

São Paulo, 5 de maio de 2022.

## 1T22: Desempenho impactado pela transformação contínua da Avon, ambiente global desafiador e forte base de comparação

*Avanço nos fundamentos com retomada do crescimento da Natura<sup>1</sup> e melhorias sequenciais na Avon*

- **A receita líquida consolidada no 1T22** totalizou R\$8,3 bilhões, -12,7% vs 1T21 em reais devido à valorização da moeda brasileira, e -4,6% em moeda constante ("CC"), sobre uma base de comparação muito forte no 1T21 (+ 25,8% em reais e +8,1% em CC vs. 1T20). Como esperado, este trimestre também foi impactado pelo aumento da inflação que afetou os gastos discricionários nos principais mercados, pelas pressões de custos na cadeia de suprimentos e primeiros efeitos da guerra na Ucrânia. Comparado ao 1T20, que exclui alguns dos efeitos não recorrentes da pandemia, o desempenho da Natura &Co está amplamente em linha com os pares globais de CFT<sup>2</sup> em +9,8% e, em relação ao 1T19, a Natura &Co superou os pares de Cosméticos, Fragrâncias e Higiene Pessoal ("CFT") em +11,9% em reais.
- **O EBITDA ajustado do 1T22** foi de R\$595,9 milhões com margem de 7,2% (-300 pbs), devido principalmente às pressões de custo e inflação e desalavancagem de vendas na Avon na América Latina e na The Body Shop. A Avon foi impactada pela sua transformação ainda em andamento, incluindo a otimização intencional do portfólio, principalmente em Moda & Casa. A The Body Shop foi impactada pela ausência de auxílio relacionado à pandemia que aumentou o EBITDA no ano passado, pelo mix de canais e pela desalavancagem de vendas nos principais mercados. As sinergias da integração da Avon continuam em linha com o planejado, com entrega de US\$66,2 milhões no trimestre, entre suprimentos, logística e funções administrativas.
- **Sólida posição de caixa no final do trimestre de R\$4,5 bilhões**, com dívida líquida sobre EBITDA de 2,13x no trimestre vs. 1,18x no 1T21 e 1,52x no 4T21, conforme esperado. Em abril foi realizada a bem-sucedida emissão do *bond* de US\$600 milhões, com cupom de 6% e vencimento em 2029, para refinarçar o *bond* de 2023 da Avon e outras dívidas, sem impacto no índice de alavancagem.
- **Guidance de margem EBITDA 2024 reafirmado; atingimento do guidance de médio prazo de receita e de endividamento agora esperados para 2024** (vs. 2023 anteriormente), à luz da recente deterioração do cenário macroeconômico e geopolítico, com impacto em consumo e demanda.

Resultado Consolidado (R\$ Milhões)	1T-22	1T-21	Δ
Receita Líquida	8.253,3	9.455,1	-12,7%
Variação em Moeda Constante			-4,6%
Lucro Bruto	5.307,7	6.130,7	-13,4%
Margem Bruta	64,3%	64,8%	-50 pbs
EBITDA Reportado	515,7	829,1	-37,8%
Margem EBITDA Reportada	6,2%	8,8%	-260 pbs
EBITDA Ajustado	595,9	963,2	-38,1%
Margem EBITDA Ajustada	7,2%	10,2%	-300 pbs
Lucro (Prejuízo) Líquido Atribuído aos Acionistas Controladores	(643,1)	(155,2)	314,4%
Margem Líquida	-7,8%	-1,6%	-620 pbs

Comparação Receita Líquida - Pares CFT			
% Receita Líquida <sup>a</sup>	1T-22 vs. 1T-21	1T-22 vs. 1T-20	1T-22 vs. 1T-19
Natura &Co	-12,7%	9,8%	11,9%
Média Pares CFT			
Globais <sup>2</sup>	3,8%	12,8%	5,6%

<sup>a</sup> Em moeda reportada

### Roberto Marques, CEO do Grupo e Presidente Executivo de Natura &Co, afirma:

"Conforme indicado nos nossos resultados do 3T21 e 4T21, Natura &Co continuou a enfrentar um ambiente desafiador no 1T22, além de uma base de comparação difícil e movimentos cambiais desfavoráveis. Nosso desempenho reflete mudanças intencionais em andamento na Avon, como a simplificação do portfólio e a implementação do novo modelo comercial, assim como os impactos da guerra na Ucrânia, que se somou às pressões inflacionárias e afetou a demanda do consumidor, além dos efeitos remanescentes da pandemia de Covid-19.

Essa combinação resultou em menores vendas e lucratividade no trimestre em comparação ao 1T21, refletindo em parte nossa maior exposição à América Latina e Europa, enquanto o crescimento global do mercado de beleza atualmente é impulsionado principalmente pela Ásia e América do Norte. Entretanto, também vimos alguns sinais positivos: no Brasil, a Natura registrou crescimento de receita mesmo com uma forte base de comparação, graças a uma oferta de produtos que atende melhor à demanda atual, enquanto a Avon viu uma melhora no desempenho dos seus fundamentos. Isso ficou evidenciado pelos ganhos de produtividade na categoria de beleza nesse trimestre, pela primeira vez desde a implementação do novo modelo comercial na Avon Brasil, cujo desempenho melhorou mês a mês durante o trimestre. O novo modelo comercial da Avon International está contribuindo para a melhora de alguns indicadores-chave de desempenho, como o crescimento de produtividade e índice de atividade estável, excluindo Rússia e Ucrânia, embora as operações em toda a Europa tenham sido impactadas pela guerra, levando à queda na confiança e no poder de compra do consumidor devido à pressão inflacionária. A The Body Shop enfrentou um trimestre particularmente difícil devido à fraca demanda do consumidor na Europa, assim como o efeito do mix de canais, enquanto a Aēsop continuou crescendo, principalmente na Ásia e na América do Norte, entregando mais um trimestre de crescimento de dois dígitos em moeda constante.

Nossa perspectiva é de que o cenário externo continue desafiador no segundo trimestre e seguiremos adotando medidas tais como maior contenção de gastos e rígida disciplina financeira nos investimentos, a fim de proteger nossa lucratividade e geração

<sup>1</sup> A marca Natura na América Latina registrou crescimento de receita de +5,3% em moeda constante.

<sup>2</sup> Desempenho do mercado de Cosméticos, Fragrâncias e Higiene Pessoal: estimativa da empresa com base na receita líquida de pares globais versus anos anteriores de aproximadamente +5,6% no 1T22 versus 1T19 (em moeda reportada), conforme reportado pelas empresas ou estimativas publicadas na Bloomberg para aqueles que ainda não reportaram seus resultados.

de caixa. Esperamos também ganhos incrementais decorrentes da transformação da Avon no 2S22, com melhora contínua nos seus fundamentos e indicadores-chave, que já estão na direção correta, além de uma base de comparação mais favorável para o grupo.

A companhia está reafirmando sua meta de margem EBITDA em 2024, apesar da guerra na Ucrânia e da recente deterioração do cenário macroeconômico e geopolítico, que estão impactando os gastos e a demanda do consumidor. No entanto, diante desses efeitos, a companhia agora espera atingir suas metas de receita líquida consolidada e alavancagem em 2024, contra 2023 anteriormente.”

## Principais Resultados Financeiros por Unidade de Negócio

	1T-22 vs. 1T-21				
	Receita Líquida (R\$ milhões)	Δ % Moeda Reportada	Δ % CC	Margem EBITDA Ajustada	Δ EBITDA Ajustado
Consolidado	8.253,3	-12,7%	-4,6%	7,2%	-300 pbs
Natura &Co Latam	4.751,5	-8,4%	-2,1%	9,0%	-320 pbs
Avon International	1.842,0	-22,1%	-10,1%	4,4%	30 pbs
The Body Shop	1.017,4	-22,9%	-16,0%	6,4%	-830 pbs
Aesop	642,4	9,6%	21,3%	21,7%	-500 pbs

• **Natura &Co Latam:** Com market-share de 12,3% em 2021 (-0,3pp vs 2020), a Natura &Co América Latina manteve sua liderança no mercado e até ampliou a diferença em relação ao segundo colocado, de acordo com a Euromonitor. O Grupo tornou-se líder do mercado de CFT nos mercados hispânicos com 11,9% de *market-share* (+0,7pp), sustentado por ganhos no México, Argentina, Chile e Peru, e manteve a liderança no Brasil com 16,1% de *market-share* (-0,9 pp).

• **Marca Natura na América Latina:** A receita líquida caiu -1,9% no 1T22 em reais e aumentou +5,3% em CC, refletindo a valorização da moeda brasileira em relação às moedas hispânicas. **No Brasil**, a receita líquida foi de +3,1% no 1T22 (+27,5% vs. 1T19), com ganho significativo de market share no trimestre, de acordo com a Kantar, mesmo com uma forte base de comparação no 1T21. A produtividade por consultora voltou a crescer, com forte alta de +10,5%. **Na América Hispânica**, a receita líquida foi de -8,7% no 1T22 em reais e +8,0% em CC, apesar de uma forte base de comparação. O crescimento foi impulsionado principalmente pela Argentina e Colômbia, sustentado pelo aumento do número de consultoras e maior produtividade. Em relação ao 1T19, a receita aumentou +84,3% em reais (+79,8% em CC).

• **Marca Avon na América Latina:** A receita líquida caiu -16,3% no 1T22 em reais (-11,1% em CC). **No Brasil**, a receita líquida melhorou sequencialmente desde o 3T21, mas ainda caiu -17,0% no 1T22. Isso se deve sobretudo a uma queda de -32,3% nas vendas de Moda & Casa, principalmente causada pela reabertura do varejo que apresentou outras opções de compra para os consumidores dessas categorias, além da redução intencional do portfólio, enquanto as vendas de beleza caíram -9,7%. As medidas adotadas desde outubro resultaram em melhores KPIs, incluindo crescimento de produtividade na categoria de beleza no 1T, melhorando mês a mês e atingindo crescimento de dois dígitos em março, pela primeira vez desde a implementação do novo modelo comercial. **Na América Hispânica** a receita líquida foi de -16,0% no 1T22 em reais (-7,9% em CC), refletindo uma base de comparação muito forte no 1T21 (+35,1% em reais e +13,9% em CC) e uma queda nas vendas da categoria de Moda & Casa. O novo modelo comercial no Equador vem apresentando um progresso significativo, com crescimento de atividade e produtividade em quase todas as campanhas no 1T comparação ao ano passado, assim como na América Central, com aumento sequencial de atividade e maior nível de recrutamento de representantes.

• **A margem EBITDA ajustada do 1T de Natura &Co América Latina** foi de 9,0%, -320 pbs vs 1T21, sobre uma base de comparação forte. Sinergias, gestão de receitas e disciplina financeira rigorosa compensaram parcialmente o impacto da desalavancagem de vendas na Avon, da inflação de matérias-primas e efeito cambial desfavorável. A margem EBITDA da Avon foi impactada pelos efeitos contínuos do plano de transformação, inflação elevada e maiores despesas com logística.

### • Avon International

• **A receita líquida do 1T** apresentou queda de -22,1% em reais (-10,1% em CC), principalmente impactada pela guerra na Ucrânia, menor renda disponível na Europa<sup>3</sup> dado o aumento da inflação e menor número de representantes, refletindo uma base de comparação mais forte no ano passado quando os canais se beneficiaram dos *lockdowns*, além da otimização intencional relacionada à implementação do novo modelo comercial. Continuamos a ver progresso nos fundamentos de negócio da Avon com produtividade sequencialmente maior desde o lançamento do novo modelo comercial (agora em 14 mercados), atingindo +9,1% de crescimento no trimestre, além do índice de atividade estável (excluindo Rússia e Ucrânia).

