de um portfólio ajustado aos mercados e de um modelo operacional enxuto
- Continuamos a acessar oportunidades para otimizar a presença geográfica, com foco na saída de mercados de baixa ou nenhuma rentabilidade para focar nos mercados onde vemos potencial para melhorar o perfil e o crescimento da margem. Essas alterações, embora em andamento, podem levar algum tempo para serem executadas e concluídas, e comunicaremos ao mercado à medida que avançamos
- A Turquia é um mercado importante em nosso portfólio. Os recentes terremotos catastróficos afetaram seu desempenho em fevereiro. Oferecemos todo o nosso apoio para que a operação recuperasse sua trajetória de crescimento já em março

THE BODY SHOP

- Conforme divulgado no [Comunicado ao Mercado](#) publicado em 19 de abril, David Boynton deixou o cargo de CEO da The Body Shop e Ian Martin Bickley assumiu como CEO interino. Juntamente com a equipe de Liderança Executiva, Ian Martin Bickley trabalhará para refinar o atual plano de negócios e a agenda de transformação da The Body Shop, continuando a priorizar a lucratividade e a recuperação da conversão de caixa

The Body Shop	KPIs Operacionais				
	1T-23	4T-22	1T-22	Variação vs. 4T-22	Variação vs. 1T-22
The Body Shop (Total)	2.390	2.456	2.497	(66)	(107)
<i>Próprias</i>	945	979	1.001	(34)	(56)
<i>Franquias</i>	1.445	1.477	1.496	(32)	(51)

The Body Shop (R\$ milhões)	P&L		
	1T-23	1T-22	Var. %
Receita Bruta	1.191,1	1.426,7	(16,5)
Receita Líquida	849,9	1.017,4	(16,5)
Moeda Constante			-9,4%
CMV	(181,7)	(223,2)	(18,6)
Lucro Bruto	668,2	794,2	(15,9)
Margem Bruta	78,6%	78,1%	50,0
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(561,5)	(668,1)	(16,0)
Despesas Adm., P&D, TI e Projetos	(223,4)	(230,7)	(3,2)
Outras Receitas/(Despesas) Operacionais, Líquidas	(46,4)	(8,1)	474,5
Depreciação	187,5	177,4	5,7
EBITDA	24,4	64,7	(62,3)
Margem EBITDA	2,9%	6,4%	(350,0)
Reestruturação - Unidade de Negócios	27,3	-	-
EBITDA Ajustado	51,7	64,7	(0,2)
Margem EBITDA ajustada	6,1%	6,4%	(30,0)

- A receita líquida do 1T23 foi de R\$ 850 milhões, uma queda de -9,4% em CC e -16,5% em reais. As vendas combinadas dos principais canais de distribuição dos negócios (lojas, e-commerce e franquias) registraram queda de um dígito baixo em CC no 1T23, semelhante ao 4T22 (sobre uma base de comparação mais fraca), e a The Body at Home continuou em queda acentuada

- O difícil ambiente macroeconômico (particularmente no Reino Unido e na Europa ocidental) continuou a impactar as vendas por meio dos principais canais de distribuição no varejo (combinados, sell-out mesmas lojas de lojas próprias e franquias apresentaram queda de -0,4%).

- sell-in das franquias foi fraco no

trimestre, em meio ao aumento do nível de estoque destacado no último trimestre, mas o sell-out de vendas ligeiramente melhor levou a um melhor nível de estoque em comparação anual (embora ainda acima de 2019 em algumas regiões)

