

Encontro com acionistas 2017



Marcel Goya

Relações com investidores



Em AGO foram aprovados

1. **Demonstrações financeiras** referente ao exercício social findo em 31 de dezembro de 2016;
2. **Orçamento de capital** para 2017, destinação do lucro líquido do exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2016 e distribuição de **dividendos** e pagamentos de **juros sobre capital próprio**;
3. Nova composição do **Conselho de Administração**, com mandato até a AGO de 2018;
4. **Remuneração global dos administradores** da companhia, a ser paga até a realização da AGO de 2018.

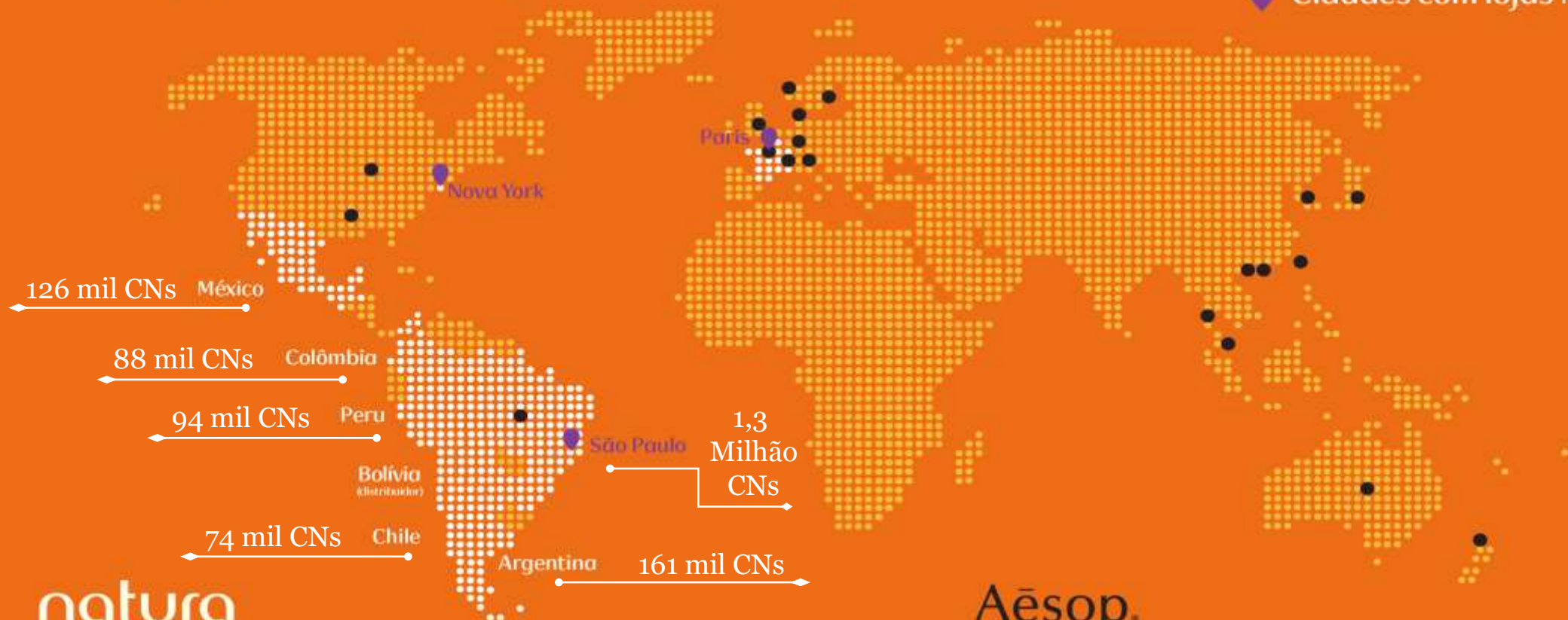
Em AGE foi aprovada

1. Cessão e transferência de 102.956 **ações ordinárias**, nominativas e sem valor nominal, de emissão da companhia, **outorgadas** a Roberto Oliveira de Lima, nos termos do Programa de Ações Restritas.

O mundo Natura

A distribuição geográfica dos nossos negócios

- Países em que a Natura opera
- Países com lojas Aesop
- Cidades com lojas Natura



natura

9 LOJAS

7 em SP
1 em NY
1 em PARIS

**FÁBRICAS
PRÓPRIAS**

Benevides (PA)
Cajamar (SP)

**9 CENTROS
DE DISTRIBUIÇÃO
NO BRASIL E
5 NA AMÉRICA
LATINA**

**CENTROS
DE PESQUISA**

Benevides (PA)
Cajamar (SP)
Nova York (EUA)

Aēsop.

180 LOJAS*
com design
ÚNICO

64 CIDADES
localizadas em
20 PAÍSES

**41 NOVAS
LOJAS
EM 2016**

* Março de 2017

Produtos



Com a marca Natura temos cerca de 870 produtos em 10 categorias e 29 submarcas



A Aesop conta com 110 produtos, com destaque para as categorias rosto e corpo

Colaboradores

- ▷ **7,6 mil** colaboradores, sendo:
 - ▷ 4,6 mil no Brasil;
 - ▷ 3,0 mil nas operações internacionais (Latam + Aesop)
- ▷ Na **Natura** temos:
 - ▷ **63%** de mulheres entre os colaboradores
 - ▷ **34%** dos cargos de liderança (diretores e acima) ocupados por mulheres no **Brasil** e **18%** na **Latam**
 - ▷ **53%** dos cargos de gerência ocupados por mulheres no Brasil e **61%** na **Latam**
 - ▷ **4%** da nossa força de trabalho corresponde a pessoas portadoras de necessidades especiais



Nossos espaços

Temos 5 unidades produtivas, sendo 4 em Cajamar (SP) e 1 em Benevides (PA), além de produção terceirizada no Brasil, Argentina, México, Colômbia e Austrália

Espaço Natura Cajamar

- ▷ Inaugurado em 2001
- ▷ 646 mil m² de área total
- ▷ 84 mil m² de área construída



Ecoparque

- ▷ Inaugurado em 2014
- ▷ 1.725 mil m² de área total
- ▷ 24 mil m² de área construída



Nossos espaços

Centros de Distribuição / HUBs

- ▷ 9 no Brasil
- ▷ 5 nas Operações Internacionais

No Brasil, diariamente mais de 49 mil pedidos são separados, e entregues nos mais de 5.900 municípios, dos quais 45% em até 48 horas