• **A margem EBITDA ajustada do 1T** foi de 4,4%, +30 pbs vs. 1T21, uma grande conquista, mesmo com os efeitos desfavoráveis na Europa Central e Leste Europeu, causados pela guerra na Ucrânia. O aumento decorre da rigorosa disciplina financeira e economias estruturais resultantes da simplificação do modelo operacional. Isto compensou os impactos contínuos da inflação e preços mais elevados das commodities, bem como os efeitos iniciais relacionados à guerra.

### • The Body Shop

• **A receita líquida do 1T** caiu -22,9% em reais (-16,0% em CC), impactada principalmente pelo esperado reequilíbrio dos canais, sendo que a recuperação do varejo não foi suficiente para compensar as quedas em TBS At Home, e-commerce e franqueados, e bem como a menor renda disponível na Europa<sup>4</sup>. **No Reino Unido**, a receita caiu -26,3% em relação ao 1T21,

<sup>3</sup> Uma vez que a demanda por energia é inelástica no curto prazo, esses grandes aumentos de preços implicam quedas significativas no poder de compra das famílias, que terão de ser absorvidas por meio de (i) redução do consumo de bens e serviços não relacionados a energia, (ii) redução na poupança ou (iii) um aumento na renda”. Fonte: Boletim Econômico do Banco Central Europeu, edição 3, 2022

mas aumentou +8,0% em relação ao 1T19 e +5,1% em relação do 1T20. Nossas lojas e e-commerce juntos cresceram cerca de 2% em relação a 2019, em linha com os dados do mercado<sup>4</sup> de saúde e beleza neste período. Após o desempenho superior durante os *lockdowns*, o canal The Body Shop At Home apresentou uma queda acentuada do número de consultoras à medida que as economias reabriram, e os franqueados estão se recuperando lentamente desses *lockdowns*. Além disso, o tráfego nas lojas ficou abaixo dos níveis pré-pandemia, também em linha com os dados do varejo do Reino Unido<sup>5</sup>.

- **A margem EBITDA ajustada do 1T** foi de 6,4%, -830 pbs vs. 1T21, devido principalmente ao auxílio não recorrente no ano anterior relacionado à pandemia e reequilíbrio dos canais, especialmente os franqueados. A expectativa é de recuperação da margem EBITDA no segundo semestre, impulsionada pelas perspectivas positivas para os franqueados – o canal mais rentável – e para as lojas próprias, sustentada pela contínua implementação do novo modelo de lojas e lançamentos de produtos. Franqueados e lojas próprias devem se beneficiar do maior índice de vacinação, menos restrições, mais dias de vendas nas lojas e aumento no número de turistas, o que também aumentará o tráfego.

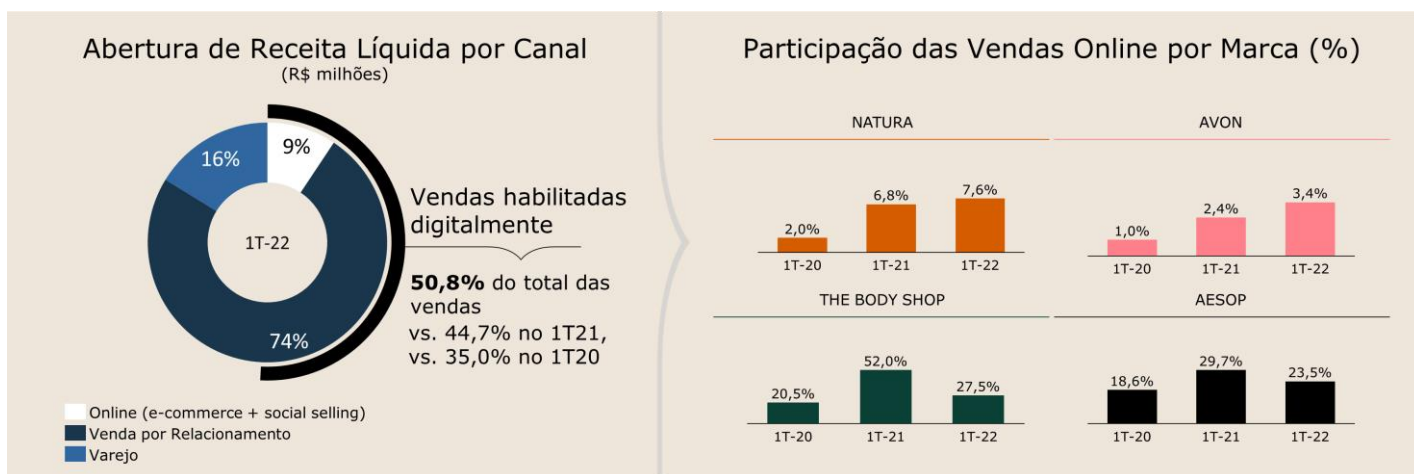
## • Aesop

- **A receita líquida do 1T** aumentou +9,6% em reais (+21,3% em CC, acelerando em relação ao 4T21). Todos os mercados apresentaram crescimento de dois dígitos, liderados pela América do Norte e APAC. A Aesop apresentou consistentemente um crescimento de receita superior em relação às marcas de luxo globais.
- **A margem EBITDA ajustada do 1T** foi de 21,7%, -500 pbs comparado ao 1T21, devido principalmente aos maiores investimentos planejados em digitalização, novas categorias e geografias para impulsionar o crescimento sustentável futuro.

## Vendas Digitais

**As vendas habilitadas digitalmente**, que incluem vendas online (e-commerce + social selling) e vendas por relações por meio dos nossos principais aplicativos digitais, alcançaram 50,8% da receita total, comparado a 47,7% no 1T21 e a 35,0% no período pré-pandêmico (1T20), impulsionadas pelo crescimento contínuo na Natura e na Avon.

**Vendas por relações utilizando aplicativos digitais:** Na Avon International, a adoção do aplicativo Avon On apresentou crescimento consistente e sustentável nos últimos 9 trimestres, atingindo 16%, ou 5x os níveis pré-pandemia. Na Natura na Latam, o número médio de consultoras compartilhando conteúdo aumentou quase 5x comparado aos níveis pré-pandemia (1T20). Os pedidos por meio das mais de 1,5 milhão de lojas on-line de consultoras aumentaram 81% na região e ficaram 3x acima dos níveis do 1T20.



**&Co Pay na Natura do Brasil** apresentou forte crescimento tanto no número de contas, atingindo aproximadamente 390.000, quanto no Volume Total de Pagamentos ("TPV"), que atingiu R\$ 2,1 bilhões. O desempenho foi impulsionado pela adoção acelerada do serviço de pagamento instantâneo (Pix) lançado no 2T21 e o processamento de todas as vendas para consultoras via cartão de crédito, iniciado no 3T21 e processamento das vendas das consultoras via cartão de crédito, iniciado no 3T21.

## Inovação

**A Natura** lançou um refil para sua marca de fragrâncias Essencial, com 45% de vidro reciclado e tampa 100% de plástico reciclado pós-consumo.

**A The Body Shop** lançou uma nova coleção de bem-estar: Breath, Boost e Sleep, com óleos essenciais para ajudar a restaurar o equilíbrio entre mente, corpo e alma.

**A Avon International** continuou a focar e apoiar a inovadora tecnologia Protinol com Anew Renewal Power Serum. Lançamento de Attraction, a primeira fragrância da Avon que utiliza tecnologia da neurociência para criar um perfume que provoca sensações de prazer para ele e para ela.

**A Avon do Brasil** lançou uma nova marca de fragrâncias, a Lov U, no último episódio do reality show Big Brother Brasil 2022. As

<sup>4</sup> De acordo com o British Retail Consortium para o mercado de saúde e beleza

<sup>5</sup> De acordo com um benchmark da New West End Company que mostra que o movimento de varejo do Reino Unido está abaixo dos níveis de 2019 em c.13% a c.34%

notas olfativas combinam Pink Champagne com Rose Essential, usando pétalas de rosa de origem sustentável.

**A Aesop** deu continuidade à expansão da linha de Skincare Plus+, lançando o Exalted Eye Serum, seu produto para os olhos mais enriquecido até o momento, com vitaminas B, C e E para hidratação e luminosidade, elevando a proposta da marca de cuidados com a pele.

## Projeção de médio prazo

O cenário macroeconômico e geopolítico global tem sido volátil, marcado por crescentes pressões inflacionárias, interrupção da cadeia de suprimentos, volatilidade cambial e a eclosão da guerra na Ucrânia, todos impactando os gastos e a demanda do consumidor. Apesar dessa volatilidade, a empresa está reafirmando seu guidance de margem EBITDA para 2024 de 14% a 16%. A Companhia agora espera atingir sua meta de receita líquida consolidada de R\$ 47 bilhões a R\$ 49 bilhões e a meta de dívida líquida/EBITDA de menos de 1,0x em 2024, contra 2023 atualmente, alinhando assim todo o guidance para o ano fiscal findo em 31 de dezembro de 2024.

Nosso guidance pressupõe taxas de câmbio constantes em R\$ 5 por USD e crescimento do PIB global de um dígito baixo<sup>6</sup> de 2022 a 2024 e recuperação contínua de categorias-chave à medida que os países continuam reduzindo as restrições do Covid-19. No entanto, pressões inflacionárias significativas e a guerra na Ucrânia estão criando pressão sobre o consumo e a demanda do consumidor. A companhia está atenta aos riscos contínuos relacionados ao atual contexto macroeconômico, incerteza geopolítica e impacto contínuo da pandemia de Covid-19 e mudanças materiais nas expectativas podem afetar as perspectivas.

## Atualização sobre a guerra da Ucrânia e Rússia

Desde o início da guerra na Ucrânia, nossa principal preocupação como um grupo global com operações na Rússia e na Ucrânia é a proteção e segurança de nossos associados e representantes que enfrentam violência e perdas. Estamos ajudando nossos associados na região, incluindo equipes de vendas na Ucrânia, e estamos trabalhando com organizações que prestam ajuda humanitária, como a Cruz Vermelha e ONGs locais, doando fundos e produtos de cuidados pessoais para refugiados.

A Europa Central e Oriental é uma região relevante para a Avon International, na qual a Rússia é o maior mercado, sendo que a Ucrânia também é um mercado importante. Para o Grupo como um todo, as receitas provenientes desses dois mercados representaram menos de 5% da receita consolidada de 2021, incluindo as operações da The Body Shop por meio de seus franqueados, enquanto a contribuição para o EBITDA foi de aproximadamente 3%.

A The Body Shop e a Aesop suspenderam a comercialização na Rússia. A Avon suspendeu as exportações da Rússia e está mantendo operações locais em apoio às representantes que atuam como empreendedoras independentes. Acreditamos que restringir seu acesso a produtos teria um impacto desproporcional nas mulheres e crianças. A fábrica da Polônia está agora atendendo mercados anteriormente fornecidos pela Rússia. Há 135 anos, a Avon representa as mulheres em qualquer lugar do mundo, independentemente de etnia, nacionalidade, idade ou religião. Não há benefícios financeiros para Natura &Co permanecer na Rússia. Continuaremos a avaliar nossa posição de acordo com a evolução da situação.

Governos e autoridades em todo o mundo, incluindo os Estados Unidos e a União Europeia, anunciaram recentemente várias sanções a certos setores e partes da indústria na Rússia. Essas e quaisquer sanções adicionais, bem como quaisquer possíveis respostas que possam ser fornecidas pelos governos da Rússia ou de outras jurisdições, podem afetar adversamente nossos negócios.

Nas demonstrações financeiras consolidadas de 31 de março de 2022, não há impactos relevantes do contexto descrito acima. A administração está monitorando continuamente os desdobramentos da situação para avaliar quaisquer possíveis impactos futuros, resultantes da crise atual.