- A margem bruta atingiu um ponto de inflexão, expandindo +50 pbs ano a ano para 78,6%. Isso foi impulsionado principalmente pelo mix de produtos e preços, mas parcialmente compensado pela contínua inflação alta
- Apesar da desalavancagem operacional, a margem EBITDA Ajustada foi de 6,1%, queda de apenas -30 pbs em relação mesmo período do ano anterior, dada a ligeira expansão da margem bruta e o rigoroso controle de custos (segundo a tendência do último trimestre)
- Conforme discutido no último trimestre, programas significativos de redução de custos estruturais estão sendo implementados para redimensionar a TBSAH e a estrutura global de despesas gerais, incluindo reduções na liderança, transformação na área de TI e simplificação do modelo operacional.
 - Em janeiro, a TBS anunciou o fechamento do negócio TBSAH nos Estados Unidos e o encerramento das operações do centro de distribuição exclusivo a TBSAH no Reino Unido, dada a mudança econômica desse canal
 - Em fevereiro, foi anunciada uma reorganização da estrutura de gestão global, reduzindo posições de liderança em 25%. Também houve uma redução de 12% no restante das despesas da equipe global para redimensionar a estrutura da organização e simplificar o modelo operacional. Os benefícios dessa reestruturação serão acelerados durante o ano
 - Assim, os ajustes de EBITDA estão principalmente relacionados com custos de rescisão (aproximadamente 50%) relacionados com o redimensionamento da organização de despesas gerais, estando o restante associado às alterações no canal TBSAH incluindo o encerramento da operação nos EUA, o centro de distribuição dedicado a TBSAH no Reino Unido e localizações de lojas com baixo desempenho
- Além da redução estrutural de custos, medidas rígidas de contenção de gastos foram mantidas para conduzir a uma cultura de disciplina de despesas em toda a organização, enquanto trabalhamos para estabilizar a receita líquida e focar na expansão de margem e geração de caixa em 2023 e adiante

AESOP

- Conforme divulgado no [Fato Relevante](#) de 3 de abril, 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 de venda está prevista para o terceiro trimestre de 2023 e, até lá, a Aesop será classificada como operação descontinuada

Aesop	KPIs Operacionais				
	1T-23	4T-22	1T-22	Varição vs. 4T-22	Varição vs. 1T-22
Aesop (Total)	397	394	368	3	29
Exclusivas	289	287	270	2	19
Departamento	108	107	98	1	10

- A receita da Aesop foi de R\$ 701 milhões, um crescimento de +16,8% em CC (e de +9,2% em reais). Todas as regiões apresentaram crescimento anual de dois dígitos, mesmo em meio a um ambiente macroeconômico em deterioração
- No 1T23, o número de lojas exclusivas chegou a 289 (+19 LTM). Foi registrado um sólido crescimento de +11% nas vendas das mesmas lojas

Aesop (R\$ milhões)	P&L		
	1T-23	1T-22	Var. %
Receita Bruta	785,0	721,2	8,8
Receita Líquida	701,3	642,4	9,2
Moeda Constante			16,8%
CMV	(98,3)	(88,1)	11,6
Lucro Bruto	603,0	554,3	8,8
Margem Bruta	86,0%	86,3%	(30,0)
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(370,1)	(315,1)	17,5
Despesas Adm., P&D, TI e Projetos	(186,7)	(175,0)	6,7
Outras Receitas/(Despesas) Operacionais, Líquidas	(0,4)	1,7	(123,1)
Depreciação	83,7	73,8	13,3
EBITDA	129,4	139,7	(7,4)
Margem EBITDA	18,5%	21,7%	(320,0)
Outras Receitas/(Despesas) não recorrentes, Líquidas	0,2	-	-
EBITDA Ajustado	129,7	139,7	(7,1)
Margem EBITDA Ajustada	18,5%	21,7%	(320,0)

Da perspectiva dos canais de distribuição, o varejo e o atacado apresentaram um crescimento sólido, parcialmente compensado por um desempenho mais fraco do *e-commerce*, que refletiu uma normalização do comportamento do consumidor após a pandemia de COVID-19. O crescimento combinado das vendas nas mesmas lojas foi de +5% (incluindo varejo, concessão em lojas de departamento e Aesop.com)