99,6% dos pedidos são feitos pela internet

Todos CDs habilitados para entregas do Rede Natura

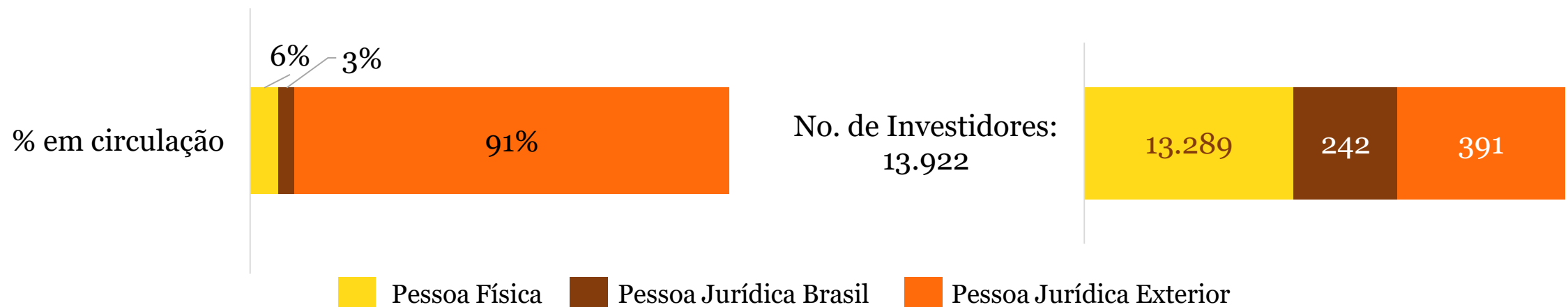
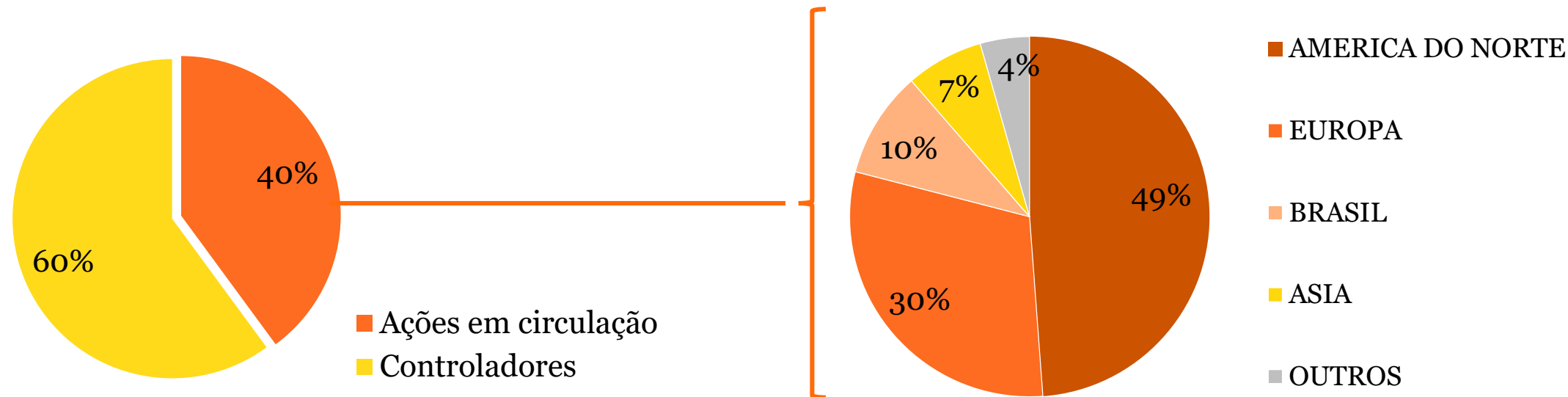


Governança Corporativa

- Uma das primeiras empresas a ingressar no Novo Mercado
- Primeira B-Corp de capital aberto
- Relatório Anual integrado
- Conselho de Administração desde 1998, atualmente com 9 membros, sendo 6 independentes
- Comitês de Apoio:
 - Governança Corporativa
 - Auditoria, Gestão de Riscos e Finanças
 - Estratégico
 - Pessoas e Desenvolvimento Organizacional



