



natura

J.P. Morgan

11<sup>th</sup> Annual Brazil Consumer &  
Healthcare Check-up

# Mapa estratégico

BRASIL

REVITALIZAÇÃO  
VENDA DIRETA

EXPERIÊNCIA DE  
COMPRA  
MULTICANAL

REPOSICIONA-  
MENTO DA MARCA  
NATURA

ARQUITETURA  
DE CATEGORIAS  
E MARCAS

LATAM

FORTALECER  
POSIÇÃO CFT LATAM

INTERNACIONAL

EXPANSÃO PARA NOVOS  
MERCADOS

SUSTENTABILIDADE (Impacto Positivo)

HABILITADORES DA ESTRATÉGIA

INOVAÇÃO

SERVIÇOS DE OPERAÇÕES  
E LOGÍSTICA

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

PESSOAS E CULTURA

EFICIÊNCIA E  
PRODUTIVIDADE

# Prioridades 2017

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



# Natura ganha *market share* no Brazil e reassume a liderança em categorias chaves

- ✓ Marca líder: Colônias e Fragrâncias, no 2º trimestre e no 1º semestre de 2017
- ✓ Marca líder: Cremes Corporais, no 2º trimestre e no 1º semestre de 2017



# Revitalização da Venda Direta

# Proposta de Valor



# 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

# Segmentação do canal



**Consultoras de Beleza Natura**



**Especialistas de Beleza Natura**



**Empresárias de Beleza Natura**

# Plano de Crescimento



## CONSULTORA DE BELEZA

SEMENTE

BRONZE

PRATA

OURO

DIAMANTE

## LÍDER DE NEGÓCIO

PRATA

OURO

DIAMANTE

Ganhos progressivos

Condições Comerciais

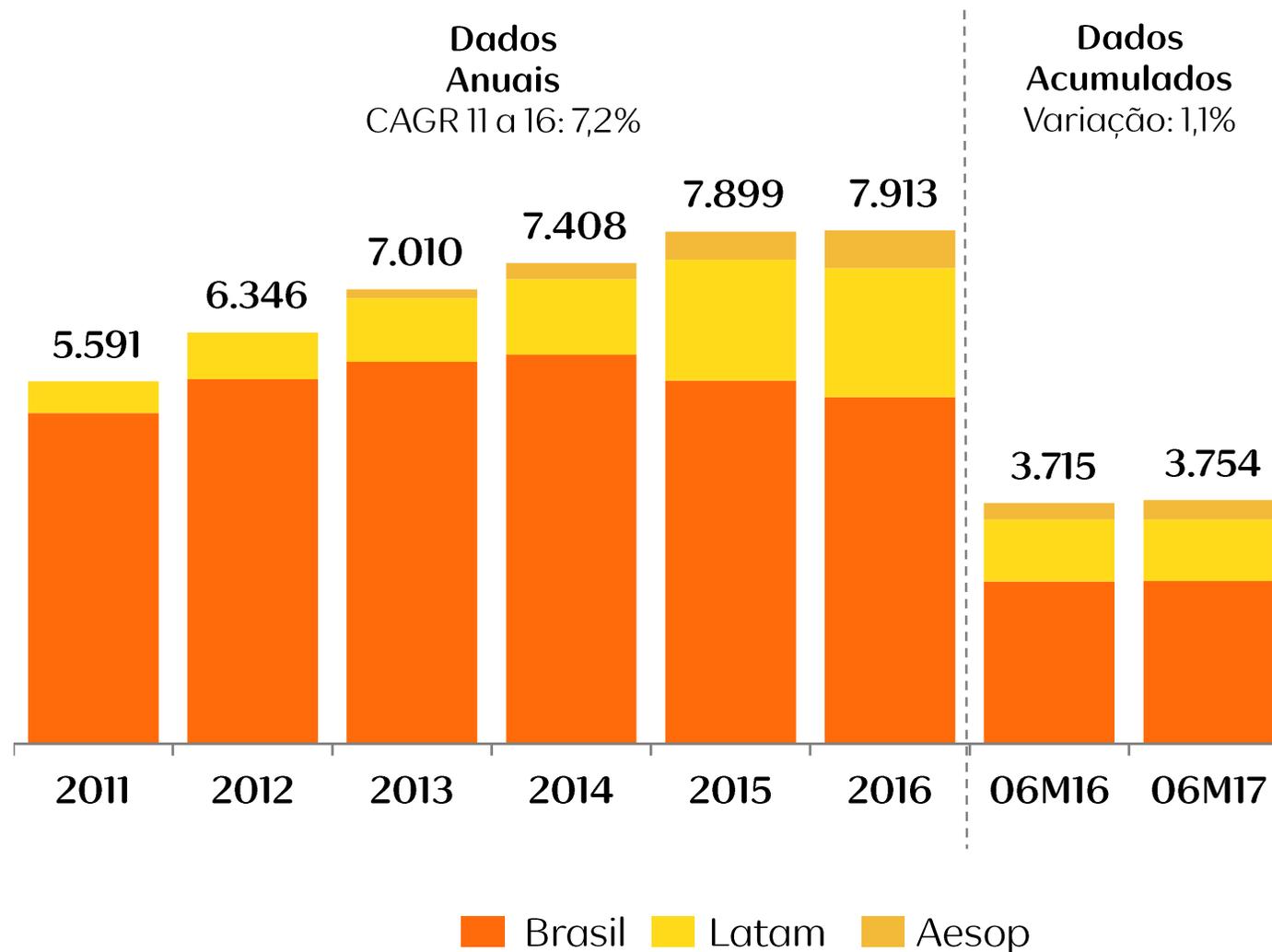
Maior capacitação

Plano de reconhecimento diferenciado

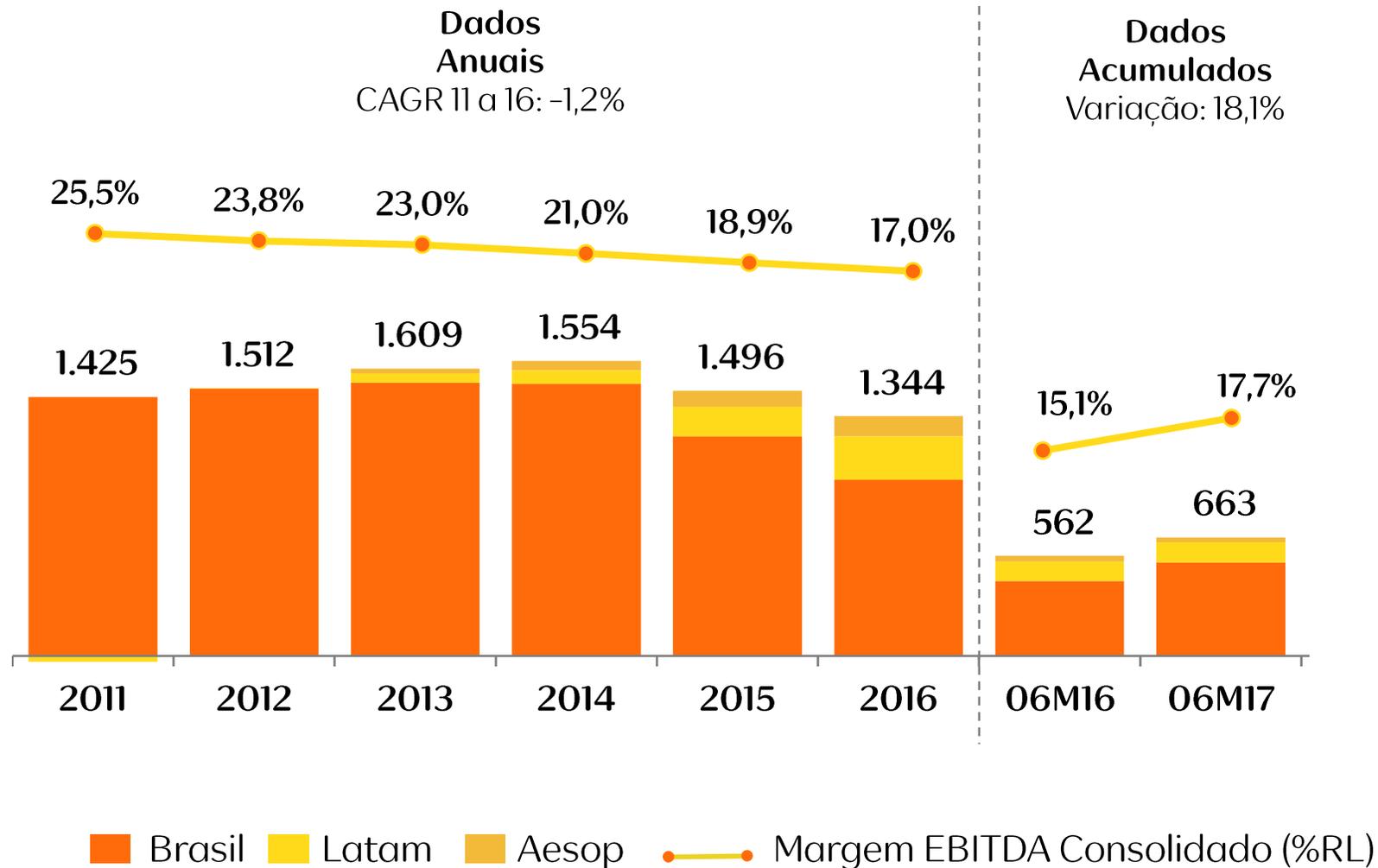


# Resultados Financeiros

# Receita Líquida Consolidada (R\$MM)

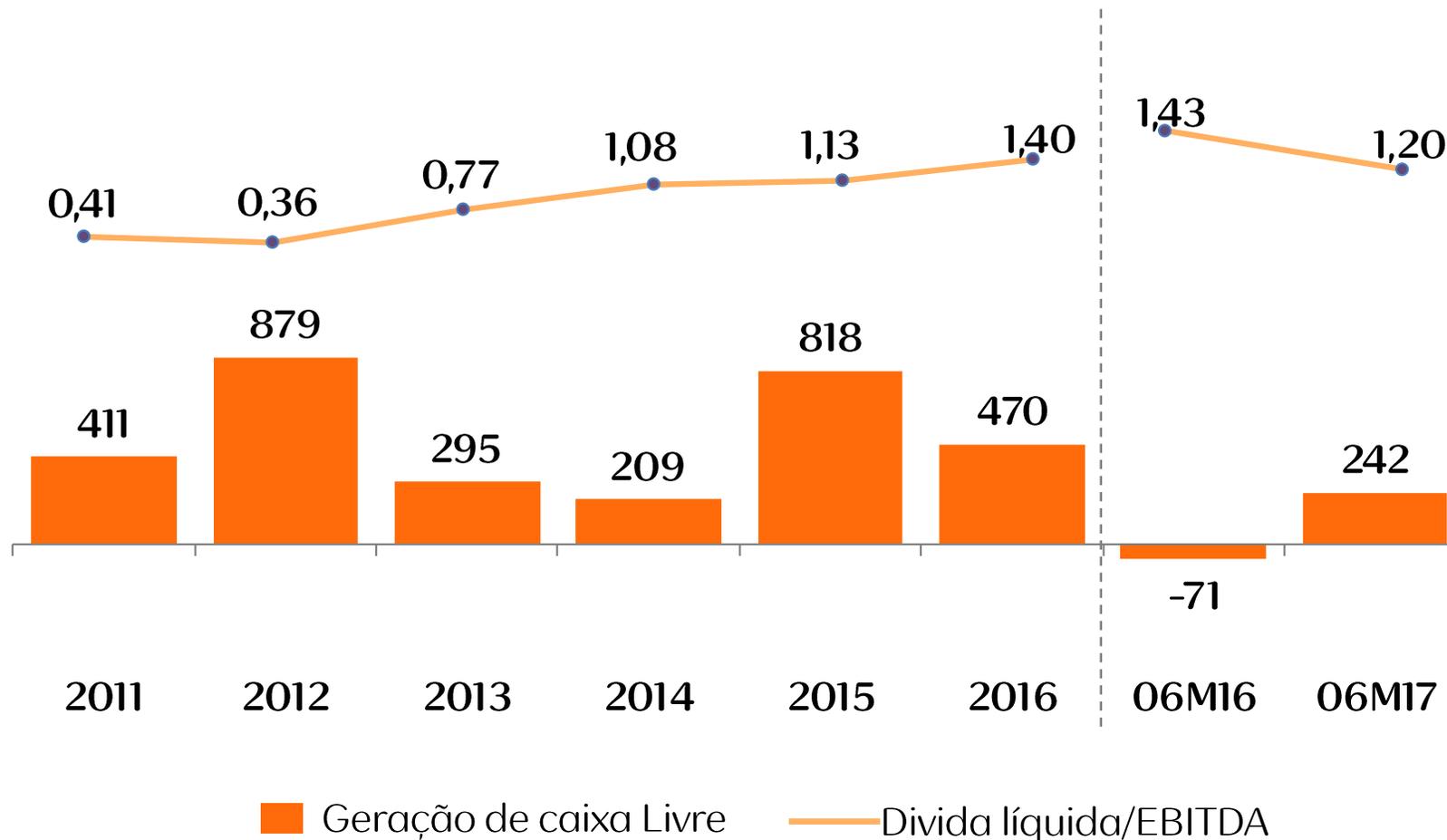