Da perspectiva de categorias, o crescimento anual das

vendas de fragrâncias foi mais que o dobro do crescimento consolidado da marca, alinhado a nossa estratégia de diversificação de categorias. O mercado de fragrâncias tem superado o mercado como um todo, principalmente no segmento premium (foco da Aesop), indicando a importância dessa categoria para o crescimento no futuro

- A margem bruta foi de 86,0%, comparada a 86,3% no 1T22, impulsionada principalmente pelo aumento de preços, mas ainda impactada pelas pressões inflacionárias de custos (principalmente maiores custos de frete) e por um mix de canais desfavorável
- A margem EBITDA ajustada ficou em 18,5%, apresentando uma queda de -320 pbs na comparação anual, ainda pressionada por investimentos planejados que visam um crescimento futuro sustentável, e por alguma pressão na margem bruta
- Esses investimentos estão relacionados principalmente com aprimoramentos de tecnologia, melhorias na cadeia de suprimentos e à entrada da Aesop no mercado chinês
- As despesas não recorrentes estão relacionadas principalmente à transação com a L'Oréal

3. Desempenho Socioambiental

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

Natura &Co divulgou seu [Relatório Anual de 2022](#) e seus [Dados de Sustentabilidade de 2022](#). Esses documentos fornecem uma atualização abrangente sobre o desempenho ambiental e social de nossas quatro unidades de negócio, além de uma visão sobre as parcerias externas de Natura &Co, reconhecendo a importância da colaboração quando se trata de lidar com as crises interconectadas que enfrentamos. O grupo realizou sua primeira avaliação formal de materialidade para garantir que priorizamos as questões que têm maior impacto em nossos negócios e governança, em nossas comunidades, no meio ambiente e para os nossos stakeholders. Essas questões foram avaliadas por meio da aplicação da dupla materialidade, ou seja, considerando o impacto das atividades da empresa na economia, no meio ambiente e nas pessoas, bem como o impacto das questões ambientais e sociais no sucesso dos negócios.

Alguns destaques do Compromisso com a Vida, a Visão de Sustentabilidade de Natura &Co, são o avanço nas metas de circularidade das embalagens (todo o material que é reutilizável, reciclável ou compostável aumentou de 81,2% para 82,3%) e em nossas metas de circularidade de fórmula (ingredientes renováveis ou naturais aumentaram de 89,6% para 93,7%; as fórmulas biodegradáveis aumentaram de 94,4% para 95,9%). Para trazer mais transparência em relação aos nossos seis insumos críticos, divulgamos dados de rastreabilidade e certificação nos locais em que essas informações estavam disponíveis. Também divulgamos alguns resultados da nossa primeira pesquisa global de Diversidade e Inclusão, que nos permite obter informações sobre os principais temas e áreas que exigem nosso foco.

Natura &Co também divulgou seu terceiro [relatório de equidade salarial](#), um estudo anual a respeito da nossa posição sobre remuneração equitativa e equilíbrio de gênero em 73 mercados. O estudo ajuda Natura &Co a entender o que está levando a essas desigualdades — o que nos permite fazer mudanças significativas, sem prejudicar a flexibilidade de trabalho e as oportunidades de carreira oferecidas às mulheres em toda a organização. Mantivemos nossa meta de representação igualitária do Compromisso com a Vida, com 52,5% de mulheres em cargos de liderança (diretoria e acima). A diferença inexplicável (diferença salarial que não pode ser explicada por fatores legítimos) caiu de -1,19% para -0,76%. A diferença bruta de remuneração entre homens e mulheres melhorou mais uma vez em 5%, passando de -10,2% para -5,64% — o menor patamar que atingimos em Natura &Co.