## 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, ex-América Latina e,
- Aesop, ex-América Latina

Adicionalmente, 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*



<sup>6</sup> Projeções do Fundo Monetário Internacional (FMI), abril de 2022.

R\$ milhões	Resultado por Segmento de Negócio														
	Consolidado <sup>a</sup>			Natura &Co Latam <sup>b</sup>			Avon Internacional			The Body Shop			Aesop		
	1T-22 <sup>c</sup>	1T-21 <sup>c</sup>	Var. %	1T-22 <sup>c</sup>	1T-21 <sup>c</sup>	Var. %	1T-22 <sup>c</sup>	1T-21 <sup>c</sup>	Var. %	1T-22	1T-21	Var. %	1T-22	1T-21	Var. %
Receita Bruta	10.642,0	12.059,2	(11,8)	6.286,7	6.857,2	(8,3)	2.207,4	2.835,9	(22,2)	1.426,7	1.711,1	(16,6)	721,2	654,9	10,1
Receita Líquida	8.253,3	9.455,1	(12,7)	4.751,5	5.185,9	(8,4)	1.842,0	2.363,5	(22,1)	1.017,4	1.319,7	(22,9)	642,4	585,9	9,6
CMV	(2.945,6)	(3.324,4)	(11,4)	(1.915,1)	(2.047,0)	(6,4)	(744,6)	(946,2)	(21,3)	(223,2)	(279,0)	(20,0)	(62,8)	(52,1)	20,5
Lucro Bruto	5.307,7	6.130,7	(13,4)	2.836,5	3.138,9	(9,6)	1.097,4	1.417,3	(22,6)	794,2	1.040,7	(23,7)	579,6	533,8	8,6
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(3.849,2)	(4.255,0)	(9,5)	(1.992,2)	(2.089,9)	(4,7)	(848,5)	(1.068,9)	(20,6)	(668,1)	(799,1)	(16,4)	(340,4)	(297,1)	14,6
Despesas Adm., P&D, TI e Projetos	(1.423,4)	(1.506,6)	(5,5)	(672,4)	(642,6)	4,6	(346,2)	(470,0)	(26,3)	(230,7)	(234,9)	(1,8)	(175,0)	(154,9)	13,0
Despesas Corporativas <sup>d</sup>	(109,9)	(110,9)	(0,9)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outras Receitas/(Despesas) Operacionais, Líquidas	21,4	8,7	145,8	37,0	10,6	250,3	(0,0)	(0,1)	(35,1)	(8,1)	(3,1)	156,8	1,7	1,5	15,9
Custos de Transformação/ Integração	(80,1)	(134,1)	(40,3)	(35,2)	(55,9)	(37,0)	(40,3)	(75,1)	(46,3)	-	-	-	-	-	-
Depreciação	649,3	696,4	(6,8)	219,6	213,3	2,9	178,4	219,0	(18,5)	177,4	190,7	(6,9)	73,8	73,2	0,8
EBITDA	515,7	829,1	(37,8)	393,3	574,4	(31,5)	40,8	22,3	83,0	64,7	194,2	(66,7)	139,7	156,5	(10,7)
Depreciação	(649,3)	(696,4)	(6,8)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Receitas/(Despesas) Financeiras, Líquidas	(386,6)	(227,9)	69,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lucro antes do IR/CSLL	(520,1)	(95,2)	446,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Imposto de Renda e Contribuição Social	(82,5)	(90,1)	(8,4)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Operações descontinuadas <sup>e</sup>	(39,6)	28,7	(237,7)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lucro Líquido Consolidado	(642,2)	(156,6)	310,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Participação dos Acionistas Não Controladores	(0,9)	1,4	(166,4)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lucro líquido atribuído aos acionistas controladores	(643,1)	(155,2)	314,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Margem Bruta	64,3%	64,8%	-50 pbs	59,7%	60,5%	-80 pbs	59,6%	60,0%	-40 pbs	78,1%	78,9%	-80 pbs	90,2%	91,1%	-90 pbs
Desp. com Vendas, Marketing e Logística/Receita Líquida	46,6%	45,0%	160 pbs	41,9%	40,3%	160 pbs	46,1%	45,2%	90 pbs	65,7%	60,6%	510 pbs	53,0%	50,7%	230 pbs
Desp. Adm., P&D, TI e Projetos/Receita Líquida	17,2%	15,9%	130 pbs	14,2%	12,4%	180 pbs	18,8%	19,9%	-110 pbs	22,7%	17,8%	490 pbs	27,2%	26,4%	80 pbs
Margem EBITDA	6,2%	8,8%	-260 pbs	8,3%	11,1%	-280 pbs	2,2%	0,9%	130 pbs	6,4%	14,7%	-830 pbs	21,7%	26,7%	-500 pbs
Margem Líquida	(7,8)%	(1,7)%	-610 pbs	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

<sup>a</sup> Resultado consolidado inclui Natura &Co Latam, Avon Internacional, The Body Shop e Aesop, bem como subsidiárias da Natura nos EUA, França e Holanda

<sup>b</sup> Natura &Co Latam: inclui Natura, Avon, TBS Brasil e Latam Hispânica e Aesop Brasil

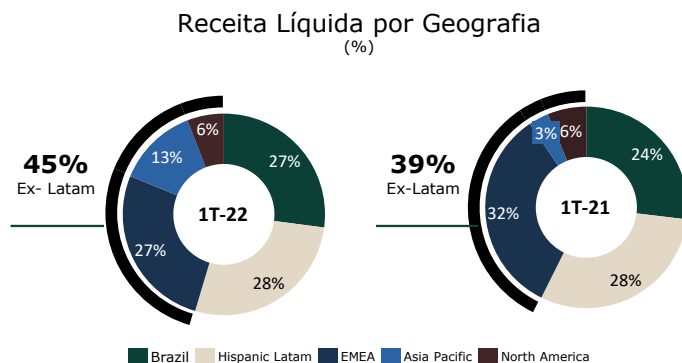
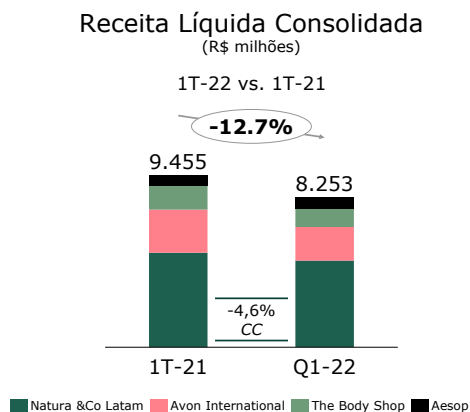
<sup>c</sup> Inclui efeito da Alocação de Preço de Compra (PPA)

<sup>d</sup> Despesas relacionadas à gestão e integração do grupo Natura &Co

<sup>e</sup> Relacionadas à separação de negócios na Avon da América do Norte

## Receita Líquida Consolidada

- A receita líquida consolidada do 1T22 apresentou queda de -12,7% em reais (-4,6% em CC), refletindo um cenário cada vez mais desafiador em nossos mercados e uma base de comparação forte, já que o 1T21 cresceu 25,8% em reais (+8,1% no CC)



- Com operações em mais de 100 países, 45% da receita líquida do 1T22 veio de fora da América Latina. A receita das moedas do mercado G12 em CC totalizou 22,2% no 1T22 vs 22,1% no 1T21 (as moedas do mercado G12 são: GBP, EUR, USD, AUD, YEN, CAD, SEK e CHF).
- Comparado ao período pré-pandemia, superamos significativamente o desempenho médio do mercado de CFT, com crescimento de 11,9% no 1T22 vs. 1T19 em moeda reportada. Em comparação a 2020, registramos um crescimento de 9,8%, em linha com o mercado de CFT. O desempenho inferior no 1T22 vs 1T21 está ligado à nossa maior exposição à América Latina e Europa, sendo que a maioria dos nossos pares globais está mais exposta à Ásia e América do Norte.

## Margem Bruta

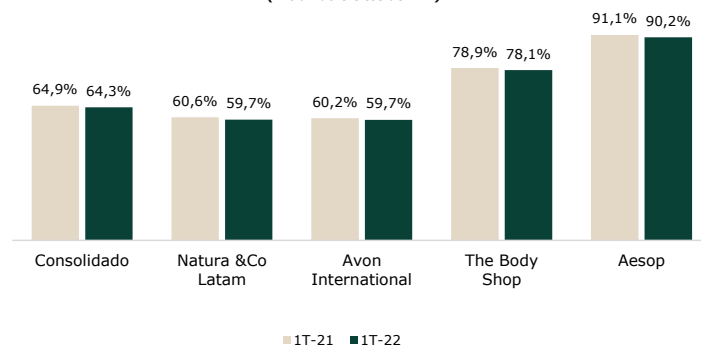
- A margem bruta consolidado do 1T22 foi de 64,3%, -50 pbs vs. 1T21.
- Excluindo os efeitos do PPA nos custos dos produtos vendidos (CPV) a margem bruta atingiu 64,3% no 1T22, -60 pbs vs. 1T21
- A margem bruta foi impactada pelo aumento dos preços de commodities e fretes, bem como efeitos cambiais desfavoráveis em todos os mercados, que foram parcialmente compensados por sinergias e gerenciamento da receita. Como exemplo, os preços das commodities de janeiro de 2022 vs. janeiro de 2021 para óleo de palma e celulose aumentaram 60% e 33%, respectivamente, enquanto os custos de frete aumentaram 136%. A guerra na Ucrânia também impactou negativamente a margem bruta do Grupo, com maior efeito na Avon Internacional.
- O CPV de Natura &Co é composto por materiais diretos (insumos, embalagens, fabricação terceirizada, etc.) que representam dois terços do seu total, além de manufatura e logística. Os materiais diretos consistem em bens processados de valor agregado adquiridos em contratos com mecanismos de proteção de preços, levando a uma estabilidade de preços no curto prazo e exposição limitada às commodities. Além disso, as compras são diversificadas por meio de mais de 2,6 mil fornecedores.