# Ebitda Consolidado (R\$MM)



# Endividamento (R\$MM)

Destaque importante do período, nosso endividamento líquido chegou a 1,20 vez o EBITDA no semestre, contra 1,43 no ano anterior. O nível de endividamento está próximo dos patamares de 2015.



# Geração de Caixa Livre (R\$MM)

Destaque do trimestre, a geração de caixa livre foi de R\$ 225,5 milhões, ou R\$ 129,1 milhões maior do que no 2T16, consequência do maior lucro líquido e da redução do capital de giro, em função principalmente da gestão mais eficiente de contas a pagar e do rigoroso controle dos estoques e dos recebíveis. Este resultado foi obtido ao mesmo tempo em que mantivemos os investimentos em marketing e vendas. No semestre, a geração de caixa foi R\$ 313,3 milhões superior a 2016.

(R\$ milhões)	2T17	2T16	Var. R\$	Var. %	06M17	06M16	Var. R\$	Var. %
<b>Lucro Líquido do Período*</b>	<b>163,5</b>	<b>90,9</b>	<b>72,6</b>	<b>79,8</b>	<b>352,5</b>	<b>21,8</b>	<b>330,7</b>	<b>1.515,0</b>
Depreciações e Amortizações	66,6	64,4	2,2	3,5	134,0	127,4	6,5	5,1
Itens Não Caixa / Outros	(59,9)	64,0	(123,9)	(193,6)	(24,6)	71,6	(96,3)	(134,4)
<b>Geração Interna de Caixa</b>	<b>170,2</b>	<b>219,3</b>	<b>(49,1)</b>	<b>(22,4)</b>	<b>461,8</b>	<b>220,9</b>	<b>240,9</b>	<b>109,1</b>
(Aumento) / Redução do Capital de Giro	116,7	(60,2)	177,0	(293,7)	(124,4)	(181,6)	57,2	(31,5)
<b>Geração Operacional de Caixa</b>	<b>286,9</b>	<b>159,0</b>	<b>127,9</b>	<b>80,4</b>	<b>337,3</b>	<b>39,3</b>	<b>298,1</b>	<b>759,3</b>
Capex	(61,5)	(62,7)	1,2	(2,0)	(95,4)	(110,6)	15,2	(13,8)
<b>Geração de Caixa Livre**</b>	<b>225,5</b>	<b>96,3</b>	<b>129,1</b>	<b>134,1</b>	<b>242,0</b>	<b>(71,4)</b>	<b>313,3</b>	<b>(439,0)</b>

(\*) Lucro Líquido do período atribuível a acionistas controladores da sociedade.