Atualizações em nossas unidades de negócio:

Avon International

Todas as nossas unidades de negócio comemoraram o Dia Internacional da Mulher. Para marcar essa data, a Avon lançou seu [Relatório de Progresso Global para Mulheres](#), baseado em pesquisas realizadas com 7.000 mulheres em sete países. O relatório é centrado nas experiências vividas por mulheres em relação à igualdade e à escolha no mundo do trabalho e do dinheiro, com foco particular em flexibilidade, empreendedorismo e acesso a rendimentos. O relatório conclui que mais de 3/4 delas gostariam de ganhar mais dinheiro e que mais de 1/3 acredita que o acesso à criação de seu próprio negócio é favorável aos homens. Por meio de nossa rede global de Representantes, criamos oportunidades para mulheres em todo o mundo, fornecendo ferramentas, treinamento e suporte para que elas possam começar e expandir seus próprios negócios, conquistando independência financeira.

Natura &Co Latam

As atividades de Natura &Co Latam e de seus parceiros na Amazônia contribuem para a conservação de 2 milhões de hectares de floresta. O valor compartilhado com as comunidades aumentou de R\$ 39,9 milhões para R\$ 42,97 milhões entre 2021 e 2022. Em março, Natura &Co Latam uniu vozes a pessoas de todo o mundo para celebrar o Dia Internacional pela Eliminação da Discriminação Racial, um chamado à ação contra o preconceito racial em todo o mundo. Na Natura, iniciativas como o Programa Avante aceleram a carreira de pessoas negras; a empresa tem como meta alcançar 40% de negros em seu quadro de colaboradores até 2025, e 30% em cargos gerenciais até 2030. Já a Avon lançou uma série de iniciativas na região, incluindo o Projeto DIVA, que visa promover a equidade racial por meio da atração de novos talentos, desenvolvimento e capacitação de profissionais e conscientização dos seus colaboradores.

The Body Shop

A The Body Shop ficou em primeiro lugar na categoria Beleza do Índice de Marcas Sustentáveis (*Sustainable Brand Index*) pelo quinto ano. O Índice de Marcas Sustentáveis é, na Europa, o maior estudo independente focado em sustentabilidade, medindo e analisando cerca de 1.600 marcas em 36 indústrias com a ajuda de 80 mil consumidores em 8 países. No Canadá, a The Body Shop comemorou a histórica vitória da beleza livre de crueldade após a decisão do governo de acabar com os testes de cosméticos em animais. Para contribuir para esse feito, a empresa fez de marchas a reuniões com parlamentares, além de coletar mais de 926.000 assinaturas de apoiadores no país.

Aesop

Diante da transição de saída da Aesop de Natura &Co, temos o orgulho de reconhecer a trajetória da empresa desde 2012, apoiando comunidades tradicionais na Austrália, avançando em sua agenda de circularidade e certificando-se como B Corp em 2020. Em março de 2023, a segunda loja da marca que oferece refis começou a funcionar em Melbourne, oferecendo à Aesop um novo espaço e novos clientes para testar esses produtos. A iniciativa Enxaguar e Devolver foi lançada no Japão, em parceria com a TerraCycle, e agora está disponível em quatro lojas no país: Aesop Shinjuku, Aesop Sakae, Aesop Lucua e Aesop Fukuoka.

4. Mercado de Capitais e Desempenho das Ações

As ações de NTCO3 foram negociadas a R\$ 13,20 no final do 1T23 na B3, um crescimento de +13,70% no trimestre. O Volume Médio Diário de Negociação (ADTV) do trimestre foi de R\$ 245,6 milhões, +17,2% vs. 4T22. NTCO foi negociada a US\$ 5,22 no final do 1T23 na NYSE, com alta de +20,5% no trimestre.

Em 31 de março de 2023, o valor de mercado da companhia era de R\$ 18,3 bilhões, e o capital da companhia era representado por 1.383.152.570 ações ordinárias.