## 1T22: excluindo efeitos de PPA em Natura &Co Latam e Avon Internacional

R\$ milhões	Consolidado			Natura &Co Latam			Avon Internacional			The Body Shop			Aesop		
	1T-22	1T-21	Var. %	1T-22	1T-21	Var. %	1T-22	1T-21	Ch. %	1T-22	1T-21	Var. %	1T-22	1T-21	Var. %
Receita Líquida	8.253,3	9.455,1	(12,7)	4.751,5	5.185,9	(8,4)	1.842,0	2.363,5	(22,1)	1.017,4	1.319,7	(22,9)	642,4	585,9	9,6
CMV	(2.945,6)	(3.324,4)	(11,4)	(1.915,1)	(2.047,0)	(6,4)	(744,6)	(946,2)	(21,3)	(223,2)	(279,0)	(20,0)	(62,8)	(52,1)	20,5
Lucro Bruto	5.307,7	6.130,7	(13,4)	2.836,5	3.138,9	(9,6)	1.097,4	1.417,3	(22,6)	794,2	1.040,7	(23,7)	579,6	533,8	8,6
Margem Bruta	64,3%	64,8%	-50 pbs	59,7%	60,5%	-80 pbs	59,6%	60,0%	-40 pbs	78,1%	78,9%	-80 pbs	90,2%	91,1%	-90 pbs
Efeito do PPA no CMV	(2,0)	(9,3)	(77,9)	(0,7)	(3,5)	(80,5)	(1,4)	(5,7)	(76,3)	-	-	-	-	-	-
Lucro Bruto ex-PPA	5.309,7	6.139,9	(13,5)	2.837,2	3.142,5	(9,7)	1.098,8	1.423,0	(22,8)	794,2	1.040,7	(23,7)	579,6	533,8	8,6
Margem Bruta ex-PPA	64,3%	64,9%	-60 pbs	59,7%	60,6%	-90 pbs	59,7%	60,2%	-50 pbs	78,1%	78,9%	-80 pbs	90,2%	91,1%	-90 pbs

- **Natura &Co Latam:** A margem bruta do 1T22, excluindo os efeitos do PPA, foi de 59,7% (-90 pbs), impactada pela pressão da inflação de matérias-primas e efeitos cambiais desfavoráveis no Brasil, parcialmente compensados pela gestão de receita e sinergias
- **Avon Internacional:** A margem bruta do 1T22, excluindo os efeitos do PPA, foi de 59,7% (-50 pbs) devido aos maiores custos da cadeia de suprimentos, aos impactos da guerra entre Rússia e Ucrânia e efeitos de câmbio desfavoráveis, que foram parcialmente compensados pelo gerenciamento de receita. Estimamos um impacto negativo de 120 pbs na margem bruta da Avon Internacional, decorrente da guerra
- **The Body Shop:** A margem bruta do 1T22 ficou em 78,1% (-80 pbs), devido principalmente ao reequilíbrio dos canais após os lockdowns do Covid-19 e à pressão inflação de matérias-primas
- **Aesop:** A margem bruta do 1T22 foi de 90,2% (-90 pbs) reflexo principalmente das mudanças no mix de produtos e canais

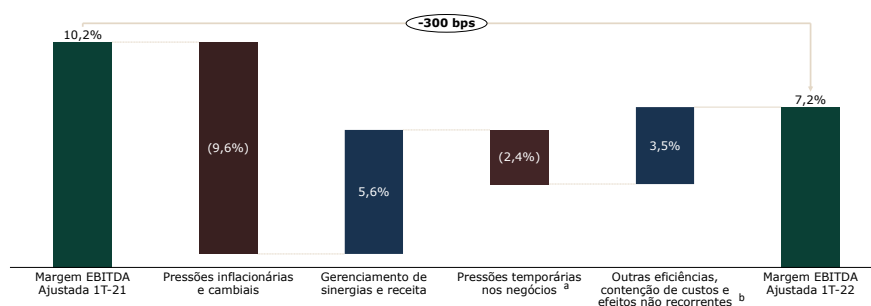
### Margem bruta ajustada (Excluindo efeitos de PPA)



## EBITDA Consolidado

- O EBITDA Ajustado do 1T foi de R\$ 595,9 milhões, com margem ajustada de 7,2% (-300 pbs)
- A margem do 1T refletiu vários impactos relacionados a um cenário operacional desafiador:
  - 960 pbs de pressão inflacionária e cambial, parcialmente compensados por 560 pbs de sinergias e gestão de receitas
  - Outras pressões temporárias de negócios, notadamente a desalavancagem de vendas, reduziram a margem em -240 pbs
  - Outras eficiências, contenção de custos e efeitos não recorrentes de +350 pbs

### Efeitos de um ambiente operacional desafiador na Margem EBITDA Ajustada



(a) Pressões temporárias nos negócios: desalavancagem de vendas e provisões comerciais

(b) Outras eficiências, contenção de custos e efeitos pontuais: principalmente contenção de custos e provisão de incentivo de curto-prazo/longo-prazo

## 1T22: EBITDA Ajustado

R\$ milhões	EBITDA Consolidado			Natura &Co Latam			Avon Internacional			The Body Shop			Aesop		
	1T-22	1T-21	Var. %	1T-22	1T-21	Var. %	1T-22	1T-21	Ch. %	1T-22	1T-21	Var. %	1T-22	1T-21	Var. %
EBITDA Consolidado	515,7	829,1	(37,8)	393,3	574,4	(31,5)	40,8	22,3	83,0	64,7	194,2	(66,7)	139,7	156,5	(10,7)
Custos de Transformação/Integração (1)	80,1	134,1	(40,3)	35,2	55,9	(37,0)	40,3	75,1	(46,3)	-	-	-	-	-	-
(i) Custos de Transformação	40,6	75,6	(46,3)	-	-	-	40,3	75,1	(46,3)	-	-	-	-	-	-
(ii) Custos de integração	39,5	58,6	(32,6)	35,2	55,9	(37,0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
EBITDA Ajustado	595,9	963,2	(38,1)	428,5	630,3	(32,0)	81,1	97,4	(16,7)	64,7	194,2	(66,7)	139,7	156,5	(10,7)
Margem EBITDA Ajustada	7,2%	10,2%	-300 pbs	9,0%	12,2%	-320 pbs	4,4%	4,1%	30 pbs	6,4%	14,7%	-830 pbs	21,7%	26,7%	-500 pbs

1. Custos de Transformação e Custos para Captura de Sinergias ("CTA") de R\$ 80,1 milhões no 1T22 incluem:
  - I. Custos de transformação no 1T22 de R\$ 40,6 milhões, sendo R\$ 40,3 milhões na Avon International e R\$ 0,3 milhão no consolidado.
  - II. Custos de integração (CTA) no 1T22 de R\$ 39,5 milhões, sendo R\$ 35,2 milhões em Natura &Co Latam e R\$ 4,3 milhões no consolidado.

## Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas

- Excluindo os efeitos do PPA, as despesas consolidadas de **Vendas, Marketing e Logística** atingiram 45,8% da receita líquida (+160 pbs vs. 1T21)
- Excluindo os efeitos do PPA, as despesas **Administrativas, P&D, TI e Projetos** consolidadas atingiram 16,4% da receita líquida (+130 pbs vs 1T21)
- Excluindo os efeitos do PPA, as despesas de SG&A (ambas as linhas acima combinadas) diminuíram em termos nominais 8,5% no 1T22 em comparação com o 1T21, principalmente impulsionadas pela disciplina financeira em todos os negócios para melhorar a eficiência e simplificar o modelo operacional da Avon International, incluindo:
  - i) Redução e padronização dos ciclos de campanha
  - ii) Alocação de recursos otimizada com os principais mercados servindo como hubs, e
  - iii) Redução estratégica de 20% dos SKUs

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

No entanto, como porcentagem da receita líquida, as despesas com vendas, gerais e administrativas aumentaram 290 pbs, devido principalmente à desalavancagem das vendas em Natura &Co Latam e na The Body Shop.

### 1T22: Excluindo efeitos de PPA da Natura &Co Latam e Avon International

Despesas (R\$ milhões)	Consolidado			Natura &Co Latam			Avon International			The Body Shop			Aesop		
	1T-22	1T-21	Var. %	1T-22	1T-21	Var. %	1T-22	1T-21	Ch. %	1T-22	1T-21	Var. %	1T-22	1T-21	Var. %
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(3.849,2)	(4.255,0)	(9,5)	(1.992,2)	(2.089,9)	(4,7)	(848,5)	(1.068,9)	(20,6)	(668,1)	(799,1)	(16,4)	(340,4)	(297,1)	14,6
Despesas administrativas, P&D, TI e projetos	(1.423,4)	(1.506,6)	(5,5)	(672,4)	(642,6)	4,6	(346,2)	(470,0)	(26,3)	(230,7)	(234,9)	(1,8)	(175,0)	(154,9)	13,0
<b>Despesas com Vendas, Gerais e Adm.</b>	<b>(5.272,6)</b>	<b>(5.761,6)</b>	<b>(8,5)</b>	<b>(2.664,6)</b>	<b>(2.732,5)</b>	<b>(2,5)</b>	<b>(1.194,6)</b>	<b>(1.538,9)</b>	<b>(22,4)</b>	<b>(898,8)</b>	<b>(1.034,0)</b>	<b>(13,1)</b>	<b>(515,4)</b>	<b>(452,0)</b>	<b>14,0</b>
<i>Desp. com Vendas, Marketing e Logística (% da receita líquida)</i>	46,6%	45,0%	160 pbs	41,9%	40,3%	160 pbs	46,1%	45,2%	90 pbs	65,7%	60,6%	510 pbs	53,0%	50,7%	230 pbs
<i>Desp. adm., P&amp;D, TI e projetos (% da receita líquida)</i>	17,2%	15,9%	130 pbs	14,2%	12,4%	180 pbs	18,8%	19,9%	-110 pbs	22,7%	17,8%	490 pbs	27,2%	26,4%	80 pbs
<b>Despesas com Vendas, Gerais e Adm. ex-PPA</b>	<b>(5.137,0)</b>	<b>(5.613,5)</b>	<b>(8,5)</b>	<b>(2.629,9)</b>	<b>(2.704,1)</b>	<b>(2,7)</b>	<b>(1.093,7)</b>	<b>(1.419,1)</b>	<b>(22,9)</b>	<b>(898,8)</b>	<b>(1.034,0)</b>	<b>(13,1)</b>	<b>(515,4)</b>	<b>(452,0)</b>	<b>14,0</b>
<i>Desp. com Vendas, Marketing e Logística ex-PPA (% da receita líquida)</i>	45,8%	44,2%	160 pbs	41,3%	39,7%	160 pbs	44,2%	43,5%	70 pbs	65,7%	60,6%	510 pbs	53,0%	50,7%	230 pbs
<i>Desp. adm., P&amp;D, TI e projetos ex-PPA (% da receita líquida)</i>	16,4%	15,1%	130 pbs	14,1%	12,5%	160 pbs	15,2%	16,5%	-130 pbs	22,7%	17,8%	490 pbs	27,2%	26,4%	80 pbs

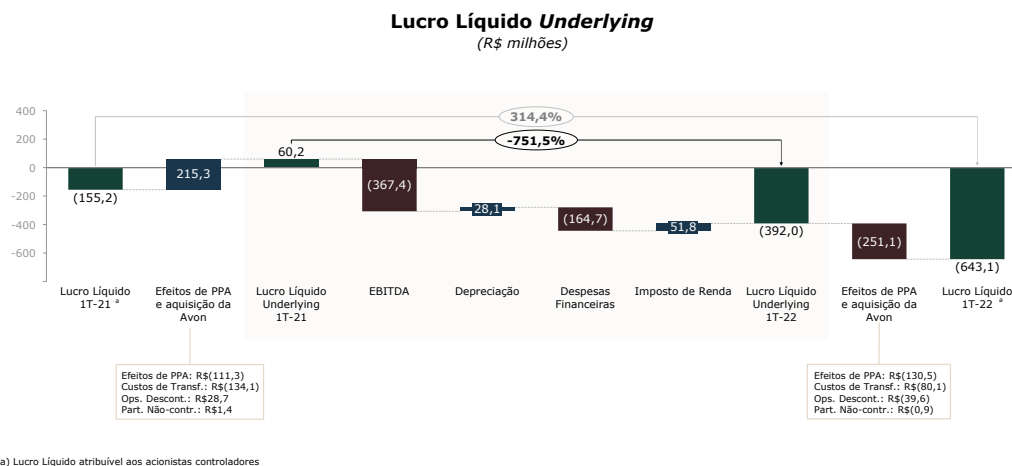
## Receitas e Despesas Financeiras

- As despesas financeiras líquidas foram de R\$386,6 milhões no 1T22, um aumento de +69,6% vs. 1T21, devido a:
  - i) Item 1.5 - Maiores despesas com operações de *swap* e *forward*, devido ao maior valor nocional de nossos *bonds* que incluem a recente emissão vinculada à sustentabilidade com vencimento em 2028
  - ii) Item 3.3 - Maiores perdas com variação cambial, relacionadas à conversão cambial nas exportações e importações nos diversos mercados do grupo, além de perdas com aumento da inflação na Argentina neste trimestre
- Os efeitos acima foram parcialmente compensados pela redução de despesas financeiras (item 1.1) devido ao aprimoramento do perfil de dívida do Grupo, com menores taxas de juros, além do aumento nas receitas financeiras (item 1.2) em função do aumento do índice CDI no Brasil.