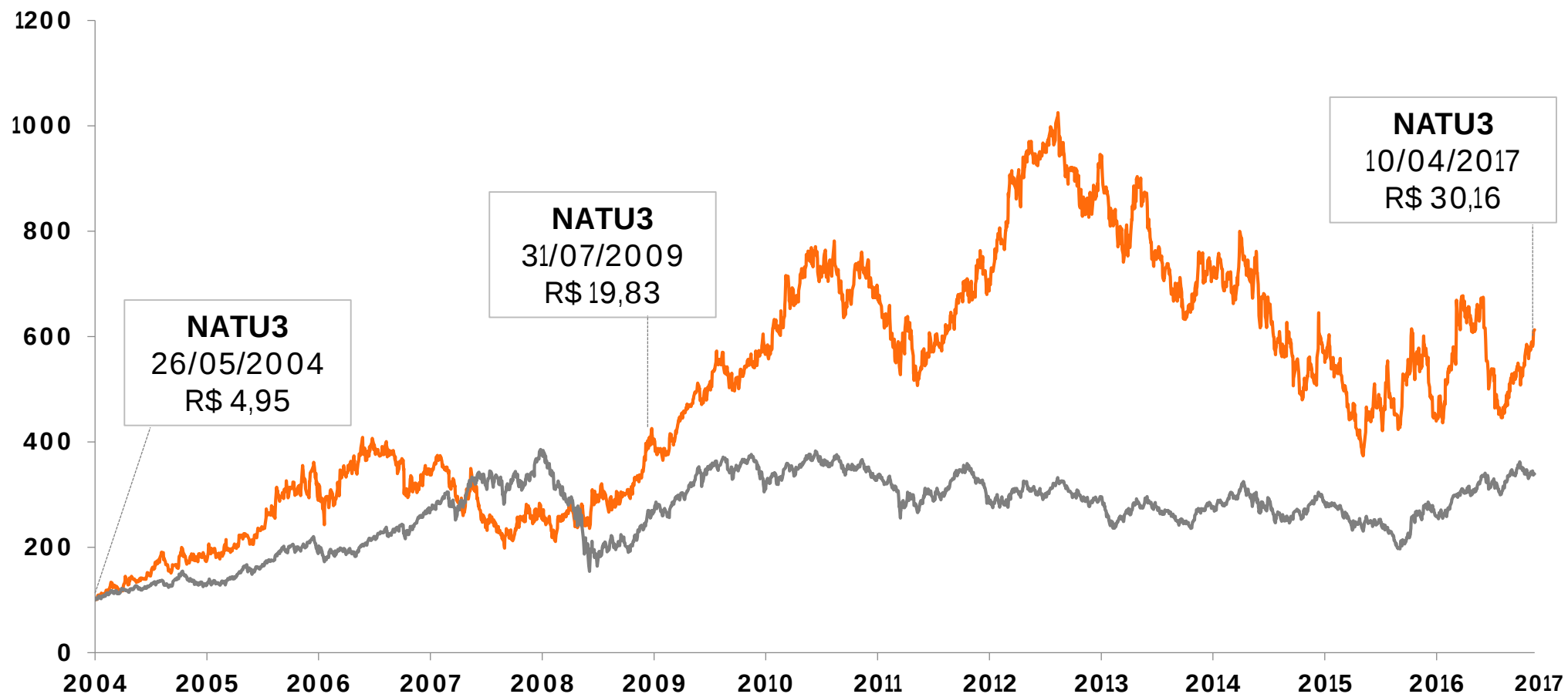
Estrutura acionária



Desempenho das nossas ações

NATU3 vs. BOVESPA desde a abertura de capital

— **NATU3** +513%
— **IBOV** +239%

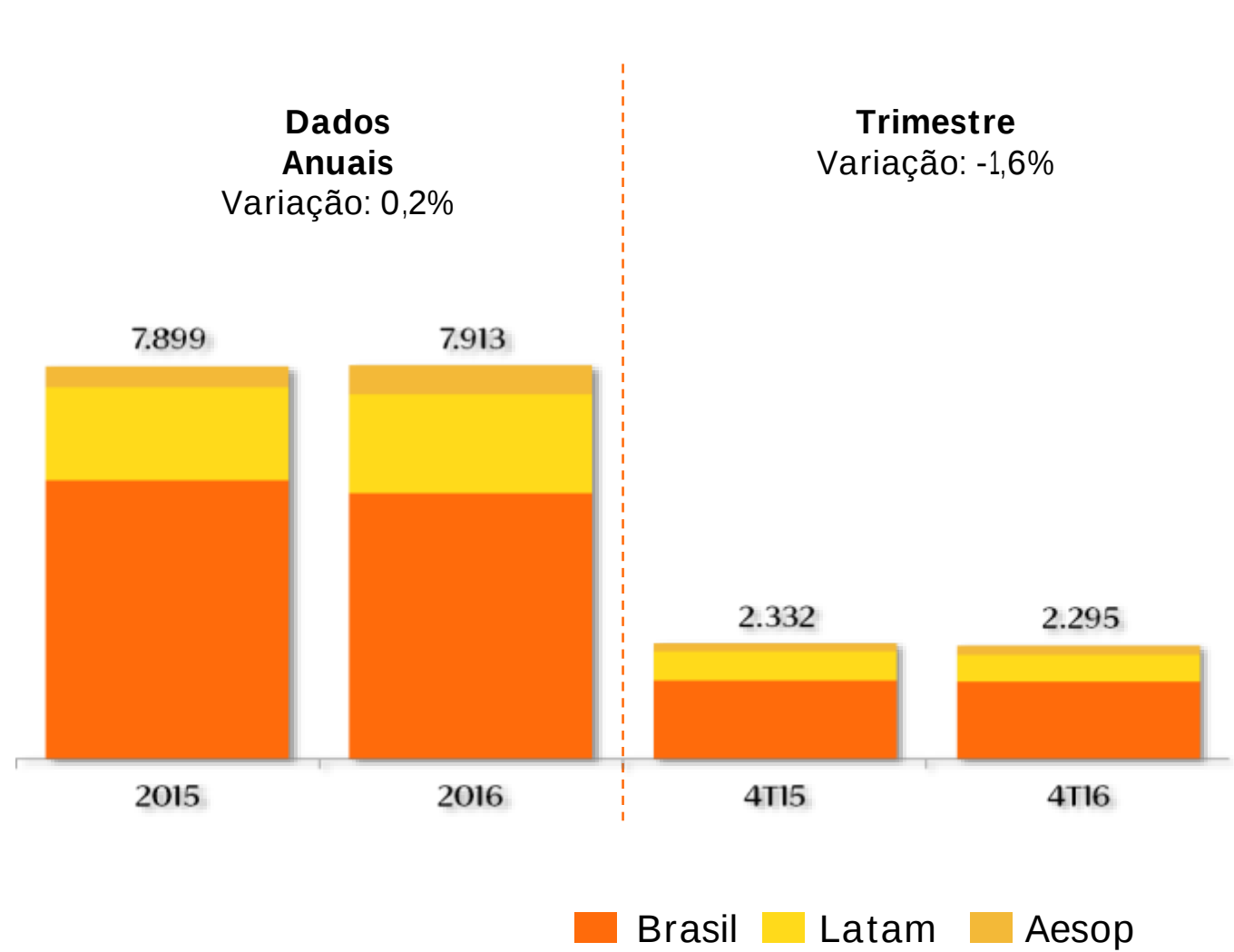


José Roberto Lettiere - CFO

Resultados 2016



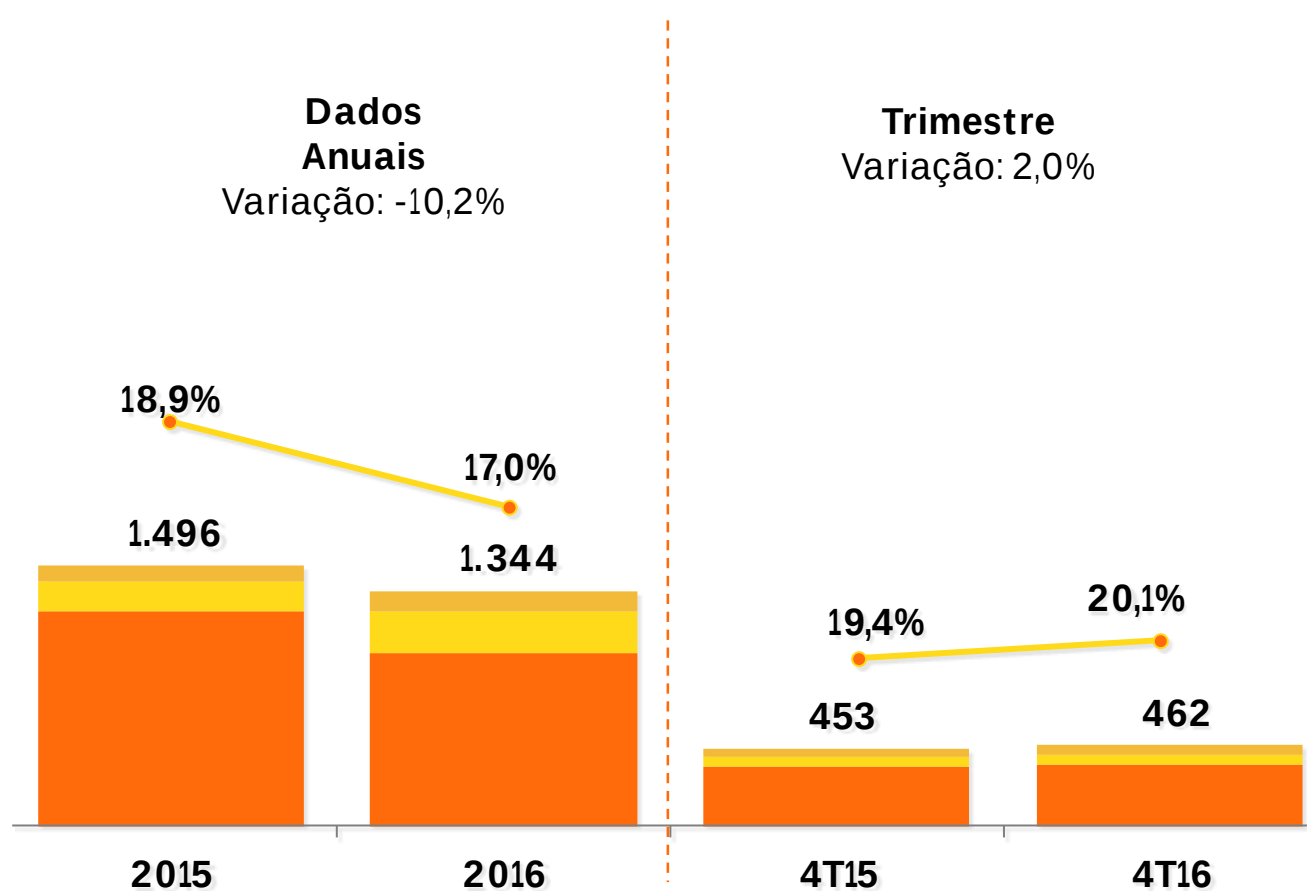
Receita Líquida Consolidada (R\$ Milhões)



	Variação no 4º. trimestre	
	Reais	Moeda local
Aesop	12,2%	28,5%
Latam	-8,7%	26,4%
Brasil	-0,5%	

Receita Bruta Brasil
+1,6%

Ebitda Consolidado (R\$ Milhões)

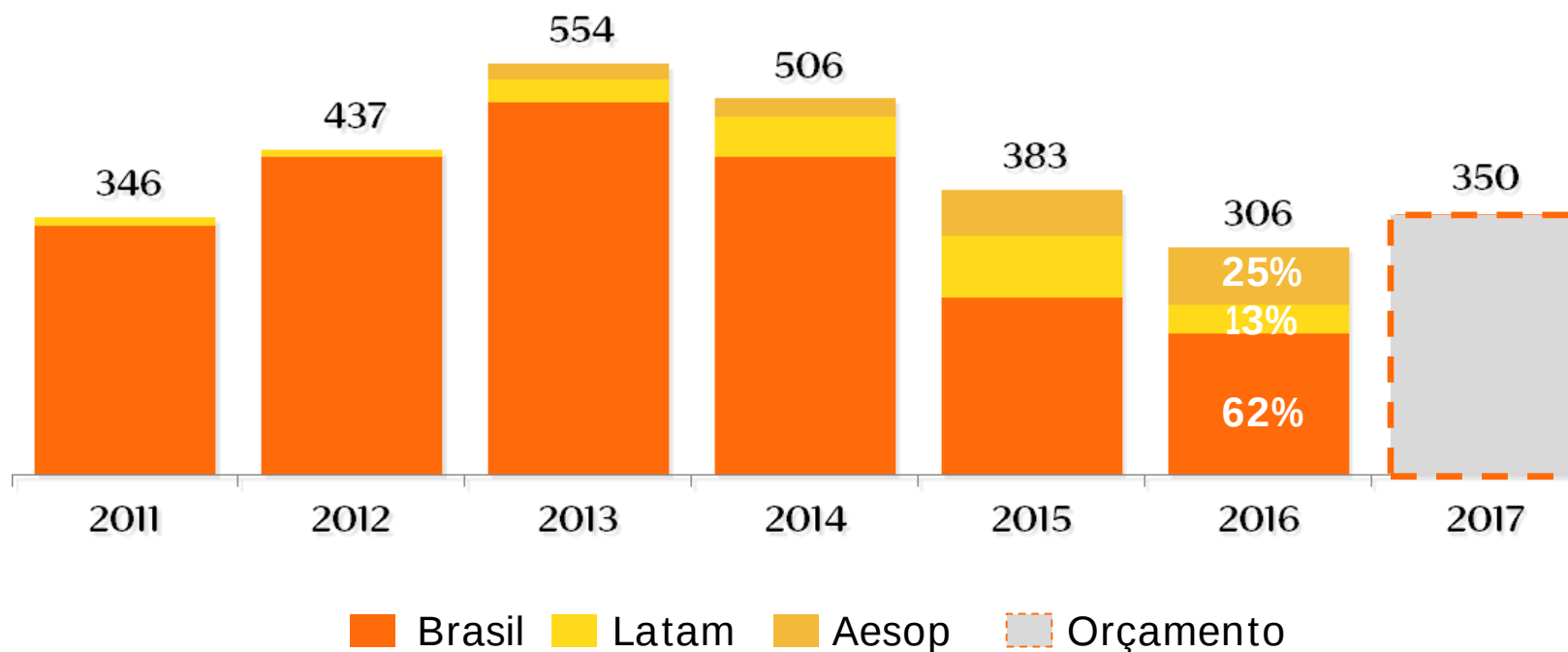


	Variação no 4º. trimestre	
	Reais	Moeda local
Aesop	0,7%	15,7%
Latam	10,8%	33,9%
Brasil	3,8%	