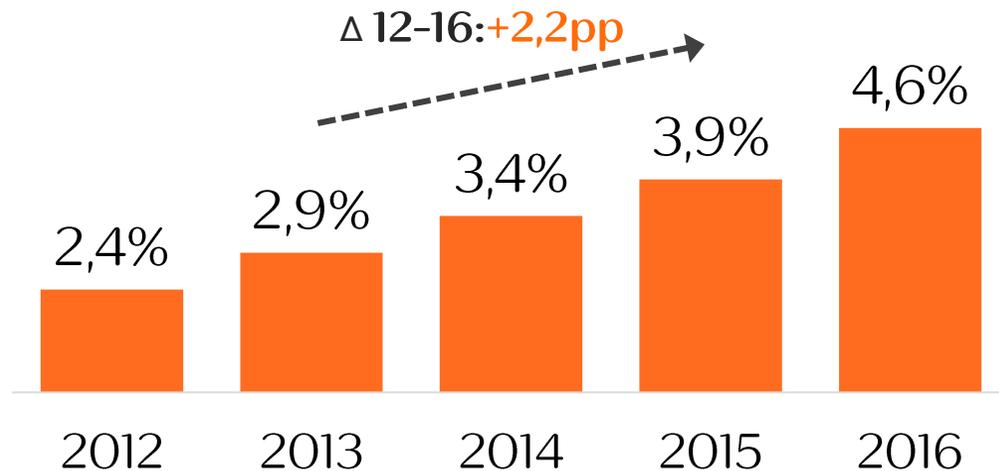
(\*\*) (Geração interna de caixa) +/- (variações no capital de giro e realizável a longo prazo) - (aquisições de ativo imobilizado).