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

R\$ milhões	1T-22	1T-21	Var. %
<b>1. Financiamento, Investimentos de Curto Prazo e Ganhos / Perdas em Derivativos</b>	<b>(163,6)</b>	<b>(130,2)</b>	<b>25,7</b>
1.1 Despesas Financeiras	(140,0)	(169,2)	(17,3)
1.2 Receitas Financeiras	86,2	45,5	89,5
1.3 Variações Monetárias e Cambiais, Líquidas	871,9	(408,9)	(313,2)
1.4 Variações de Transações de Swap e Forward, Líquidas	(875,9)	395,8	(321,3)
1.5 Receitas/Despesas com Transações de Swap e Forward	(105,8)	6,6	(1.703,0)
<b>2. Contingências judiciais</b>	<b>(11,1)</b>	<b>(10,1)</b>	<b>9,9</b>
<b>3. Outras receitas e despesas financeiras</b>	<b>(211,9)</b>	<b>(87,6)</b>	<b>141,9</b>
3.1 Despesas de Juros com Leasing	(47,8)	(54,6)	(12,5)
3.2 Outras	(23,2)	(55,3)	(58,0)
3.3 Outros Ganhos (Perdas) relativas a variações em taxas de câmbio	(140,9)	22,3	(731,8)
<b>Receitas e Despesas Financeiras, Líquidas</b>	<b>(386,6)</b>	<b>(227,9)</b>	<b>69,6</b>

## Lucro Líquido Underlying (UNI) e Lucro Líquido



O Lucro Líquido Underlying (Prejuízo) do 1T22 foi de (R\$392,0) milhões, vs. R\$ 60,2 milhões no 1T21, antes dos efeitos do PPA de dos efeitos relacionados à aquisição da Avon de (R\$251,1) milhões, que incluem:

- Efeitos de PPA de (R\$130,5) milhões
- Custos de transformação/integração de (R\$ 80,1) milhões
- Operações descontinuadas de (R\$ 39,6) milhões, e
- Outros efeitos de (R\$0,9) milhão

O lucro (prejuízo) líquido reportado no 1T22 foi de (R\$643,1 milhões), comparado a (R\$155,2) milhões no 1T21, devido principalmente ao menor EBITDA e ao aumento das despesas financeiras.

## Fluxo de Caixa Livre e Posição de Caixa

Em um esforço para aumentar a transparência, desde o 4T21 nós alinhamos nossa metodologia de fluxo de caixa livre para melhor conciliar com nossas demonstrações financeiras. As principais diferenças referem-se à alocação das variações cambiais e despesas financeiras. Para mais detalhes, consulte nossa seção do apêndice.

No 1T22, o consumo de fluxo de caixa livre de R\$ 2,2 bilhões comparado a R\$1,4 bilhão no 1T21 foi relacionado principalmente a:

- Redução do caixa das operações devido ao menor lucro líquido ajustado
- Variação cambial negativa em função da conversão dos saldos de caixa em moedas estrangeiras, em decorrência da valorização do Real neste trimestre

O resultado acima foi parcialmente compensado pelo menor investimento em capital de giro em relação ao 1T21, devido principalmente a uma redução significativa nos níveis de estoque e menor despesa de juros sobre a dívida, resultante das ações de gestão de passivos, mesmo com o aumento da taxa CDI no Brasil.

A administração está altamente focada na otimização da conversão de caixa no curto e médio prazos. Em capital de giro, abordaremos as principais alavancas nos próximos trimestres, além de simplificar nossa estrutura de portfólio e planejar a entrega de mais economias no médio prazo. Outras prioridades incluem a otimização do Capex e *cash taxes*, conforme demonstrado na tabela abaixo.

R\$ milhões	1T-22	1T-21	Var. %
Lucro (Prejuízo) Líquido	(642,2)	(156,6)	310,2
Depreciação e Amortização	649,3	696,4	(6,8)
Ajustes Não-Caixa ao Lucro Líquido	326,3	484,4	(32,7)
Lucro Líquido Ajustado	333,4	1.024,2	(67,5)
Redução / (Aumento) no Capital de Giro	(1.073,7)	(1.645,6)	(34,8)
Estoque	40,8	(599,5)	(106,8)
Contas a Receber	338,3	312,4	8,3
Contas a Pagar	(579,7)	(445,1)	30,2
Outros Ativos e Passivos	(873,1)	(913,4)	(4,4)
Caixa das Operações	(740,3)	(621,4)	19,1
Imposto de Renda e Contribuição Social	(150,3)	(177,1)	(15,2)
Juros da dívida	(211,7)	(324,8)	(34,8)
Pagamentos de lease	(324,2)	(352,3)	(7,9)
Outras atividades operacionais	(39,2)	(36,7)	6,8
Capex	(309,5)	(332,6)	(6,9)
Venda de Ativos	0,6	39,8	(98,5)
Variação da taxa de câmbio	(435,6)	365,9	(219,1)
Fluxo de Caixa Livre	(2.210,3)	(1.439,2)	53,6
Outras atividades de investimento e financiamento	1.241,6	(56,2)	(2.310,8)
Variação do Saldo de Caixa	(968,7)	(1.495,3)	(35,2)



## Índices de endividamento tanto em Natura &Co Holding quanto na Natura Cosméticos

- A relação dívida líquida/EBITDA consolidada de Natura &Co Holding, incluindo os efeitos do IFRS16, foi de 2,13x no 1T22 vs. 1,18x no 1T21 e 1,52x no 4T21. (Excluindo IFRS-16: 3,06x no 1T21 vs. 1,66x no 1T21 e 2,19x no 4T21.). O índice de endividamento reflete maior consumo de caixa no 1T22 e menor EBITDA.
- A relação dívida líquida/EBITDA da Natura Cosméticos, incluindo os efeitos do IFRS16, foi de 1,38x no 1T22 vs. 0,82x no 1T21 e 0,90x no T421. (Excluindo IFRS-16: 1,84x 1T22 vs. 1,08x no 1T21 e 1,21x no 4T21).

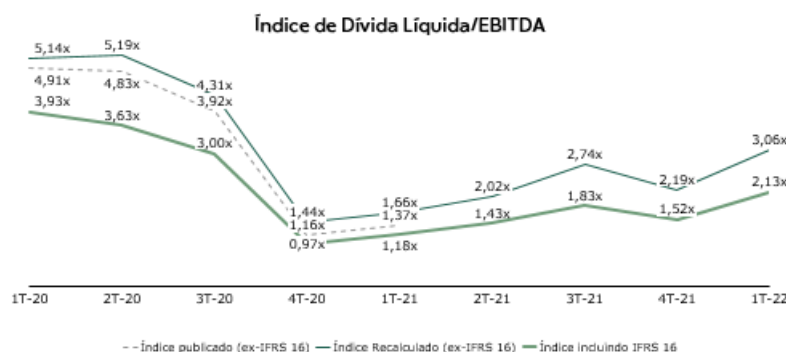
R\$ milhões	Natura Cosméticos S.A.		Natura &Co Holding S.A.	
	1T-22	1T-21	1T-22	1T-21
Curto-Prazo	772,5	2.481,4	3.863,5	3.234,5
Longo-Prazo	6.678,7	6.460,9	7.692,4	10.301,9
Dívida Bruta <sup>a</sup>	7.451,2	8.942,3	11.556,0	13.536,4
Instrumentos de Proteção Cambial (Swaps) <sup>b</sup>	628,8	(2.006,3)	627,6	(2.006,3)
Total Dívida Bruta	8.080,0	6.936,0	12.183,6	11.530,1
(-) Caixa, Equivalentes de Caixa e Aplicações Financeiras <sup>c</sup>	(3.220,2)	(3.818,4)	(4.536,7)	(6.576,4)
(=) Dívida Líquida	4.859,8	3.117,6	7.646,9	4.953,8
<b>Índice de endividamento excluindo IFRS 16</b>				
Dívida Líquida/EBITDA	1,84x	1,08x	3,06x	1,66x
Dívida Total/EBITDA	3,06x	2,40x	4,88x	3,87x
<b>Índice de endividamento incluindo IFRS 16</b>				
Dívida Líquida/EBITDA	1,38x	0,82x	2,13x	1,18x
Dívida Total/EBITDA	2,30x	1,82x	3,39x	2,75x

<sup>a</sup> Dívida bruta exclui impactos do PPA de R\$311,0 milhões no 1T-22 e R\$474,5 milhões no 1T-21, e exclui arrendamento mercantil

<sup>b</sup> Instrumentos de proteção de câmbio, excluindo efeitos de marcação a mercado

<sup>c</sup> Índices reapresentados

Os índices de endividamento excluindo os efeitos do IFRS 16 em 2020 e 1T21 para Natura &Co Holding foram atualizados a partir do 2T21. Isso não tem impacto nos índices da Natura Cosméticos ou nos índices reportados (que incluem os efeitos do IFRS 16). O gráfico abaixo demonstra a trajetória da desalavancagem com a diferença entre os índices atualizados e os divulgados em períodos anteriores.



## Emissão de novos títulos e gestão de passivos

Natura &Co Luxemburgo concluiu em 13 de abril uma emissão de *bond* no valor de US\$ 600 milhões, com cupom de 6,000% com vencimento em 2029, garantido por Natura &Co Holding S.A. e Natura Cosméticos S.A., em linha com o plano de gestão de passivos do Grupo para melhorar sua estrutura de capital.

## 2. Desempenho por segmento

### NATURA &Co Latam

Natura &Co Latam	Variação (%) Receita Líquida		Variação (%) KPI Operacional
	1T-22 vs. 1T-21		1T-22 vs. 1T-21
	Reportado (R\$)	Moeda Constante	Consultoras / Representantes <sup>b</sup>
Natura Latam <sup>a</sup>	-1,9%	5,3%	-3,0%
Natura Brazil	3,1%	3,2%	-7,5%
Natura Hispanic	-8,7%	8,0%	3,2%
Avon Latam	-16,3%	-11,1%	-15,1%
Avon Brazil	-17,0%	-17,0%	-13,7%
Avon Hispanic	-16,0%	-7,9%	-16,4%

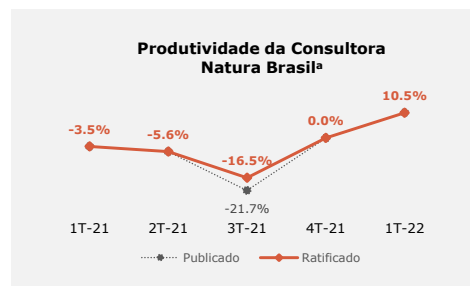
<sup>a</sup> Natura Latam inclui Natura, Avon, TBS Brasil e América Hispânica e Aesop Brasil

<sup>b</sup> Considera a Média de Consultoras / Representantes disponíveis no trimestre

### MARCA NATURA NA AMÉRICA LATINA

#### Marca Natura no Brasil

- Liderança de mercado mantida no Brasil em 2021, segundo a Euromonitor; apesar da queda de 0,4pp, ainda continuamos 0,6pp acima de 2019
- Ganhos significativos de *market-share* no trimestre, de acordo com a Kantar
- O trimestre apresentou uma mudança contínua no comportamento do consumidor em favor de produtos mais acessíveis nas categorias de beleza (*trade-down*), bem como uma mudança para categorias de cuidados pessoais principalmente nos canais de varejo de massa
- O crescimento da receita foi impulsionado pela produtividade das consultoras que aumentou +10,5% em relação ao 1T21, e cresceu sequencialmente. O crescimento também foi sustentado por fragrâncias, sabonetes e cuidados com o corpo, compensando a redução em volume