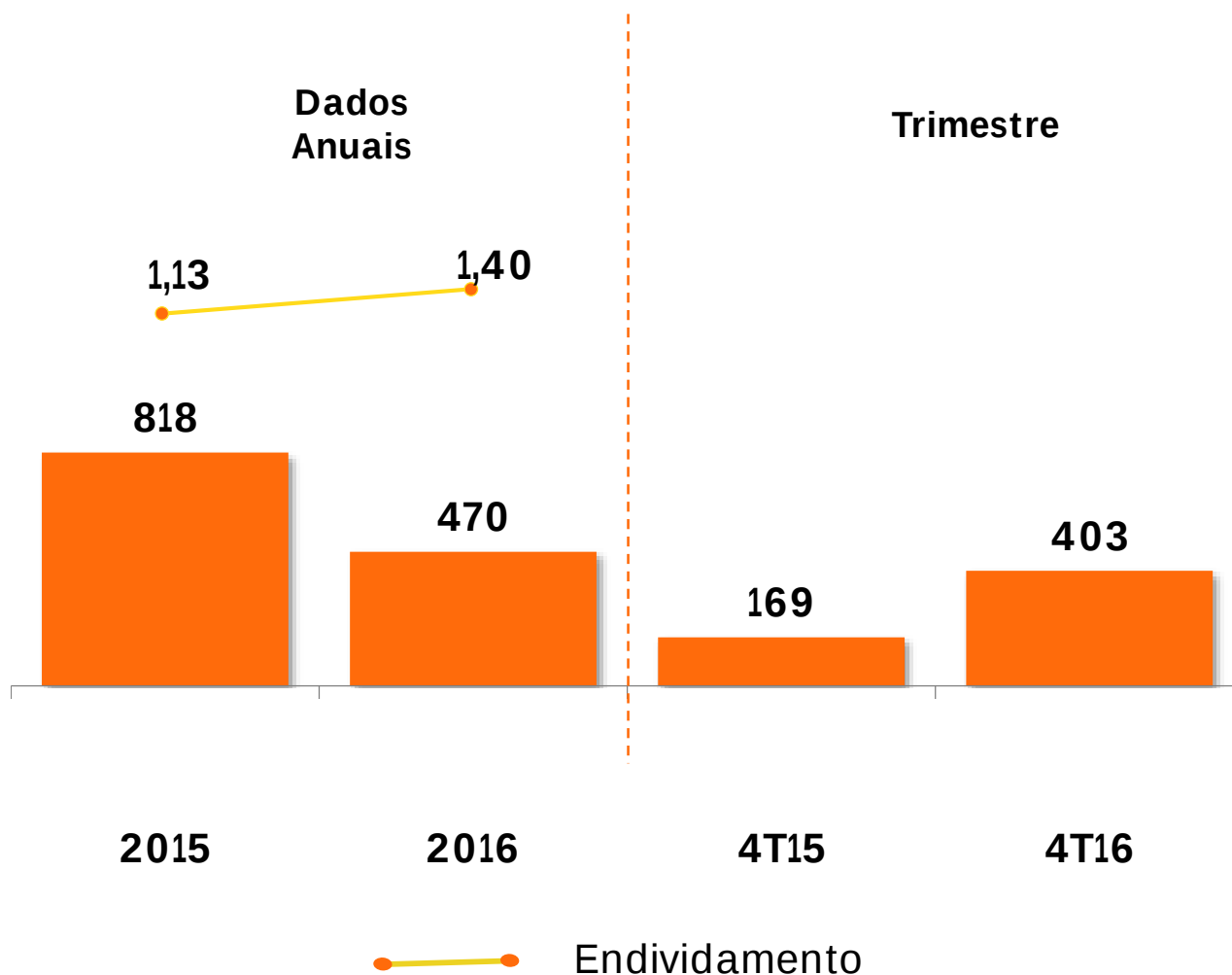
■ Brasil
 ■ Latam
 ■ Aesop
 ●—● Margem EBITDA Consolidado (%RL)

Capex Consolidado (R\$ Milhões)

Menor Capex que em anos anteriores, com foco em apoiar o crescimento da Latam, Aesop e expansão de novos canais no Brasil.



Geração de Caixa Livre (R\$ Milhões)



Forte geração de caixa no 4T16 em função de:

- › Gestão financeira mais eficiente;
- › Melhor gerenciamento do capital de giro;
- › Otimização do Capex.

Sustentabilidade

- ▷ Linha Crer para Ver
 - ▷ Arrecadação global de R\$38,2MM em 2016 (+27%)
 - ▷ Mais de 500 mil alunos envolvidos
- ▷ Reconhecimentos em 2016
 - ▷ Época Empresas Verdes – Ekos Ucuuba
 - ▷ Guia Exame de Sustentabilidade
 - ▷ Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE)
 - ▷ 20 corporações mais sustentáveis do mundo (Corporate Knights)
- ▷ Estamos no caminho de 2020:

Indicador	2016	2020
Emissão relativa de carbono	3,17 Kg CO ₂ / Kg produto faturado	2,15 Kg CO ₂ / Kg produto faturado
% material reciclado pós consumo	4,3 %	10,0 %
Volume acumulado de negócios na região PAN Amazônica	R\$ 972,6 milhões	R\$ 1 Bi

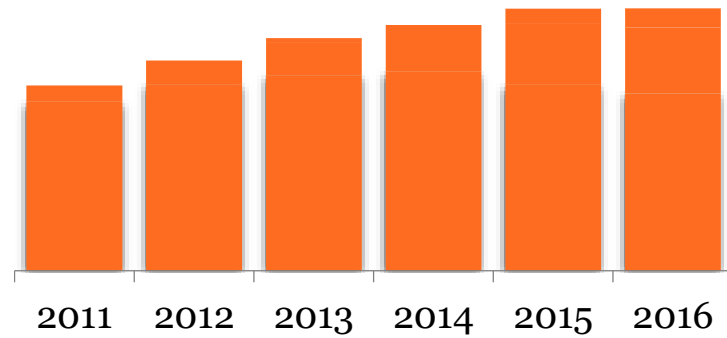
João Paulo Ferreira - CEO

Desafios, estratégias e prioridades

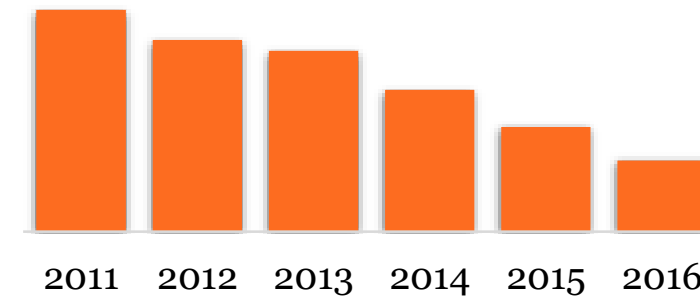


Desafios

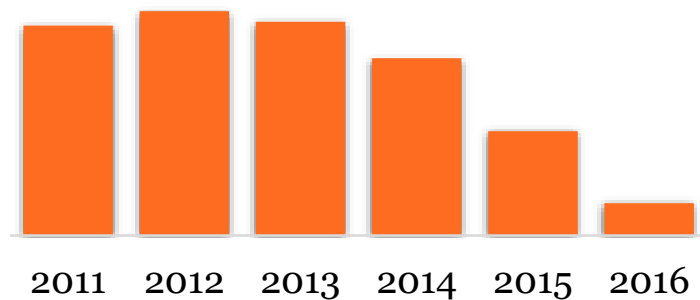
Receita Líquida consolidada (R\$)



