

# RESULTADOS

## 2T17



São Paulo, 26 de julho de 2017 – A Natura Cosméticos S.A. (BM&FBOVESPA: NATU3) anuncia hoje os resultados do segundo trimestre de 2017 (2T17). As informações financeiras e operacionais a seguir, exceto onde indicado o contrário, são apresentadas em base consolidada, de acordo com as normas internacionais de relatório financeiro

# Índice

Introdução .....	1
1. destaques socioambientais.....	6
2. desempenho econômico-financeiro .....	9
2.1. receita.....	10
2.2. inovação e produtos.....	11
2.3. margem bruta.....	12
2.4. despesas operacionais .....	12
2.5. outras despesas e receitas operacionais .....	13
2.6. EBITDA.....	13
2.7. lucro (prejuízo) líquido consolidado.....	14
2.8. fluxo de caixa.....	15
2.9. endividamento.....	15
3. desempenho NATU3 .....	17
4. teleconferência & webcast .....	18
5. relações com investidores.....	18
6. balanço patrimonial.....	19
7. demonstração dos resultados.....	20
8. demonstração dos fluxos de caixa.....	21
9. glossário .....	23

## Introdução

No segundo trimestre de 2017, a receita bruta consolidada da Natura foi de R\$ 2.801,6 milhões (-0,5% vs. 2T16). O EBITDA consolidado foi de R\$ 298,6 milhões (-13,4% vs. 2T16) e o lucro líquido, de R\$ 163,5 milhões (+79,8% vs. 2T16), registrando um aumento de R\$ 72,6 milhões. A geração de caixa livre foi de R\$ 225,5 milhões, contra R\$ 96,3 milhões no 2T16.

No primeiro semestre de 2017, nossa receita bruta consolidada foi de R\$ 5.197,5 milhões, com crescimento de 1,2% em relação ao mesmo período do ano anterior, enquanto a receita líquida foi de R\$ 3.754,4 milhões (+1,1% sobre o 1S16). O EBITDA foi de R\$ 663,2 milhões, 18,1% maior do que no primeiro semestre de 2016, enquanto o lucro líquido foi de R\$ 352,5 milhões, acréscimo de R\$ 330,7 milhões sobre o ano anterior. A geração de caixa no semestre foi de R\$ 242,0 milhões, contra um consumo de caixa de R\$ 71,5 milhões em 2016.

Na visão consolidada, os destaques positivos do período foram o capital de giro, a geração de caixa e o endividamento. A forte geração de caixa de R\$ 225,5 milhões (R\$ 96,3 milhões no 2T16) foi impulsionada pelo maior lucro líquido e pela 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. Esse resultado foi obtido ao mesmo tempo em que aumentamos os nossos investimentos em crescimento. No Brasil, investimos 7,4% a mais em marketing e vendas. Nosso endividamento líquido ficou em 1,20 vez o EBITDA, contra 1,43 no 2T16.

No Brasil, o resultado do segundo trimestre foi influenciado por fatores externos, como o consumo ainda retraído (afetado pelo contexto macroeconômico, com impacto sobre a inadimplência) e um mês de abril com menos dias úteis. Com relação a fatores internos, tivemos o ajuste do nosso calendário comercial, que antecipou parte da "Campanha de Dia das Mães" para o primeiro trimestre, e o início do novo modelo de Venda por Relações, que trouxe ajustes ao canal de venda direta. Diante desse cenário, no Brasil, a receita bruta do segundo trimestre de 2017 retraiu 3,0% sobre o mesmo período do ano anterior. No acumulado do ano, a receita bruta ficou estável (+0,3% vs. 1S16).

O lançamento do novo modelo de Venda por Relações, em maio, mostrou resultados iniciais animadores. Observamos o crescimento da produtividade das consultoras, além da boa performance de categorias-chave, que são indicativos muito positivos dessa renovação do canal, em linha com nossos planos. Em produtos, seguimos investindo no fortalecimento de Corpo, Perfumaria e Presentes, que têm trazido retornos alinhados às nossas expectativas.