- A base média de consultoras disponíveis atingiu 1,09 milhão no 1T, -7,5% vs. 1T21, que havia se beneficiado de um aumento de 14% vs 1T20.
- O índice de lealdade das consultoras manteve o nível máximo alcançado no 2T21, atestando nossa forte proposta de valor
- Ressaltando nossa inovação voltada para a sustentabilidade, a Natura lançou refis para a linha Essencial, a maior marca de fragrâncias do Brasil. A Natura foi pioneira em refil no mercado CFT brasileiro ao lançar refis da marca Ekos em 1984. O refil de Essencial é feito com 45% de vidro reciclado e tampa de plástico 100% reciclada pós-consumo, resultando em 35% menos resíduos e 56% de redução em emissões de carbono, em comparação com frascos padrão

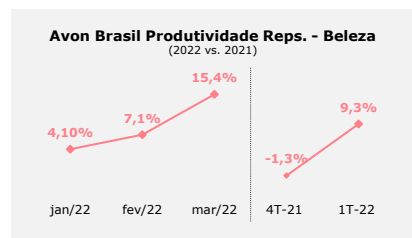
#### Marca Natura na América Hispânica

- No 1T22, a receita líquida foi de -8,7% em reais (+7,9% em CC), suportada pelo crescimento na Argentina e Colômbia
- Canais de varejo e on-line tiveram um crescimento significativo no primeiro trimestre de 2022
- A base média de consultoras disponíveis atingiu 0,88 milhão no 1T (+3,9% vs. 1T21), com maior produtividade

### MARCA AVON NA AMÉRICA LATINA

#### Marca Avon no Brasil

- Receita líquida do 1º trimestre foi impactada por menor volume e parcialmente compensada por preço e mix
- A atividade melhorou sequencialmente no primeiro trimestre, contribuindo com um aumento de +1,8% no número de representantes disponíveis no final do trimestre em comparação ao final do 4T21
- Medidas adotadas desde outubro resultaram em melhorias nos KPIs, incluindo aumento de produtividade na categoria beleza no primeiro trimestre, melhorando mês a mês e atingindo crescimento de dois dígitos em março
- Produtividade das categorias de Beleza e Moda & Casa combinadas foi positiva em março



## Marca Avon na América Hispânica

- O Equador continua apresentando melhorias nos níveis de produtividade e atividade em quase todas as campanhas no primeiro trimestre
- A América Central continua a mostrar aumento sequencial na atividade e maior recrutamento
- A produtividade nos mercados hispânicos cresceu no trimestre e foi maior no mês de março

## AVON INTERNATIONAL

Avon International	Variação (%) Receita Líquida		Variação (%) KPI Operacional
	1T-22 vs. 1T-21		1T-22 vs. 1T-21
	Reportado (R\$)	Moeda Constante	Representantes
Avon International	-22,1%	-10,1%	-11,0%



- Crescimento de um dígito alto na produtividade em relação ao 1T21, sustentado pelo novo modelo comercial, já implementado em 14 mercados
  - O índice de satisfação das representantes continua com tendência positiva em relação ao ano anterior devido ao novo modelo comercial e recordes nos níveis de serviço
  - Os produtos cult/hero e os principais lançamentos (Protinol, Legendary Lengths e Attraction) registraram o maior crescimento enquanto a categoria de kits de presentes continuou a crescer sequencialmente.
  - A adoção do social selling aumentou sequencialmente para 16% vs. 15% no 4T21, graças ao relançamento da Avon On e às novas representantes que são mais familiarizadas com ferramentas digitais
- A receita líquida da marca Avon (Avon International + Latam) foi de -10,6% no 1T22 vs 1T21

## THE BODY SHOP

The Body Shop	Variação (%) Receita Líquida		KPIs Operacionais				
	1T-22 vs. 1T-21		1T-22	4T-21	1T-21	Variação vs. 4T-21	Variação vs. 1T-21
	Reportado (R\$)	Moeda Constante					
The Body Shop (Total)	-22,9%	-16,0%	2.497	2.545	2.576	(48)	(79)
Próprias			1.001	997	1.019	4	(18)
Franquias			1.496	1.548	1.557	(52)	(61)



- As lojas representaram mais de metade das vendas, retornando aos seus níveis pré-Covid, e são 26 pp maiores que no 1T21 quando vários mercados estavam em *lockdown*. Vendas de e-commerce e At-Home estão atualmente 1,3x acima dos níveis pré-pandemia.
  - No 1T22, a receita das lojas cresceu +62,4% em CC em relação ao 1T21, impulsionada pela melhora nos dias de negociação nas lojas e pela recuperação do tráfego em muitos mercados. O mercado que mais contribuiu para o aumento nas vendas das lojas foi o Reino Unido, uma vez que a maioria de suas lojas permaneceu fechada no 1T21
  - Os canais continuaram apresentando rebalanceamento no trimestre, e a reabertura do varejo resultou na desaceleração do e-commerce e do *The Body Shop At Home*
  - Lançamento da nova linha de bem-estar em fevereiro, dando continuidade à estratégia de rejuvenescimento de produtos
- A implementação do novo conceito de lojas em todo o portfólio existente foi retomada, atingindo 156 lojas no 1T (lojas próprias e franquias).
  - Foram implementadas estações de refis em 552 lojas (próprias e franquias).

## AESOP

Aesop	Variação (%) Receita Líquida		KPIs Operacionais				
	1T-22 vs. 1T-21		1T-22	4T-21	1T-21	Variação vs. 4T-21	Variação vs. 1T-21
	Reportado (R\$)	Moeda Constante					
Aesop (Total)	9,6%	21,3%	368	367	342	1	26
Exclusivas			270	269	250	1	20
Departamento			98	98	92	0	6



- O 1T22 apresentou crescimento de dois dígitos em relação ao 1T21 em todos os mercados, impulsionados por novas lojas (+26), e também pelo desempenho de lojas exclusivas (+38% em CC) e por lojas de departamento (+20% em CC)
- A América do Norte teve um bom desempenho em todos os canais
- A Ásia teve um desempenho superior, apesar dos impactos dos *lockdowns* impostos pela Covid-19, principalmente na China. O Japão cresceu +19% em CC vs. 1T21
- A proposta para cuidados com a pele foi elevada pelo lançamento bem-sucedido do *Exalted Eye Serum*, e a categoria de fragrâncias continua a ter um desempenho forte com o lançamento de experiências de fragrâncias exclusivas em lojas selecionadas
- Os planos de entrada na China estão em andamento, incluindo investimentos em plataformas digitais
- As vendas on-line da Aesop representaram 23,5% da receita líquida, queda de 6,2 pp em relação ao 1T21, impulsionadas principalmente pelo reequilíbrio dos canais pós restrições da Covid-19

### 3. Desempenho *Socioambiental*

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

A Natura &Co fez um chamado pelo fim da violência na Ucrânia e mantém-se firme no apoio a todos os impactados. Continuamos apoiando nossas pessoas in loco, bem como todos os afetados pela devastação que estamos testemunhando. Uma ajuda significativa só pode ser alcançada por meio de um esforço global, e é por isso que estamos fazendo doações, além de construir uma rede de apoio com nossos parceiros, franqueados, clientes e organizações de caridade ao redor do mundo. Todas as marcas de Natura &Co - Avon, Natura, The Body Shop e Aesop - estão apoiando iniciativas de socorro. Coletivamente, doamos e ajudamos a arrecadar mais de US\$ 1 milhão para ajudar as pessoas da Ucrânia, incluindo refugiados em países vizinhos como Polônia, Hungria e Romênia.

Ajudamos nas evacuações de Kiev e prestamos assistência psicológica aos refugiados. Muitos dos nossos Associados abriram as suas casas para receber os seus colegas e suas famílias, enquanto outros estão ajudando a obter bens essenciais além das fronteiras. Também continuamos a trabalhar com organizações de ajuda humanitária, como Cruz Vermelha, Médicos Sem Fronteiras, Save the Children International, Comitê Internacional de Resgate, ACNUR e Children on the Edge, doando fundos e produtos.

Em março de 2022, Natura &Co divulgou seu Relatório Anual mais abrangente até hoje, cujo tema focou no poder e na beleza do coletivo. Cada unidade de negócios acompanhou seu progresso nos últimos 12 meses, por meio de 31 metas, definidas em três pilares que formam a base de nossa Visão de Sustentabilidade, o Compromisso com a Vida. No total, acompanhamos 88 métricas e dados adicionais de sustentabilidade enriquecem o relatório e fornecem o nível mais abrangente de transparência e responsabilidade sobre o desempenho ambiental e social que alcançamos até o momento para as quatro Unidades de Negócios.

#### Para enfrentar a crise climática e proteger a Amazônia

• **Amazônia:** No 1º trimestre de 2022, o PlenaMata (DETER/INPE), que acompanha o desmatamento na Amazônia em tempo real, detectou 0,09 milhão de hectares desmatados, um aumento de 63% em relação ao ano passado, mensurando aproximadamente 53 milhões de árvores derrubadas no Floresta amazônica brasileira. Desde 2010, a Natura investiu mais de R\$ 2,6 bilhões na região e estabeleceu relacionamento com mais de 8.155 famílias, já superando nossa meta para 2030. Hoje, como Grupo, abastecemos 64 comunidades baseadas no comércio ético, em 17 países

• **Net Zero** Após definir a linha de base para nossas emissões de carbono no 4T21, alinhamos nossa estratégia de redução ao cenário de 1,5°C e submetemos uma meta de redução absoluta para os escopos 1, 2 e 3 ao SBTi (Science Based Targets Initiative). Também incluímos uma meta de redução de carbono como um de nossos KPIs de incentivo de longo prazo (LTI) para nossos executivos, pela primeira vez. Essa iniciativa reforça nosso engajamento e compromisso em nos tornarmos uma empresa Net Zero

• **Biodiversidade:** A reunião da Convenção sobre Diversidade Biológica (CDB), que ocorreu em Genebra em março de 2022, foi um marco importante no caminho para a Conferência Biológica da ONU COP15. Natura &Co teve a honra de fazer parte da delegação empresarial, defendendo um Framework de Biodiversidade Pós-2020 mais forte. Nosso vice-presidente de Sustentabilidade e Assuntos Corporativos, Marcelo Behar, fez uma declaração em nome da Fundação Finance for Biodiversity e da coalizão Business for Nature na plenária de abertura, fazendo um chamado por maior nível de ambição e senso de urgência

#### Para defender os direitos humanos e sermos mais humanos

• **Dia Internacional da Mulher:** Natura &Co usou o poder do seu coletivo para ampliar a mensagem pela paz, solidarizando-se com as mulheres em todos os lugares, especialmente aquelas que enfrentam agressões militares inaceitáveis na Ucrânia. Angela Cretu, CEO da Avon International, aproveitou o dia para gerar maior visibilidade à situação e ativar as redes Avon em todo o mundo. Fizemos progressos na remuneração equitativa, com uma redução significativa em nossa 'diferença salarial explicada' e permanecendo em apenas -1,19% em nossa 'diferença salarial inexplicada'. Temos um histórico de criação de oportunidades econômicas para nossas Consultoras e Representantes, munindo-as de ferramentas e suporte para escalar seus negócios, dando-

lhes flexibilidade e independência financeira

● **Investimento em causas-chave:** a prioridade de nossas unidades de negócios neste trimestre foi apoiar as vítimas da guerra na Ucrânia. A Avon International se concentrou em apoiar nossas pessoas na Ucrânia, refugiados e todos os impactados pela guerra. A Aesop doou para várias organizações e mobilizou suas lojas exclusivas para doar produtos, além de estabelecer um programa de doação. A The Body Shop está tomando medidas para apoiar as vítimas na Ucrânia, doando para Children on the Edge e arrecadando fundos para ajuda humanitária. Eles também têm projetos em andamento por meio da Advocates for Youth para proteger os direitos dos jovens LGBTQIA+.