Latam

# Natura Latam

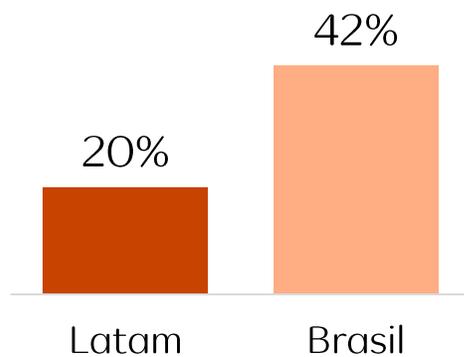
Market Share Natura



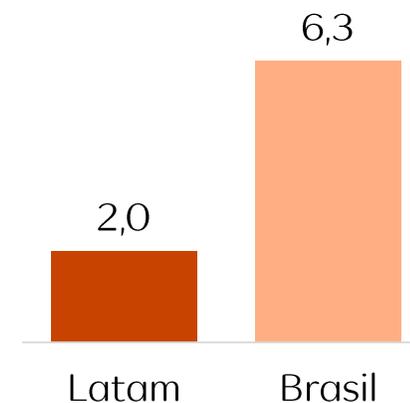
Liderança na VD – CFT em 2 países

- ✓ Argentina
- ✓ Chile

Market Share Natura na Venda Direta

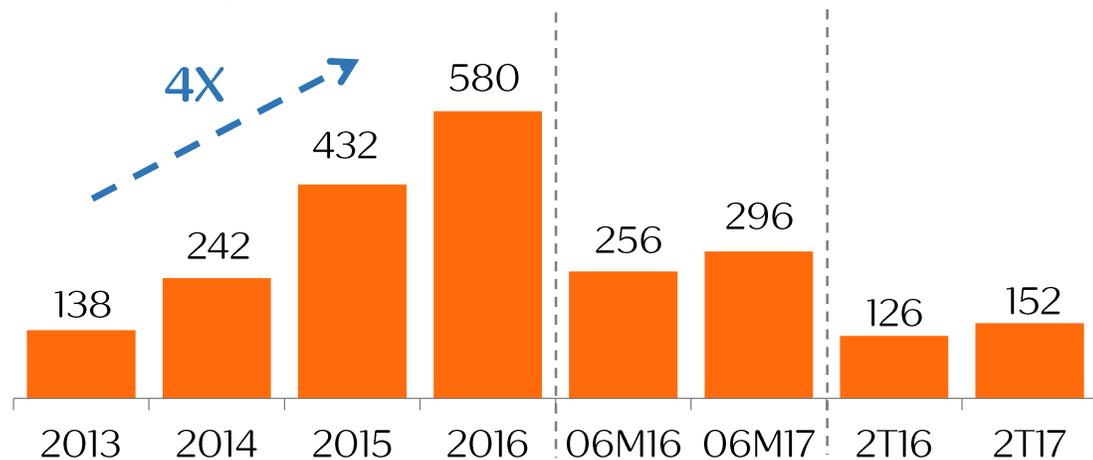


Consultora Natura por mil habitantes

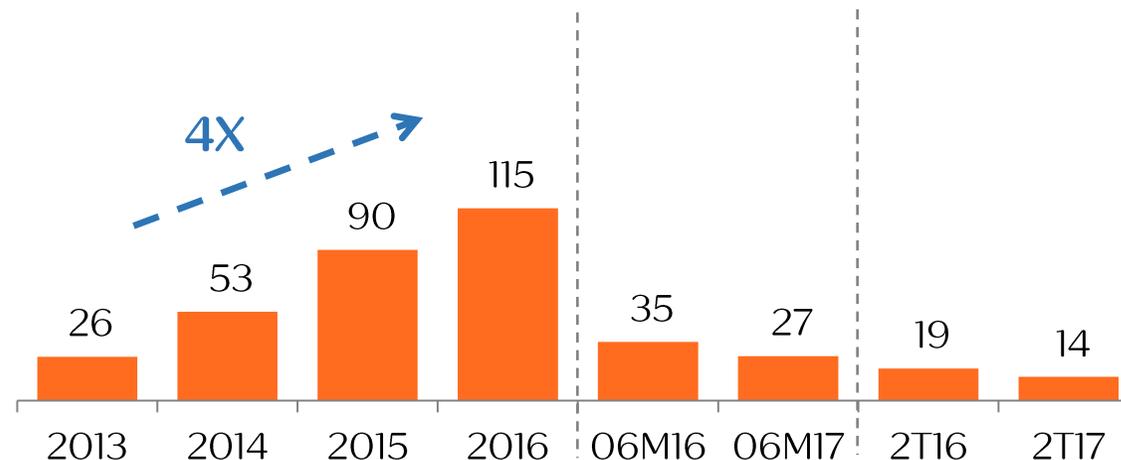


# Aēsop

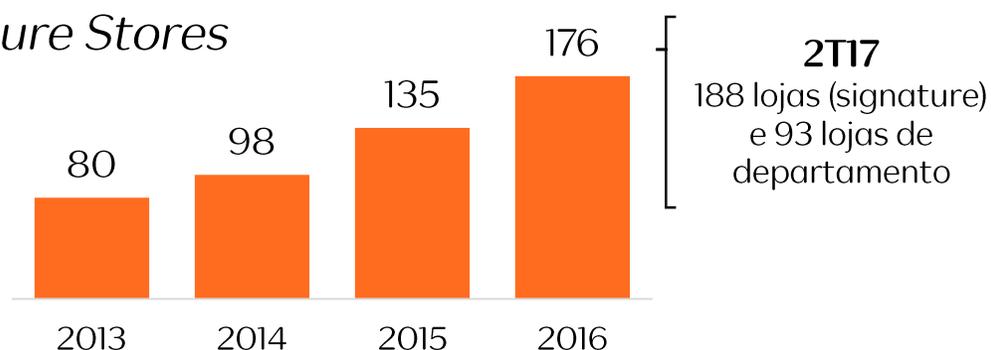
Receita líquida (R\$ MM)



EBITDA



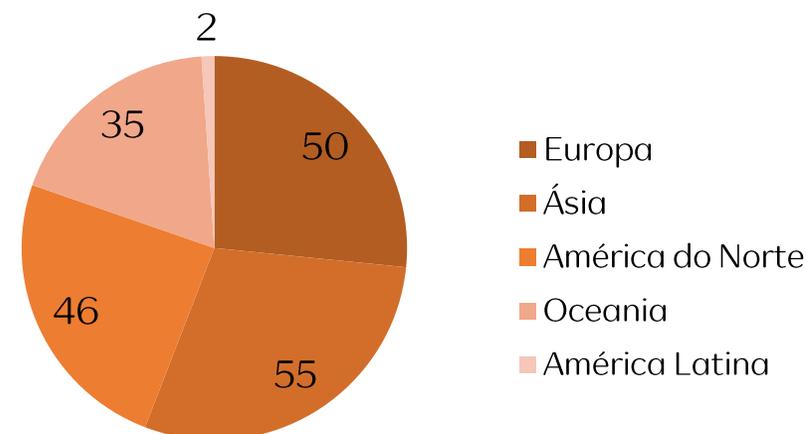
Signature Stores



Países: 2013: 10, 2014: 14, 2015: 18, 2016: 20\*

2T17  
188 lojas (signature)  
e 93 lojas de  
departamento

Lojas Aēsop 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



# The Body Shop

# The Body Shop deal

## Visão Geral da Transação

Natura submeteu uma oferta vinculante para a L'Oreal no valor de € 1 bilhão pela aquisição da The Body Shop.