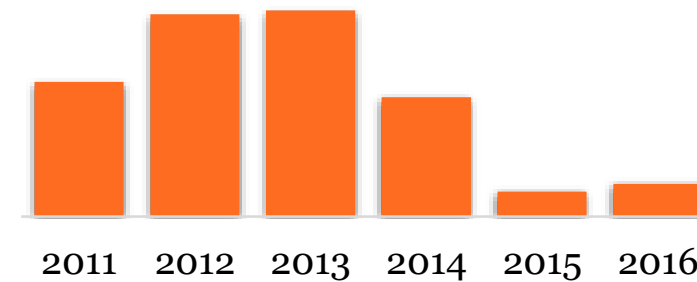
Margem EBITDA consolidada (%)



Dividendos e JCP (R\$) *



Market Cap (R\$)



Mapa estratégico



Prioridades 2017

- ▷ Brasil
 - ▷ Revitalização da Venda Direta
 - ▷ Perfumaria, Corpo e Presentes
 - ▷ Acelerar a digitalização
 - ▷ Novos canais
- ▷ Manter *momentum* Latam
- ▷ Programa de cultura e organização



Revitalização da Venda Direta

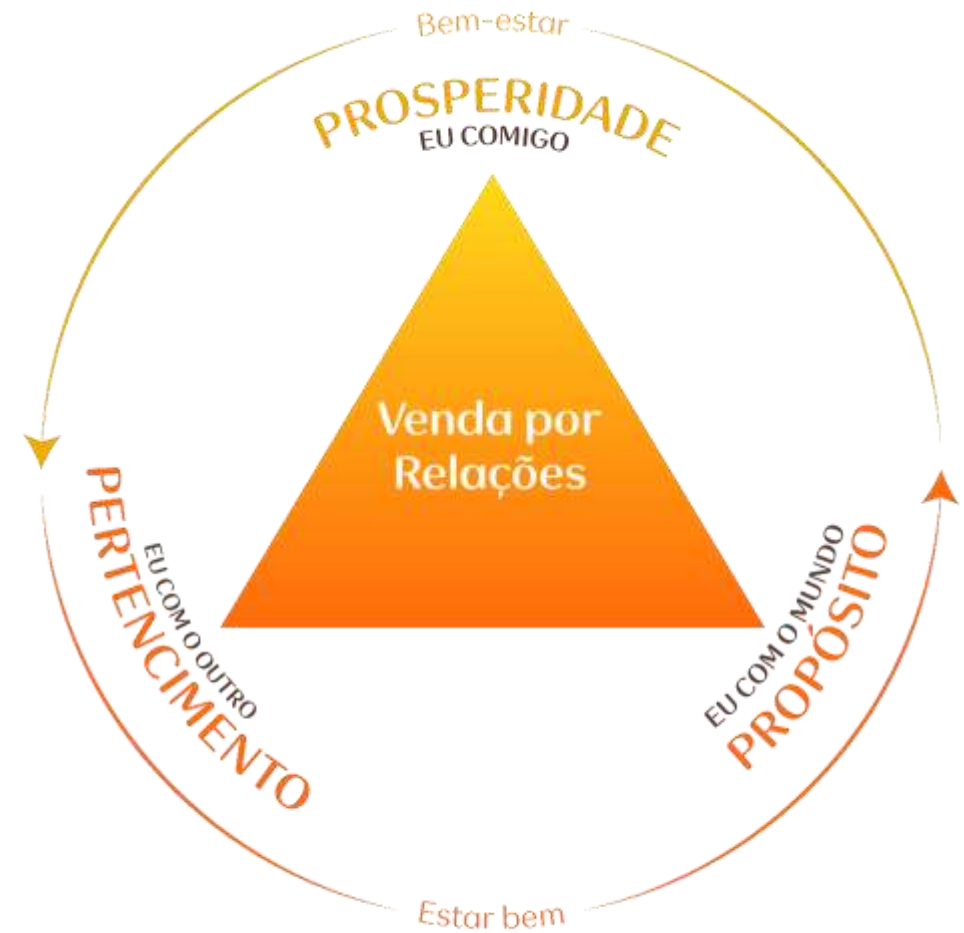


Objetivos

- Melhorar a proposta de valor da atividade de consultoria
- Aumentar a qualificação dos inícios
- Melhorar a experiência de compra para o consumidor
- Aumentar produtividade, *share of mind, heart and wallet*, nas consultoras



Proposta de valor



Segmentação do canal



Consultoras de Beleza Natural



Especialistas de Beleza Natural



Empresárias de Beleza Natural



Consultoras de Beleza Natura

Consultoras de médio ou grande porte com dedicação representativa de tempo à atividade de Venda Direta

- Resgate de valor da Consultoria Natura
- Aumento do ganho médio
- Oportunidade de progressão e crescimento
- Recrutamento e formação inicial qualificada
- Fortalecimento do relacionamento

Plano de Crescimento



Ganhos progressivos

Condições Comerciais

Maior capacitação

Plano de reconhecimento diferenciado



Especialistas de Beleza Natura

Profissionais conectadas com o universo da beleza, com maior nível de educação e perfil para venda de “core beauty”

- ▷ Consultoria como profissão: auto realização e prazer
- ▷ Foco em rosto e maquiagem
- ▷ Experiência diferenciada: assistência e experimentação
- ▷ Maior produtividade
- ▷ Oportunidades exclusivas:
 - ▷ Capacitação em parceria com a universidade Anhembí Morumbi
 - ▷ Crescimento independente na carreira
 - ▷ Kit para demonstração e pronta entrega
 - ▷ Recrutamento e seleção específico
 - ▷ Ferramenta digital para gestão de negócio

Amplificação digital das relações e Capacitação Certificada

Rotina e atividades suportadas por pelo aplicativo Consultoria com **CRM integrado:**

- Gestão da carteira de clientes
- Comunicação customizada
- Agenda sincronizada
- Sistema de check-out com meios de pagamento
- Funcionalidades pós-venda
- Avaliação do serviço prestado pelos clientes (em desenvolvimento)



Parceria com a Universidade Anhembi Morumbi

Curso de 36 horas sobre maquiagem, cuidados com o rosto, moda, estilo, negócios.



Empresárias de Beleza Natural

Microempresárias com ponto de venda físico

- ▷ Público alvo: clientes das classes B2C
- ▷ Padronização visual interna e externa
- ▷ Lojas geolocalizadas com alto fluxo de pedestres
- ▷ Venda por conveniência com experimentação de produtos, pronta entrega e pagamento com cartão
- ▷ “Aqui tem Natura” – atuação em varejo com experiência de marca

Empresárias de Beleza Natural

Antes



Depois



Digitalização



Rede Natura

- ▷ Um dos maiores e-commerce de beleza no Brasil
- ▷ Certificação Ebit Diamante e loja mais querida de cosméticos e perfumaria

- **1,6MM** consumidores cadastrados
- **100K** CNDs
- **50%** do canal é incremental: CN puramente digital
- **2x** receita em 2016 vs. 2015



A Natura é um negócio digital: *High Tech & High Touch*



APP CONSULTORIA

Captação, Incluindo Voz Revista Digital
Promoções Individualizadas Pagamentos
Relacionamento Diário com a Natura

10,2% de incremento médio de produtividade
270k consultoras ativas
2% de incremento médio nas vendas com
ativação via push

APP NATURA (CF)

Compra Online, Conteúdo e Serviços
Localizar consultoras e lojas
Realidade Aumentada

+150k instalações ativas
25% de retenção (média mercado: 18%)



Uso da inteligência digital e informações de forma diferenciada

Varejo Brasil





Lojas Natura

- ▷ Público AB1
- ▷ 7 lojas em SP
- ▷ Aceleração em 2017
- ▷ Maquiagem e rosto
- ▷ Mix mais premium: Ekos, Chronos e Una