#### Para abraçar a Circularidade e a Regeneração

- A loja exclusiva da Aesop em SouthYarra, Melbourne, está realizando seu primeiro teste de refil de produtos. Agora os clientes podem comprar formulações selecionadas em garrafas de vidro reutilizáveis. Uma vez aproveitadas, as garrafas esgotadas podem ser devolvidas à loja e trocadas pelo refil. Essa iniciativa permite uma redução significativa no uso de plástico e ajuda a diminuir a pegada de carbono de um indivíduo ao longo do tempo. No primeiro trimestre, Natura &Co atingiu o volume de 9,7% do conteúdo de plástico reciclado de todo o plástico usado (acumulado 1T22). A redução percentual em relação ao quarto trimestre de 2021 deve-se a mudanças no portfólio de produtos em 2022
- Em fevereiro, a B Beauty anunciou que a The Body Shop e 25 outras empresas B líderes em todo o mundo estavam formando a B Corp Beauty Coalition. Juntos, esses negócios buscam melhorar os padrões de sustentabilidade da indústria de beleza em geral, permitindo a colaboração e o intercâmbio entre empresas para compartilhar melhores práticas, implementar ações de melhoria e publicar seus resultados. Christopher Davis foi eleito para o Conselho da nova B Corp Beauty Coalition; o Conselho direcionará o progresso, definirá ações e publicará os resultados do trabalho da coalizão

## 4. Mercado de Capitais e Performance das ações

As ações NTCO3 foram negociadas a R\$ 26,05 ao final do 1T22 na bolsa B3, +2,4% no trimestre. O Volume Médio Diário de Negociação (ADTV) do trimestre foi de R\$299,9 milhões, -14,9% vs 1T21. A NTCO foi negociada a US\$ 10,92 no final do 4T21 na NYSE, +17,8% no trimestre.

Em 31 de março de 2021, o valor de mercado da Companhia era de R\$ 35,9 bilhões, e o capital social da Companhia era composto por 1.379.737.055 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 2021:

Emissor	Tipo	Emissão	Vencimento	Principal (milhões)	Custo Nominal (por ano)
Natura Cosméticos S.A.	Bond - 2ª emissão (Sustainability Linked Bond)	3/5/2021	3/5/2028	US\$ 1,000.0 <sup>(1)</sup>	4,125%
Natura Cosméticos S.A.	Debênture - 9ª emissão	9/21/2018	9/21/2022	BRL 302.7	112% DI tax
Natura Cosméticos S.A.	Debênture - 10ª emissão 1ª série	8/28/2019	8/26/2024	BRL 400.0	DI + 1.00 por ano
				BRL 95.7	DI + 1.15 por ano
		8/29/2019	8/26/2024	BRL 686.2	DI + 1.15 por ano
Avon Products, Inc.	Títulos não garantidos	3/12/2013	3/15/2023	US\$ 461.9	6.500% <sup>(2)</sup>
Avon Products, Inc.	Títulos não garantidos	3/12/2013	3/15/2043	US\$ 216.1	8.450% <sup>(2)</sup>

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

<sup>(2)</sup> 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:

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

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

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

# 6. Apêndices

## RECONCILIAÇÃO DO FLUXO DE CAIXA LIVRE

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

Demonstração de Fluxo de Caixa	Reconciliação Fluxo de Caixa Livre	Fluxo de Caixa Livre	Reconciliação DFC
<b>FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS</b>	<b>(a) Lucro (Prejuízo) Líquido</b>	<b>Lucro (Prejuízo) Líquido</b>	<b>(a)</b>
Lucro líquido (prejuízo) do exercício			
Ajustes para reconciliar o lucro líquido (prejuízo) do exercício com o caixa líquido (utilizado) nas) gerado pelas atividades operacionais:			
Depreciação e amortizações	<b>(b) Depreciação/Amortização</b>	Depreciação e Amortização	<b>(b)</b>
Ganho com juros e variação cambial sobre títulos de valores mobiliários			
Ganho decorrente de operações com derivativos "swap" e "forward"			
Provisão (reversão) para riscos tributários, civis e trabalhistas			
Atualização monetária de depósitos judiciais			
Atualização monetária da provisão para riscos tributários, civis e trabalhistas			
Imposto de renda e contribuição social diferidos			
Resultado na venda e baixa de ativo imobilizado, intangível, arrendamento e ativos não circulantes mantidos para venda			
Juros e variação cambial sobre arrendamentos			
Juros, variação cambial sobre empréstimos, financiamentos e debêntures, líquido dos custos de captação	<b>(c) Ajustes Não-Caixa ao Lucro Líquido</b>	Ajustes Não-Caixa ao Lucro Líquido	<b>(c)</b>
Atualização e variação cambial sobre outros ativos e passivos			
Provisão para perdas com imobilizado, intangível e arrendamentos			
Provisão (reversão de provisão) de planos de outorga de opções de compra de ações			
Provisão para perdas de crédito esperadas, líquida de reversões			
Provisão para perdas na realização dos estoques, líquida de reversões			
Reversão de provisão para créditos de cartão			
Efeito de economia na participação			
Outros ajustes para reconciliar o lucro líquido (prejuízo) do exercício			
Variações em:			
Contas a receber de clientes	<b>(d2) Redução / (Aumento) no Capital de Giro</b>	Contas a Receber	<b>(d2)</b>
Estoques		Contas a Pagar	<b>(d3)</b>
Impostos a recuperar		Outros Ativos e Passivos	<b>(d4)</b>
Outros ativos			
Fornecedores nacionais e estrangeiros			
Salários, participações nos resultados e encargos sociais, líquidos			
Obrigações tributárias			
Outros passivos			
<b>OUTROS FLUXOS DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS</b>	<b>(e) Imposto de Renda e Contribuição Social</b>	<b>Caixa das Operações</b>	<b>(e)</b>
Recuperações (pagamentos) de imposto de renda e contribuição social		Imposto de Renda e Contribuição Social	
Levantamentos (pagamentos) de depósitos judiciais	<b>(f) Outras atividades operacionais</b>	Juros da dívida	<b>(f)</b>
Pagamentos relacionados a processos tributários, civis e trabalhistas		Pagamentos de lease	<b>(g)</b>
Pagamentos de recursos por liquidação de operações com derivativos		Outras atividades operacionais	<b>(h)</b>
Pagamento de juros sobre arrendamento mercantil	<b>(g) Pagamentos de lease</b>	Capex	<b>(i)</b>
Pagamento de juros sobre empréstimos, financiamentos e debêntures	<b>(f) Juros da dívida</b>	Venda de Ativos	<b>(j)</b>
<b>CAIXA (UTILIZADO NAS) GERADO PELAS ATIVIDADES OPERACIONAIS</b>		Variação da taxa de câmbio	<b>(k)</b>
<b>FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO</b>	<b>(l) Outras atividades de investimento e financiamento</b>	<b>Fluxo de Caixa Livre</b>	
Caixa advindo de aquisição de controlada		Outras atividades de investimento e financiamento	<b>(l)</b>
Adições de imobilizado e intangível	<b>(j) Capex</b>		
Recuperação pela venda de ativo imobilizado e intangível	<b>(i) Venda de Ativos</b>		
Aplicação em títulos e valores mobiliários	<b>(k) Outras atividades de investimento e financiamento</b>		
Resgate de títulos e valores mobiliários			
Resgate de juros sobre aplicações e títulos de valores mobiliários			
Investimentos em controladas			
<b>CAIXA (UTILIZADO NAS) GERADO PELAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO</b>	<b>(g) Pagamentos de lease</b>		
<b>FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO</b>			
Amortização de arrendamento mercantil - principal	<b>(f) Outras atividades de investimento e financiamento</b>		
Amortização de empréstimos, financiamentos e debêntures - principal			
Captações de empréstimos, financiamentos e debêntures			
Compra de ações em tesouraria, líquido de recebimento do preço de exercício de opção			
Pagamento de dividendos e juros sobre capital próprio referentes ao exercício anterior			
Recuperação de recursos por liquidação de operações com derivativos			
Obrigações da aquisição incorrida pelo adquirente			
Aumentos de Capital			
<b>CAIXA (UTILIZADO NAS) GERADO PELAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO</b>	<b>(h) Variação da taxa de câmbio</b>		
Efeito de variação cambial sobre o caixa e equivalentes de caixa			
<b>AUMENTO (REDUÇÃO) NO CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA</b>			
Saldo inicial do caixa e equivalentes de caixa			
Saldo final do caixa e equivalentes de caixa			
<b>AUMENTO (REDUÇÃO) NO CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA</b>			

## BALANÇO CONSOLIDADO

ATIVOS (R\$ milhões)	Mar-22	Dez-21	PASSIVOS E PATRIMÔNIO LÍQUIDO (R\$ milhões)	Mar-22	Dez-21
<b>ATIVOS CIRCULANTES</b>			<b>PASSIVOS CIRCULANTES</b>		
Caixa e equivalentes de caixa	3.038,5	4.007,3	Empréstimos, financiamentos e debêntures	3.863,5	945,1
Títulos e valores mobiliários	1.498,2	1.978,7	Arrendamento mercantil	847,3	1.005,5
Contas a receber de clientes	2.893,5	3.476,4	Fornecedores e operações de "risco sacado"	5.490,1	6.770,6
Estoques	5.117,8	5.403,5	Dividendos e juros sobre o capital próprio a pagar	180,8	180,8
Impostos a recuperar	991,3	973,3	Salários, participações nos resultados e encargos sociais	951,3	1.255,3
Imposto de renda e contribuição social	274,8	564,5	Obrigações tributárias	587,7	766,4
Instrumentos financeiros derivativos	59,3	81,2	Imposto de renda e contribuição social	297,7	365,5
Outros ativos circulantes	875,7	912,2	Instrumentos financeiros derivativos	545,8	458,5
Ativos não circulantes mantidos para venda	-	52,9	Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	204,8	230,1
<b>Total dos Ativos Circulantes</b>	<b>14.749,0</b>	<b>17.449,9</b>	Outros passivos circulantes	1.316,5	1.716,1
<b>ATIVOS NÃO-CIRCULANTES</b>			<b>Total dos Passivos Circulantes</b>	<b>14.285,6</b>	<b>13.693,9</b>
Impostos a recuperar	1.331,0	1.349,6	<b>PASSIVOS NÃO-CIRCULANTES</b>		
Imposto de renda e contribuição social	117,4	84,7	Empréstimos, financiamentos e debêntures	8.003,5	11.771,8
Imposto de renda e contribuição social diferidos	3.037,7	2.954,1	Arrendamento mercantil	2.214,4	2.542,3
Depósitos judiciais	595,1	585,3	Salários, participações nos resultados e encargos sociais	46,3	53,7
Instrumentos financeiros derivativos	-	894,0	Obrigações tributárias	108,2	114,8
Títulos e valores mobiliários	42,7	36,9	Imposto de renda e contribuição social diferidos	803,9	994,0
Outros ativos não circulantes	1.468,1	1.763,1	Instrumentos financeiros derivativos	434,9	0,0
<b>Total dos Ativos realizável a Longo Prazo</b>	<b>6.592,0</b>	<b>7.667,7</b>	Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	1.632,6	1.768,7
Imobilizado	4.816,8	5.377,4	Outros passivos não circulantes	854,4	942,5
Intangível	23.288,9	26.857,6	<b>Total dos Passivos Não-Circulantes</b>	<b>14.098,0</b>	<b>18.187,9</b>
Direito de Uso	2.777,3	3.096,0	<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>		
<b>Total dos Ativos Não-Circulantes</b>	<b>37.474,9</b>	<b>42.998,6</b>	Capital social	12.484,3	12.481,7
			Ações em tesouraria	(263,4)	(151,3)
			Reservas de capital	10.323,5	10.478,8
			Reservas de lucros	865,1	871,2
			Prejuízos acumulados	(643,1)	0,0
			Ajustes de avaliação patrimonial	1.055,5	4.865,2
			<b>Patrimônio líquido atribuído aos acionistas controladores</b>	<b>23.821,9</b>	<b>28.545,6</b>
			Participação dos acionistas não controladores no patrimônio líquido das controladas	18,4	21,2
<b>TOTAL DOS ATIVOS</b>	<b>52.223,9</b>	<b>60.448,5</b>	<b>TOTAL DOS PASSIVOS E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>52.223,9</b>	<b>60.448,5</b>