5. Renda fixa

Abaixo está uma tabela com detalhes de todos os instrumentos de dívida pública em aberto por emissor em 31 de março 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
			15/09/2031	BRL 102,3	IPCA + 6,90 por ano
		06/10/2022	15/09/2032	BRL 102,3	IPCA + 6,90 por ano
			15/09/2033	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 International S.à r.l. (Natura Lux)	Club Loan	14/11/2022	14/11/2025	BRL 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 International S.à r.l. (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

6. Apêndices

RECONCILIAÇÃO DO FLUXO DE CAIXA LIVRE

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

Demonstração de Fluxo de Caixa		Fluxo de Caixa Livre	Reconciliação Fluxo de Caixa
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS			
(Prejuízo) lucro líquido do período	(a)	Lucro (Prejuízo) Líquido	(a)
Ajustes para reconciliar o (prejuízo) lucro líquido do período com o caixa líquido utilizado nas atividades operacionais:		Depreciação e Amortização	(b)
Depreciações e amortizações	(b)	Ajustes Não-Caixa ao Lucro Líquido	(c)
Ganho com juros e variação cambial sobre títulos de valores mobiliários	(c)	Lucro Líquido Ajustado	
Ganho (perda) decorrente de operações com derivativos "swap" e "forward"	(c)	Redução / (Aumento) no Capital de Giro	(d)
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	(c)	Estoque	(d1)
Atualização monetária de depósitos judiciais	(c)	Contas a Receber	(d2)
Atualização monetária da provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	(c)	Contas a Pagar	(d3)
Imposto de renda e contribuição social	(c)	Outros Ativos e Passivos	(d4)
Resultado na venda e baixa de ativo imobilizado, intangível, arrendamento e ativos não circulantes mantidos para venda	(c)	Imposto de Renda e Contribuição Social	(e)
Juros e variação cambial sobre arrendamentos	(c)	Juros da dívida	(f)
Juros, variação cambial sobre empréstimos, financiamentos e debêntures, líquido dos custos de captação	(c)	Pagamentos de leas e	(g)
Atualização e variação cambial sobre outros ativos e passivos	(c)	Outras atividades operacionais	(h)
Reversão de provisão para perdas com imobilizado, intangível e arrendamentos	(c)	Caixa das Operações	
Provisão de planos de outorga de opções de compra de ações	(c)	Capex	(j)
Provisão para perdas de crédito esperadas, líquida de reversões	(c)	Venda de Ativos	(i)
Provisão para perdas na realização dos estoques, líquida de reversões	(c)	Variação da taxa de câmbio	(k)
Reversão de provisão para créditos de carbono	(c)	Fluxo de Caixa Livre	
Efeito de economia hiperinflacionária	(c)	Outras atividades de investimento e financiamento	(l)
Outros ajustes para reconciliar o prejuízo do exercício	(c)	Variação do Saldo de Caixa	
Varições em:			
Contas a receber de clientes e partes relacionadas	(d2)		
Estoques	(d1)		
Impostos a recuperar	(d4)		
Outros ativos	(d4)		
Fornecedores, operações de "risco sacado" e partes relacionadas	(d3)		
Salários, participações nos resultados e encargos sociais, líquidos	(d4)		
Obrigações tributárias	(d4)		
Outros passivos	(d4)		
OUTROS FLUXOS DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS			
Pagamentos de imposto de renda e contribuição social	(e)		
Depósitos judiciais realizados líquidos de levantamentos	(h)		
Pagamentos relacionados a processos tributários, cíveis e trabalhistas	(h)		
(Pagamento) recebimento de recursos por liquidação de operações com derivativos	(h)		
Pagamento de juros sobre arrendamentos	(g)		
Pagamento de juros sobre empréstimos, financiamentos e debêntures	(f)		
CAIXA (UTILIZADO NAS) GERADO PELAS ATIVIDADES OPERACIONAIS			
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO			
Caixa advindo de aquisição de controlada	(l)		
Adições de imobilizado e intangível	(j)		