**Financiamento:** 100% em dívidas emitidas pela Natura Cosméticos S.A.

**Conclusão da Transação:** setembro de 2017.

**Aprovações Regulatórias:** todas obtidas.

## Strategic Rationale

**Líder Global:** Aquisição de uma marca global, para transformação da Natura em líder global Multimarca e Multicanal do setor de cuidados pessoais e beleza.

**Complementariedade:**

- Portfolio de produtos
- Geografia

**Alinhamento:**

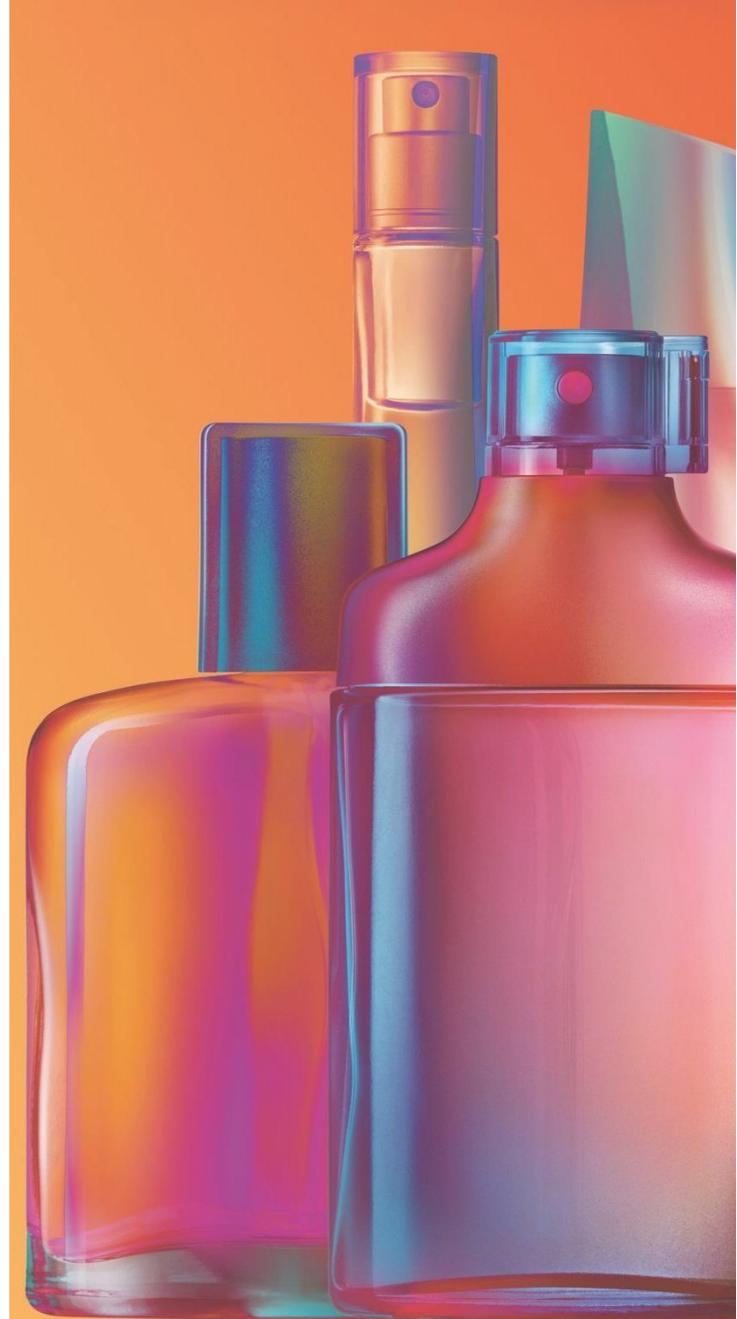
- Visão e Valores de sustentabilidade.

**Natura e Aesop + The Body Shop**

3 marcas, 3 canais, presença global  
Oportunidade de geração de valor através de sinergias de receita e de custo

# 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



obrigado.