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

R\$ milhões	1T-22	1T-21	Var. %
<b>RECEITA LÍQUIDA</b>	<b>8.253,3</b>	<b>9.455,1</b>	<b>(12,7)</b>
Custo dos Produtos Vendidos	(2.945,6)	(3.322,5)	(11,3)
<b>LUCRO BRUTO</b>	<b>5.307,7</b>	<b>6.132,6</b>	<b>(13,5)</b>
<b>DESPESAS OPERACIONAIS</b>			<b>0</b>
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(3.685,5)	(4.007,4)	(8,0)
Despesas Administrativas, P&D, TI e Projetos	(1.533,3)	(1.627,7)	(5,8)
Perda por redução ao valor recuperável de contas a receber de clientes	(163,8)	(239,3)	(31,6)
Outras despesas operacionais, líquidas	(58,7)	(125,4)	(53,2)
<b>(PREJUÍZO) LUCRO OPERACIONAL ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO</b>	<b>(133,5)</b>	<b>132,7</b>	<b>(200,6)</b>
Receitas Financeiras	1.354,4	1.038,9	30,4
Despesas Financeiras	(1.740,9)	(1.266,9)	37,4
<b>PREJUÍZO ANTES DO IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL</b>	<b>(520,1)</b>	<b>(95,2)</b>	<b>446,3</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	(82,5)	(90,1)	(8,4)
<b>PREJUÍZO DAS OPERAÇÕES CONTINUADAS</b>	<b>(602,6)</b>	<b>(185,3)</b>	<b>225,2</b>
Lucro (Prejuízo) das Operações Descontinuadas	(39,6)	28,7	(237,7)
<b>PREJUÍZO DO PERÍODO</b>	<b>(642,2)</b>	<b>(156,6)</b>	<b>310,2</b>
Atribuível a acionistas controladores da Companhia	(643,1)	(155,2)	314,4
Atribuível a não-controladores	0,9	(1,4)	(166,4)

## AMORTIZAÇÃO DA ALOCAÇÃO DO PREÇO DE COMPRA (PPA)

R\$ milhões	1T-22	1T-21
<b>RECEITA LÍQUIDA</b>	-	-
Custo dos Produtos Vendidos	(2,0)	(9,3)
<b>LUCRO BRUTO</b>	<b>(2,0)</b>	<b>(9,3)</b>
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(66,2)	(73,5)
Despesas Administrativas, P&D, TI e Projetos	(69,3)	(74,6)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	49,0	5,5
Receitas/(Despesas) Financeiras, líquidas	18,0	12,0
Imposto de Renda e Contribuição Social	0,8	45,1
Operações Descontinuadas	-	-
<b>LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO</b>	<b>(69,8)</b>	<b>(94,8)</b>
Depreciação	(149,4)	(168,4)



## DEMONSTRAÇÃO CONSOLIDADA DO FLUXO DE CAIXA

	R\$ milhões	1T-22	1T-21
<b>FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS</b>			
Prejuízo do exercício		(642,2)	(156,6)
Ajustes para reconciliar o prejuízo do exercício com o caixa líquido utilizado nas atividades operacionais:			
Depreciações e amortizações		649,3	696,4
Ganho com juros e variação cambial sobre títulos de valores mobiliários		(86,2)	(74,9)
Ganho decorrente de operações com derivativos "swap" e "forward"		974,9	(343,2)
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas		13,0	23,5
Atualização monetária de depósitos judiciais		(8,2)	(1,4)
Atualização monetária da provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas		11,1	10,8
Imposto de renda e contribuição social diferidos		(256,1)	90,1
Resultado na venda e baixa de ativo imobilizado, intangível, arrendamento e ativos não circulantes mantidos para venda		9,9	20,0
Juros e variação cambial sobre arrendamentos		47,8	(174,5)
Juros, variação cambial sobre empréstimos, financiamentos e debêntures, líquido dos custos de captação		(727,5)	580,2
Atualização e variação cambial sobre outros ativos e passivos		2,2	10,9
Reversão para perdas com imobilizado, intangível e arrendamentos		0,0	(0,4)
Provisão (reversão de provisão) de planos de outorga de opções de compra de ações		40,1	(7,6)
Provisão para perdas de crédito esperadas, líquida de reversões		163,8	225,4
Provisão para perdas na realização dos estoques, líquida de reversões		76,5	120,9
(Reversão) provisão para créditos de carbono		(4,0)	0,8
Efeito de economia hiperinflacionária		68,9	5,0
Outros ajustes para reconciliar o prejuízo do exercício		0,0	(1,2)
 Variações em:			
Contas a receber de clientes		338,3	312,4
Estoques		40,8	(599,5)
Impostos a recuperar		(142,9)	(16,0)
Outros ativos		340,3	(121,1)
Fornecedores nacionais e estrangeiros		(579,7)	(445,1)
Salários, participações nos resultados e encargos sociais, líquidos		(342,7)	(168,2)
Obrigações tributárias		(207,3)	(34,6)
Outros passivos		(520,4)	(573,6)
<b>OUTROS FLUXOS DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS</b>			
Pagamentos de imposto de renda e contribuição social		(150,3)	(177,1)
Depósitos judiciais realizados líquidos de levantamentos		(1,7)	9,6
Pagamentos relacionados a processos tributários, cíveis e trabalhistas		(50,6)	(12,8)
Recebimento (desembolso) de recursos por liquidação de operações com derivativos		13,1	(33,6)
Pagamento de juros sobre arrendamentos		(51,5)	(50,8)
Pagamento de juros sobre empréstimos, financiamentos e debêntures		(211,7)	(324,8)
<b>CAIXA LÍQUIDO UTILIZADO NAS ATIVIDADES OPERACIONAIS</b>		<b>(1.192,9)</b>	<b>(1.210,8)</b>
<b>FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO</b>			
Caixa advindo de aquisição de controlada			
Adições de imobilizado e intangível		(309,5)	(332,6)
Recebimento pela venda de ativo imobilizado, intangível e ativos não circulantes mantidos para venda		0,6	39,8
Aplicação em títulos e valores mobiliários		(2.191,7)	(1.688,4)
Resgate de títulos e valores mobiliários		2.566,1	2.055,2
Resgate de juros sobre aplicações e títulos de valores mobiliários		38,2	9,5
<b>CAIXA LÍQUIDO GERADO PELAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO</b>		<b>103,7</b>	<b>83,6</b>
<b>FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO</b>			
Amortização de passivo de arrendamentos - principal		(272,8)	(301,4)
Amortização de empréstimos, financiamentos e debêntures - principal		(238,6)	(623,3)
Captações de empréstimos, financiamentos e debêntures		1.181,4	134,0
Compra de ações em tesouraria, líquido de recebimento do preço de exercício de opções		(120,3)	4,1
Recebimentos de recursos por liquidação de operações com derivativos		3,7	52,7
Aumentos de Capital		2,6	0,0
<b>CAIXA LÍQUIDO GERADO PELAS (UTILIZADO NAS) ATIVIDADES DE FINANCIAMENT</b>		<b>556,1</b>	<b>(734,0)</b>
Efeito de variação cambial sobre o caixa e equivalentes de caixa		(435,6)	365,9
<b>REDUÇÃO NO CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA</b>		<b>(968,7)</b>	<b>(1.495,3)</b>
Saldo inicial do caixa e equivalentes de caixa		4.007,3	5.821,7
Saldo final do caixa e equivalentes de caixa		3.038,5	4.326,4
<b>REDUÇÃO NO CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA</b>		<b>(968,7)</b>	<b>(1.495,3)</b>

## 7. Teleconferência e *webcast*

**Natura &Co** (B3: NTCO3 / NYSE: NTCO)  
convida você para participar da teleconferência sobre os resultados do 1T-22:

**Sexta-feira, 06 de maio de 2022**

09:00 Nova Iorque  
10:00 Brasília  
14:00 Londres

A teleconferência será em Inglês com tradução simultânea para o Português

**Para conectar-se à teleconferência:**

Brasil: +55 11 31818565 / Dial in: +55 11 4090-1621  
EUA: grátis: +1 844 204-8942 / Dial in: +1 412 717-9627  
U.K.: +44 20 3795 9972

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

A Divulgação dos Resultados do 1T-22 ocorrerá no dia 05 de maio de 2022, quinta-feira, após o fechamento do mercado, em: <http://ri.naturaeco.com/pt-br/>

Em linha com as melhores práticas de governança corporativa, a Companhia informa que estará em período de silêncio de 21 de abril de 2022 até a divulgação dos resultados.

Natura &Co Equipe de RI | [ri@natura.net](mailto:ri@natura.net)

AVON natura THE BODY SHOP A&SOP

**natura&co**



## 8. Glossário

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

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

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

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

APAC: Ásia e Pacífico

Representantes Avon: Revendedores autônomos 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 básicos; um ponto base é equivalente a um ponto percentual \* 100

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

BRL: Reais

CDI: Certificado de depósito interbancário

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

Comunidades Fornecedoras: São as comunidades de pessoas envolvidas na agricultura de pequena escala e atividades extrativistas em diversos locais do Brasil, especialmente na Região Amazônica, que extraem da sociobiodiversidade os insumos utilizados em nossos produtos. Formamos com essas comunidades cadeias produtivas baseadas em preços justos, na repartição dos benefícios do acesso ao patrimônio genético e conhecimentos tradicionais associados e no 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.

CPV: Custo dos Produtos Vendidos

CO<sub>2</sub>e: Equivalente de dióxido de carbono; para qualquer quantidade e tipo de gás de efeito estufa, CO<sub>2</sub> e significa a quantidade de CO<sub>2</sub> que teria o impacto do aquecimento global equivalente.

Constant currency ("CC) 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.

Conversão de moeda estrangeira: conversão de números de uma moeda estrangeira para a moeda da entidade que relata

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

EMEA: Europa, Oriente Médio e África.

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

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

G&A: Despesas gerais e administrativas.

GEE: gases de efeito estufa

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

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

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

IFRS - International Financial Reporting Standards

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

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

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

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

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

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

NYSE: Bolsa de Valores de Nova York

P&L: Lucro e perda

PP: ponto percentual

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

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

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

SG&A: Despesas com vendas, gerais e administrativas

SM&L: Despesas de vendas, marketing e logística

SLB: Sustainability-Linked Bond

SPT: Metas de Performance de Sustentabilidade

SSS: Vendas na mesma loja

TBS: The Body Shop.

UNI: Underlying Net Income.

## 9. Aviso Legal

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

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

**Equipe de Relações com Investidores**

**Tel.: +55 (11) 4389-7881**

**ri@natura.net**