Recebimento pela venda de ativo imobilizado, intangível e ativos não circulantes mantidos para venda	(i)		
Aplicação em títulos e valores mobiliários	(l)		
Resgate de títulos e valores mobiliários	(l)		
Resgate de juros sobre títulos de valores mobiliários	(l)		
CAIXA LÍQUIDO GERADO PELAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO			
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO			
Amortização de passivo de arrendamentos - principal	(g)		
Amortização de empréstimos, financiamentos e debêntures - principal	(f)		
Captações de empréstimos, financiamentos e debêntures	(l)		
Compra de ações em tesouraria, líquido de recebimento do preço de exercício de op	(l)		
(Pagamento) recebimento de recursos por liquidação de operações com derivativos	(h)		
Aumentos de Capital	(l)		
CAIXA LÍQUIDO GERADO PELAS (UTILIZADO NAS) ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO			
Efeito de variação cambial sobre o caixa e equivalentes de caixa	(k)		
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)	Mar-23	Dez-22	PASSIVOS E PATRIMÔNIO LÍQUIDO (R\$ milhões)	Mar-23	Dez-22
ATIVOS CIRCULANTES			PASSIVOS CIRCULANTES		
Caixa e equivalentes de caixa	2.224,5	4.195,7	Empréstimos, financiamentos e debêntures	289,2	331,2
Títulos e valores mobiliários	1.587,5	1.800,4	Arrendamento mercantil	635,0	878,4
Contas a receber de clientes	3.327,9	3.502,4	Fornecedores e operações de "risco sacado"	5.592,3	6.375,9
Estoques	4.382,4	4.516,9	Dividendos e juros sobre o capital próprio a pagar	0,2	0,3
Impostos a recuperar	1.139,1	911,4	Salários, participações nos resultados e encargos sociais	1.087,8	1.277,0
Imposto de renda e contribuição social	233,6	196,1	Obrigações tributárias	730,6	828,1
Instrumentos financeiros derivativos	168,3	235,1	Imposto de renda e contribuição social	194,1	70,3
Outros ativos circulantes	722,2	763,4	Instrumentos financeiros derivativos	1.628,2	1.614,0
Ativos mantidos para venda	2.582,5	0,1	Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	454,0	463,7
Total dos Ativos Circulantes	16.367,9	16.121,5	Outros passivos circulantes	1.176,5	1.499,1
ATIVOS NÃO-CIRCULANTES			Ativos mantidos para venda	1.316,7	0,0
Impostos a recuperar	1.211,6	1.356,9	Total dos Passivos Circulantes	13.104,6	13.337,9
Imposto de renda e contribuição social diferido	3.462,7	3.519,5	PASSIVOS NÃO-CIRCULANTES		
Depósitos judiciais	411,8	457,6	Empréstimos, financiamentos e debêntures	12.965,7	13.261,1
Instrumentos financeiros derivativos	830,7	773,3	Arrendamento mercantil	1.644,7	2.392,3
Títulos e valores mobiliários	34,3	35,2	Salários, participações nos resultados e encargos sociais	12,1	26,2
Outros ativos não circulantes	1.198,6	1.252,4	Obrigações tributárias	121,3	117,4
Total dos Ativos realizável a Longo Prazo	7.149,8	7.394,9	Imposto de renda e contribuição social diferidos	879,2	934,4
Imobilizado	4.537,9	4.966,2	Imposto de renda e contribuição social	431,7	448,5
Intangível	23.042,5	23.261,0	Instrumentos financeiros derivativos	443,4	191,3
Direito de Uso	2.094,3	2.941,9	Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	799,1	873,6
Total dos Ativos Não-Circulantes	36.824,5	38.563,9	Outros passivos não circulantes	764,4	751,6
TOTAL DOS ATIVOS	53.192,4	54.685,4	Total dos Passivos Não-Circulantes	18.061,6	18.996,3
			PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
			Capital social	12.484,5	12.484,4
			Ações em tesouraria	(262,4)	(262,4)
			Reservas de capital	10.580,3	10.540,9
			Prejuízos acumulados	(2.647,3)	(1.994,6)
			Ajustes de avaliação patrimonial	1.852,6	1.564,3
			Patrimônio líquido atribuído aos acionistas controladores	22.007,7	22.332,7
			Participação dos acionistas não controladores no patrimônio líquido das controladas	18,5	18,5
			TOTAL DOS PASSIVOS E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	53.192,4	54.685,4