Farmácia

- Linha Sou em ~3.118 lojas, com ampliação para outras redes em 2017
- Linha Faces no primeiro semestre de 2017

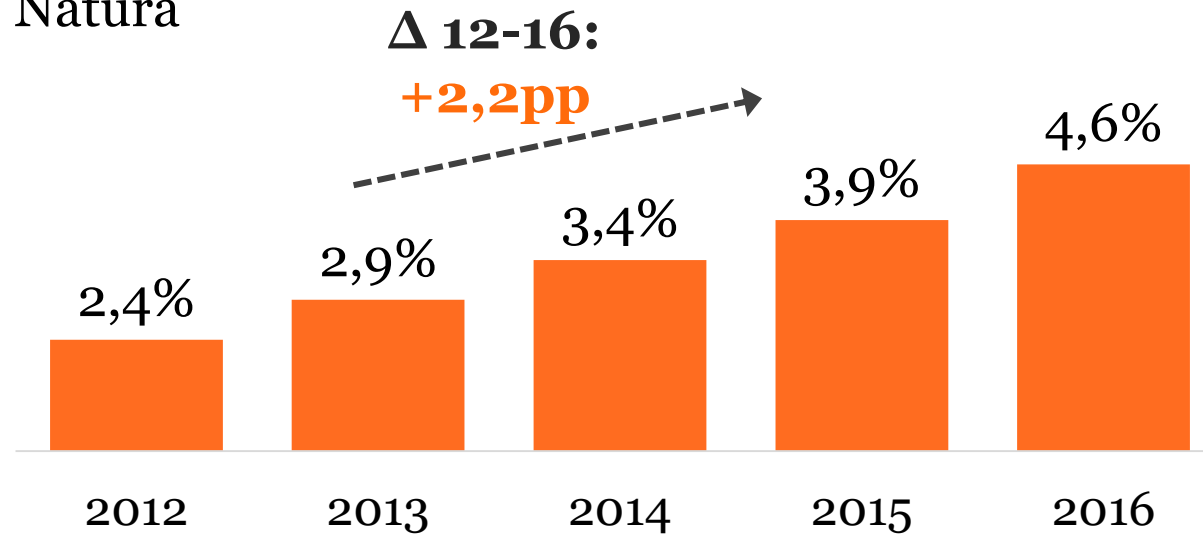


Latam

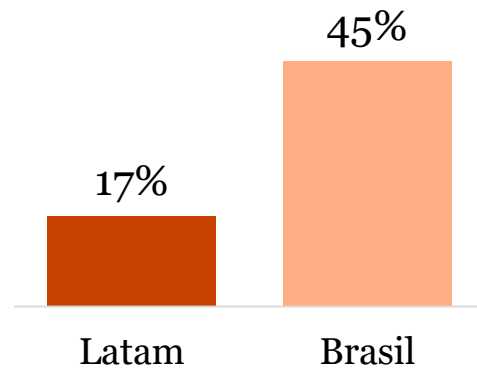


Natura Latam

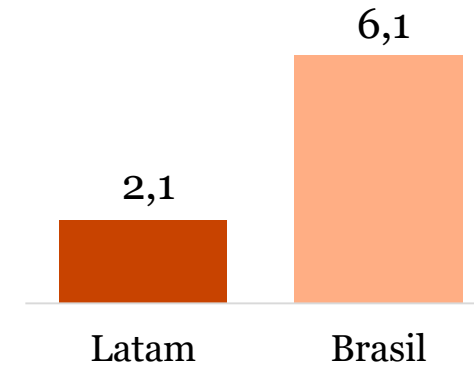
Market Share Natura



Market Share Natura na Venda Direta



Consultora Natura por mil habitantes



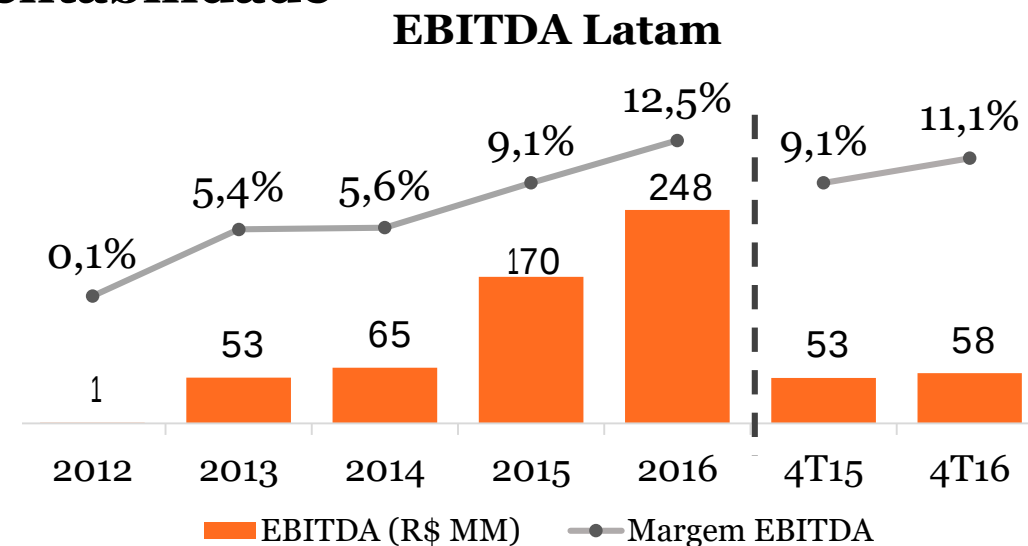
Natura Latam

Preferência de Marca

Forte construção dos atributos valores da marca e performance unindo tecnologia e natureza.



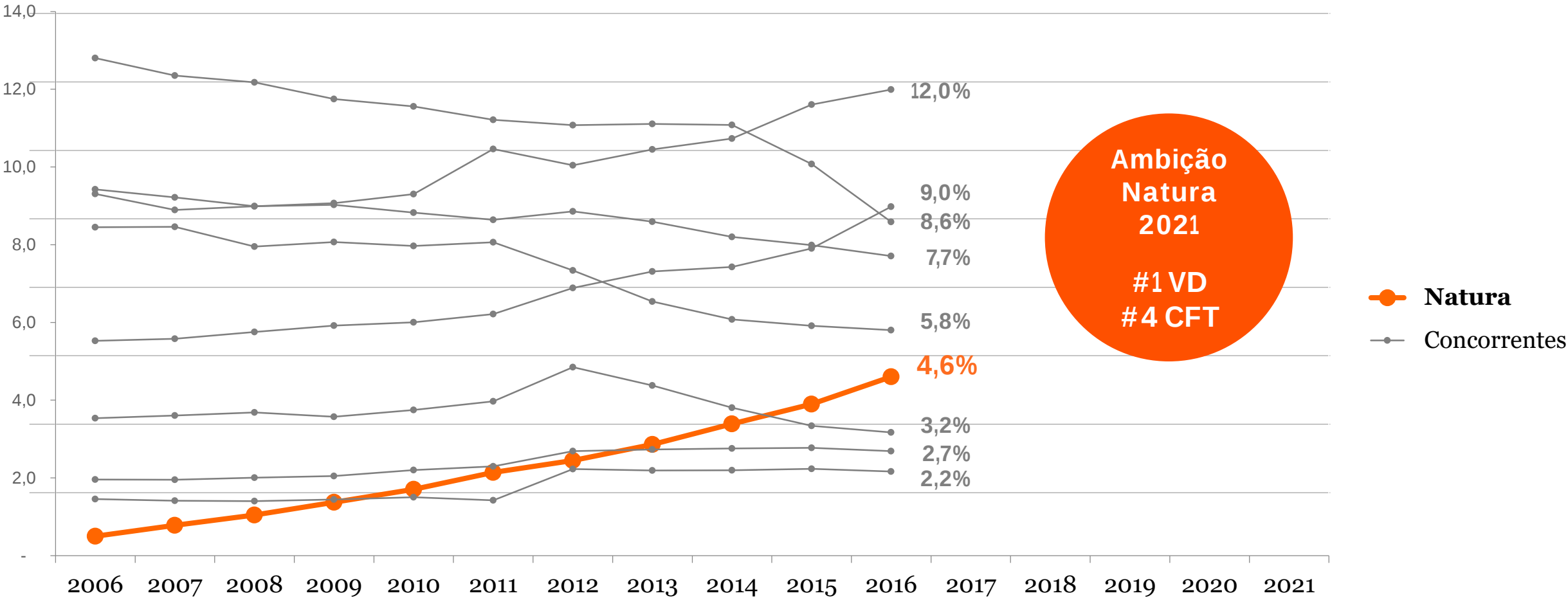
Rentabilidade



Natura está preparada para manter o ritmo de crescimento

- Serviços de operações e logística (34% produção local)
- Time local e reputação positiva
- Revitalização da Venda Direta e multicanalidade