Na América Latina, tivemos um crescimento saudável da receita bruta, de 15,6% em moeda local, no segundo trimestre de 2017. Em BRL, o crescimento de 3,0% da receita bruta no trimestre foi resultado da valorização da moeda brasileira sobre a cesta de moedas da região. Em termos reais, nosso crescimento na região continua robusto. Em termos nominais, a taxa de crescimento refletiu a redução da inflação na Argentina. Já o Peru tem enfrentado desafios políticos e econômicos, após as catástrofes climáticas que atingiram o país.

A Aesop, por sua vez, reportou um forte crescimento de 30,6% em AUD, impulsionado pelo aumento das vendas mesmas lojas de 12% e pela inauguração de 33 lojas exclusivas. Em BRL, o crescimento foi de 20,3%, em função da valorização da moeda brasileira no período.

A Natura celebrou, em maio, sua recertificação como B Corp (ou Empresa B), e segue sendo a maior empresa do setor industrial a fazer parte desse movimento global, que reúne companhias que priorizam a geração de impacto ambiental e social positivo. Em junho, todas as comunidades agroextrativistas com quem a Natura se relaciona obtiveram a certificação UEBT (União para o BioComércio Ético), garantindo a verificação da sustentabilidade e do comércio ético na cadeia produtiva. E, no primeiro semestre de 2017, o programa Educação CN obteve 14.649 novas matrículas – são consultoras e seus familiares que retomaram os estudos, por meio de cursos presenciais e à distância.

Abaixo segue nosso resultado consolidado:

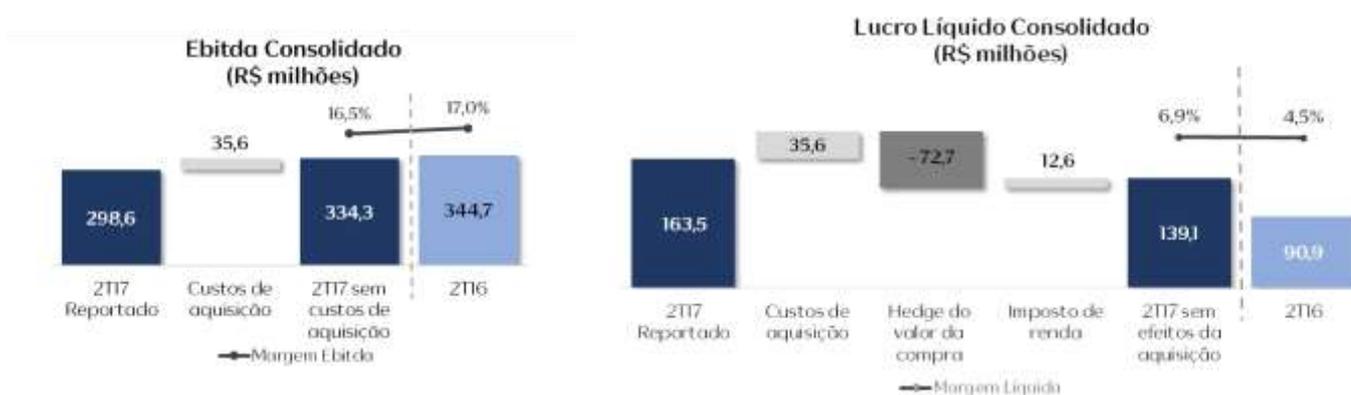
(R\$ milhões)	Pró-Forma					
	2T17	2T16	Var. (%)	06M17	06M16	Var. (%)
Receita Bruta Brasil	1.943,7	2.003,5	(3,0)	3.626,5	3.615,2	0,3
Receita Bruta Internacionais	857,9	812,0	5,7	1.571,0	1.520,3	3,3
<b>Receita Bruta Consolidada</b>	<b>2.801,6</b>	<b>2.815,5</b>	<b>-0,5</b>	<b>5.197,5</b>	<b>5.135,5</b>	<b>1,2</b>
Receita Líquida Brasil	1.344,8	1.376,2	(2,3)	2.503,7	2.497,9	0,2
Receita Líquida Internacionais	681,0	649,5	4,9	1.250,7	1.217,5	2,7
<b>Receita Líquida Consolidada</b>	<b>2.025,8</b>	<b>2.025,7</b>	<b>0,0</b>	<b>3.754,4</b>	<b>3.715,4</b>	<b>1,1</b>
<i>% Participação Receita Líquida Internacionais</i>	<i>33,6%</i>	<i>32,1%</i>	<i>1,6 pp</i>	<i>33,3%</i>	<i>32,8%</i>	<i>0,5 pp</i>
EBITDA Brasil*	248,6	270,9	(8,3)	567,5	427,3	32,8
<i>% Margem EBITDA Brasil</i>	<i>18,5%</i>	<i>19,7%</i>	<i>(1,2) pp</i>	<i>22,7%</i>	<i>17,1%</i>	<i>5,6 pp</i>
EBITDA Internacionais	85,7	73,8	16,1	131,4	134,5	(2,3)
<i>% Margem EBITDA Internacionais</i>	<i>12,6%</i>	<i>11,4%</i>	<i>1,2 pp</i>	<i>10,5%</i>	<i>11,0%</i>	<i>(0,5) pp</i>
<b>EBITDA Consolidado**</b>	<b>298,6</b>	<b>344,7</b>	<b>(13,4)</b>	<b>663,2</b>	<b>561,7</b>	<b>18,1</b>
<i>% Margem EBITDA Consolidada</i>	<i>14,7%</i>	<i>17,0%</i>	<i>(2,3) pp</i>	<i>17,7%</i>	<i>15,1%</i>	<i>2,5 pp</i>
Lucro Líquido (Prejuízo) Consolidado***	163,5	90,9	79,8	352,5	21,8	n/a
<i>% Margem Líquida Consolidada</i>	<i>8,1%</i>	<i>4,5%</i>	<i>3,6 pp</i>	<i>9,4%</i>	<i>0,6%</i>	<i>8,8 pp</i>
Geração Interna de Caixa	170,2	219,3	22,4	461,8	220,9	(109,1)
Geração de Caixa Livre	225,5	96,3	(134,1)	242,0	(71,4)	n/a
Dívida Líquida / EBITDA	n/a	n/a	n/a	1,20	1,43	(16,0)