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

R\$ milhões	1T-23	1T-22	Var. %
RECEITA LÍQUIDA	7.320,2	7.610,9	(3,8)
Custo dos Produtos Vendidos	(2.494,7)	(2.882,8)	(13,5)
LUCRO BRUTO	4.825,5	4.728,1	2,1
DESPESAS OPERACIONAIS			
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(3.104,7)	(3.346,0)	(7,2)
Despesas Administrativas, P&D, TI e Projetos	(1.381,0)	(1.358,3)	1,7
Perda por redução ao valor recuperável de contas a receber de clientes	(215,6)	(162,8)	32,5
Outras despesas operacionais, líquidas	(96,6)	(60,4)	59,9
(PREJUÍZO) LUCRO OPERACIONAL ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO	27,4	(199,4)	(113,8)
Receitas Financeiras	1.005,7	1.338,3	(24,8)
Despesas Financeiras	(1.482,1)	(1.698,9)	(12,8)
PREJUÍZO ANTES DO IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	(448,9)	(560,0)	(19,8)
Imposto de Renda e Contribuição Social	(82,8)	(70,0)	18,3
PREJUÍZO DAS OPERAÇÕES CONTINUADAS	(531,7)	(630,0)	(15,6)
Lucro (Prejuízo) das Operações Descontinuadas	(120,5)	(12,2)	890,2
PREJUÍZO DO PERÍODO	(652,2)	(642,2)	1,6
Atribuível a acionistas controladores da Companhia	(652,4)	(643,1)	1,5
Atribuível a não-controladores	0,3	0,9	(70,2)

AMORTIZAÇÃO DA ALOCAÇÃO DO PREÇO DE COMPRA (PPA)

R\$ milhões	1T-23	1T-22
RECEITA LÍQUIDA	-	-
Custo dos Produtos Vendidos	(1,5)	(2,0)
LUCRO BRUTO	(1,5)	(2,0)
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(64,4)	(66,2)
Despesas Administrativas, P&D, TI e Projetos	(75,5)	(69,4)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	28,6	49,0
Receitas/(Despesas) Financeiras, líquidas	15,8	18,0
Imposto de Renda e Contribuição Social	16,4	0,8
PREJUÍZO LÍQUIDO	(80,5)	(69,8)
Depreciação	(141,3)	(149,4)