Market Share Total Latam

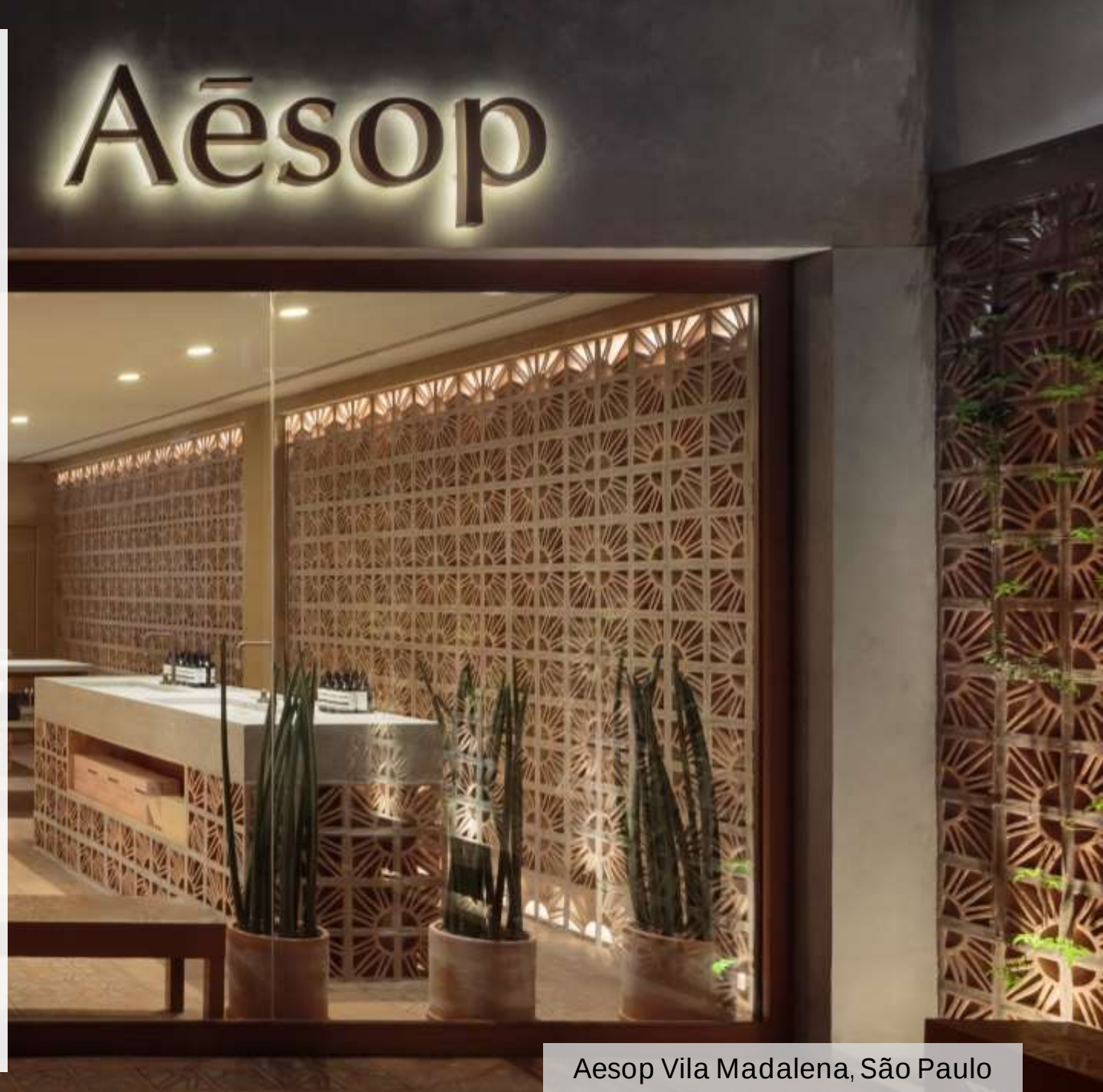


Aesop



Aesop

- ▷ Produtos de alta qualidade, que se comunicam com o consumidor de forma honesta, aberta e sincera
- ▷ Combinação de ingredientes botânicos e científicos com origem comprovada
- ▷ Design e criatividade que desafiam e entusiasmam
- ▷ Conceitos exclusivos de varejo que se conectam às comunidades
- ▷ Serviço exemplar ao consumidor
- ▷ Alto crescimento em *same store sales*



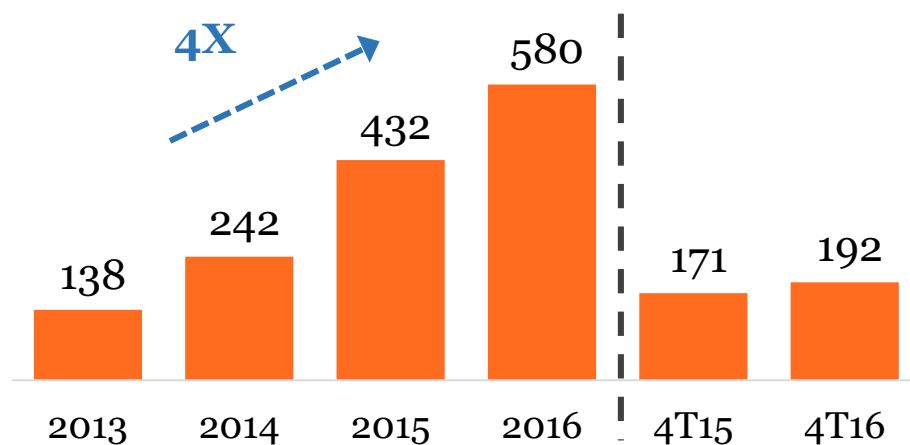
Aēsop



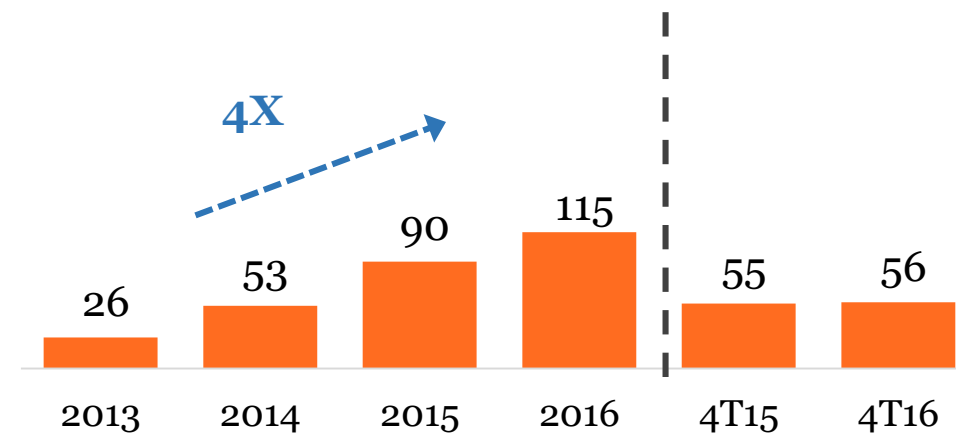
Aesop Vila Madalena, São Paulo

Aesop

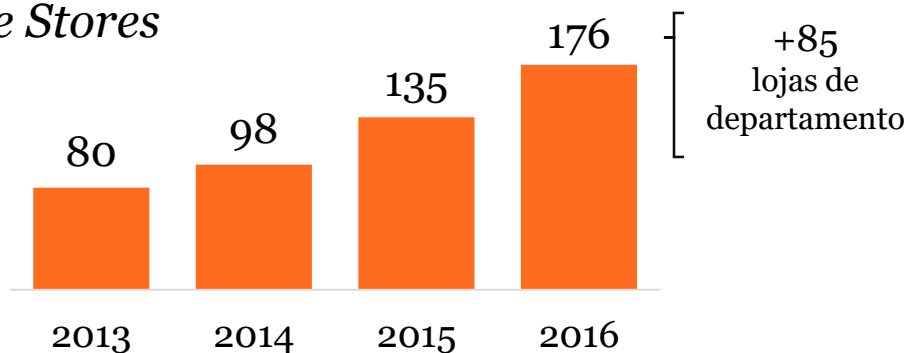
Receita líquida (R\$ MM)