DEMONSTRAÇÃO CONSOLIDADA DO FLUXO DE CAIXA

	R\$ milhões	1T-23	1T-22
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS			
(Prejuízo) lucro líquido do período		(652,2)	(642,2)
Ajustes para reconciliar o (prejuízo) lucro líquido do período com o caixa líquido utilizado nas atividades operacionais:			
Depreciações e amortizações		603,5	575,5
Ganho com juros e variação cambial sobre títulos de valores mobiliários		(190,7)	(86,2)
Ganho (perda) decorrente de operações com derivativos "swap" e "forward"		365,9	974,9
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas		(20,5)	(26,6)
Atualização monetária de depósitos judiciais		(8,1)	(8,2)
Atualização monetária da provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas		15,9	11,1
Imposto de renda e contribuição social		82,8	70,0
Resultado na venda e baixa de ativo imobilizado, intangível, arrendamento e ativos não circulantes mantidos para venda		47,4	9,8
Juros e variação cambial sobre arrendamentos		46,7	54,7
Juros, variação cambial sobre empréstimos, financiamentos e debêntures, líquido dos custos de captação		109,3	(727,5)
Atualização e variação cambial sobre outros ativos e passivos		0,7	2,2
Impairment		(31,1)	0,0
Provisão de planos de outorga de opções de compra de ações		(15,2)	40,1
Provisão para perdas de crédito esperadas, líquida de reversões		215,6	164,7
Provisão para perdas de estoque, líquidas de reversão		150,6	76,5
Reversão de provisão para créditos de carbono		(7,2)	(4,0)
Efeito de economia hiperinflacionária		95,4	68,9
Outros ajustes para reconciliar perdas		0,0	0,0
Variações em:			
Contas a receber de clientes e partes relacionadas		(195,4)	289,5
Estoques		(483,3)	86,1
Impostos a recuperar		(90,5)	(3,1)
Outros ativos		(63,3)	129,3
Fornecedores, operações de "risco sacado" e partes relacionadas		(610,0)	(950,5)
Salários, participações nos resultados e encargos sociais, líquidos		(94,2)	(273,7)
Obrigações tributárias		(37,5)	(198,9)
Outros passivos		(138,5)	(490,2)
OUTROS FLUXOS DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS			
Pagamentos de imposto de renda e contribuição social		(130,0)	(66,8)
Depósitos judiciais realizados líquidos de levantamentos		7,0	(1,7)
Pagamentos relacionados a processos tributários, cíveis e trabalhistas		(11,2)	(22,8)
(Pagamento) recebimento de recursos por liquidação de operações com derivativos		(90,2)	13,1
Pagamento de juros sobre arrendamentos		(58,5)	(51,5)
Pagamento de juros sobre empréstimos, financiamentos e debêntures		(200,4)	(211,7)
Operações Descontinuadas		(237,2)	6,2
CAIXA (UTILIZADO NAS) GERADO PELAS ATIVIDADES OPERACIONAIS		(1.624)	(1.193)
Caixa de aquisição de subsidiárias			
Adições de imobilizado e intangível		(258,2)	(279,5)
Recebimento pela venda de ativo imobilizado, intangível e ativos não circulantes mantidos para venda		1,4	0,6
Aplicação em títulos e valores mobiliários		(2.087,4)	(2.191,7)
Resgate de títulos e valores mobiliários		2.306,5	2.566,1
Investimentos em controladas		50,1	38,2
Atividades de investimento - operações descontinuadas		(43,4)	(30,0)
CAIXA LÍQUIDO GERADO PELAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO		(30,9)	103,7
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO			
Amortização de passivo de arrendamentos - principal		(154,5)	(226,2)
Amortização de empréstimos, financiamentos e debêntures - principal		(86,3)	(238,6)
Captações de empréstimos, financiamentos e debêntures		5,9	1.181,4
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		(7,3)	3,7
Aumentos de Capital		0,1	2,6
Atividades de Financiamento - operações descontinuadas		(59,7)	(46,6)
CAIXA LÍQUIDO GERADO PELAS (UTILIZADO NAS) ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO		(301,9)	556,1
Efeito de variação cambial sobre o caixa e equivalentes de caixa		(14,1)	(435,6)
REDUÇÃO NO CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA		(1.971,2)	(968,7)
Saldo inicial do caixa e equivalentes de caixa		4.195,7	4.007,3
Saldo final do caixa e equivalentes de caixa		2.224,5	3.038,5
REDUÇÃO NO CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA		(1.971,2)	(968,7)

7. Teleconferência e webcast

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

convida você para participar da teleconferência sobre os resultados do 1T-23:

Terça-feira,
09 de maio de 2023

Para conectar-se à
teleconferência:

09:00 Nova Iorque

Brasil: +55 11 31818565

10:00 Brasília

Dial in: +55 11 4090-1621

14:00 Londres

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

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

A Divulgação dos Resultados

do 1T-23 ocorrerá no dia 08 de maio de 2023, segunda-feira,
após o fechamento do mercado, em:

<http://ri.naturaeco.com/pt-br/>

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

8. Glossário

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

ADR: *American Depositary Receipt*. É um programa de emissão de ações negociadas 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.

PBS: 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.

9. Aviso Legal

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

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

Equipe de Relações com Investidores
ri@natura.net