EBITDA (R\$ MM)

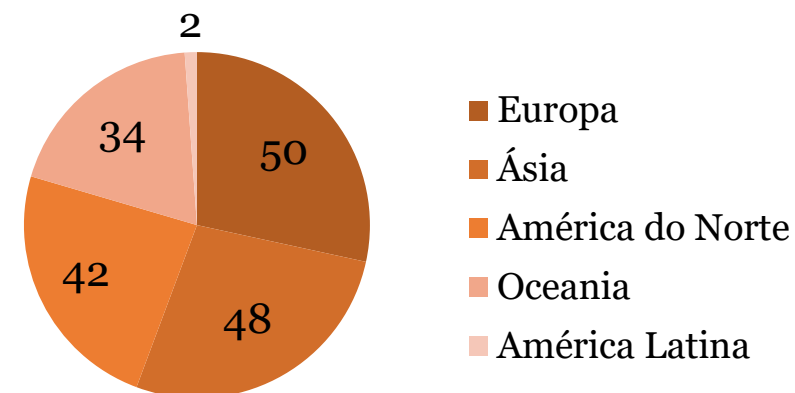


Signature Stores



Países:	2013	2014	2015	2016
	10	14	18	20*

Lojas Aesop por região



* Oceania: Austrália, Nova Zelândia | Ásia: Hong Kong, Malásia, Singapura, Taiwan, Macau, Japão, Coreia | Europa: França, Alemanha, Suíça, Itália, Noruega, Suécia, Dinamarca, Reino Unido | América do Norte: EUA, Canadá | América do Sul: Brasil

Sustentabilidade



Sustentabilidade

Visão 2050 – Impacto Positivo

- ▷ Marcas influenciando Valores e Comportamentos
- ▷ Desenvolvimento Social e Humano de nossa Rede de Relações
- ▷ Gestão de Desempenho Tripple Bottom Line e Práticas Empresariais de Vanguarda
- ▷ Cadeias Produtivas Ecoeficientes a partir da Sociobiodiversidade e da Economia da Floresta em pé

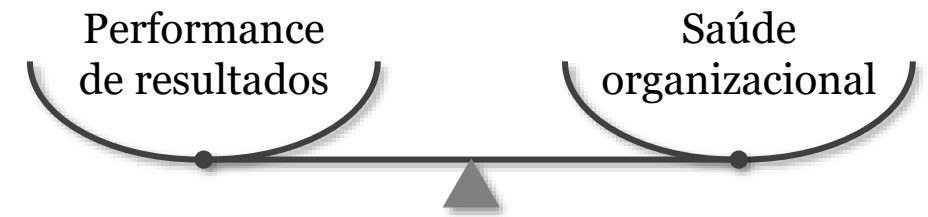
Ambição 2020 com Metas Públicas



Organização e Cultura

Há uma jornada de evolução cultural e organizacional em curso

- ▷ Gente talentosa e engajada
- ▷ Liderança distribuída
- ▷ Autonomia e interdependência (time único)
- ▷ Governança ágil, metas e responsabilidades claras
- ▷ Paixão por cosméticos e pelas relações
- ▷ Orientação externa – consumidora, consultora, concorrência
- ▷ Foco no resultado – Triple Bottom Line



Principais mensagens

- ▷ Retomada do Brasil
- ▷ Transformação da Venda Direta
- ▷ Multicanalidade com foco no Consumidor Final
- ▷ Negócios internacionais com crescimento acelerado
- ▷ Controle de custos e foco na geração de caixa
- ▷ Alinhamento da Organização e Cultura às Necessidades do Negócio
- ▷ Fortalecimento da marca e adequação de portfólio

Perfumaria



Perfumaria

- ▷ Maior categoria do CFT no Brasil e na América Latina.
- ▷ Brasil é o 2º maior mercado do mundo, e a América Latina, o 3º*.
- ▷ Natura é o décimo player global, sendo: líder na perfumaria masculina e vice líder na feminina no Brasil e terceiro player na América Latina.
- ▷ 52 milhões de unidades vendidas em 2016.



Visão Perfumaria

Ser um dos cinco maiores players da categoria no mundo, criando uma nova referência global, por meio de uma *perfumaria autêntica e proprietária*, de qualidade e *alma brasileira*, que engaja indivíduos a viverem e revelarem a *beleza da sua natureza*, estabelecendo relações mais empáticas consigo mesmos, com o outro e com o todo.

Natura Perfumaria

Nossos diferenciais



Inovações Sustentáveis



Arte da Perfumaria



Nossas Marcas

Natura Perfumaria

Nossos diferenciais



Inovações Sustentáveis



Arte da Perfumaria



Nossas Marcas

Inovações Sustentáveis



100% álcool orgânico



20% vidro reciclado



100% PET reciclado no refil

Natura Perfumaria

Nossos diferenciais



Inovações Sustentáveis



Arte da Perfumaria



Nossas Marcas

Núcleo Olfativo
Perfumista In-house
Processo de Co-criação



Paleta Olfativa Natura

2003-2005



BREU BRANCO



PRIPRIOCA



CUMARU



PASSION FRUIT



PITANGA



PARAMELA

2006-2009



COPAÍBA



COCOA



CHESTNUT



CAPITIÚ



PALO SANTO



AÇAÍ



CUPUAÇU



MATE



POEJO

2015-2016



ALLYSUN



PATAQUEIRA



LEMON GRASS



PIPERS



STORAX



ISHPINK

Natura Perfumaria

Nossos diferenciais



Inovações Sustentáveis



Arte da Perfumaria



Nossas Marcas

Portfólio

Prestige Masculino



Evolução do Portfólio

Masstige Masculino



Evolução do Portfólio

Prestige Feminino



Evolução do Portfólio

Masstige Feminino



Evolução do Portfólio

Mass Feminino





A Casa

de Perfumaria
do Brasil



Presentes





Dia
das Mães
Natura.



Mercado cresce através do canal **presentes**.

Presentes são significativos na receita das categorias:

- Perfumaria feminina 33%
- Perfumaria masculina 20%
- Corpo 25%
- Maquiagem 16%

Datas comemorativas concentram 45% da receita.

Aniversários respondem por 55%.

A Natura faz presentes para todos os tipos de histórias.
Íntimas, profissionais, familiares. De quem está junto
há um tempão ou quem está se conhecendo agora.

Pode ser um perfume, um batom, uma sombra colorida para os olhos.
Um creme de corpo, um sabonete com cheiro de flor, um óleo que deixa
a pele iluminada ou um hidratante.

Para celebrar, comemorar, agradecer, pedir desculpas ou declarar amor.
Nossos presentes ajudam a manter viva a história que existe entre as pessoas.
Manter viva a beleza particular de cada encontro.

Por isso é que a gente acredita que um presente é muito mais do que um produto.

Um presente também inclui eu e você.
E o tempo inteiro da nossa história.

Natura. Todo presente conta uma história.

A Natura busca resgatar o significado do ato de presentear, convidando as pessoas a estarem presentes no momento de presentear, colocando em palavras tudo o que sentem e nem sempre é dito.

Presente Dia das Mães Natura.
Tudo de você para sua Mãe.

Dia das Mães
Natura.
Tudo de você
para sua mãe.

Viva sua beleza viva.

inspiração



disponível na
App Store

disponível na
Google play



APIMEC



NATURA COSMÉTICOS S.A.



Perguntas e Respostas





Obrigado