(\*)Para efeitos de apresentação pró-forma, exclui do resultado do Brasil os custos de aquisição incorridos no 2T17.

(\*\*)Inclui no resultado consolidado os custos de aquisição incorridos no 2T17.

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

O resultado consolidado do 2T17 foi impactado pelos custos de aquisição da The Body Shop. A seguir demonstramos esses efeitos no EBITDA e no lucro líquido:



O EBITDA consolidado sem os custos de aquisição foi de R\$ 334,3 milhões no 2T17, 3,0% menor que o do 2T16, sobretudo por:

\_maiores despesas com vendas e marketing no Brasil em R\$ 38,9 milhões (+7,4%) sobre o 2T16, consequência de maior investimento em mídia e na rede de relações, como treinamento, eventos e remuneração.

\_novo incentivo de longo prazo para os executivos-chave da Aesop, alinhado com a geração de valor do negócio. Esse plano tem prazo determinado, com impacto até junho de 2019.

\_os efeitos acima foram parcialmente compensados por um aumento do EBITDA da Latam de 33,8% (R\$ 19,8 milhões), em função da melhor margem bruta e da diluição das despesas pelo crescimento do negócio.

O lucro líquido consolidado sem os custos de aquisição foi de R\$ 139,1 milhões no 2T17, 52,8% maior que o 2T16, devido principalmente aos seguintes fatores:



\_EBITDA consolidado menor em R\$ 10,4 milhões;

\_Despesas financeiras líquidas menores em R\$ 120,4 milhões, devido a: menor despesa financeira sobre empréstimos e financiamentos, pela redução da taxa CDI; menor custo de captação e redução da dívida bruta; despesas com atualização do passivo para compra da Aesop e marcação a mercado do hedge correspondente no 2T16; variações cambiais operacionais positivas no Brasil e na Latam.

\_maior despesa de Imposto de Renda, de R\$ 60,2 milhões, basicamente em função do maior LAIR – Lucro Antes do Imposto de Renda – no período.

### Brasil

Seguimos focados na transformação do nosso negócio no Brasil e avançamos com a implementação do plano de revitalização do nosso modelo comercial, com o lançamento, em maio, da nova Venda por Relações. Ela é a prioridade estratégica da empresa e busca melhorar a proposta de valor oferecida às nossas consultoras, aumentando sua qualificação, sua produtividade e seus ganhos.

A nova estrutura comercial para a venda direta se apoia em três pilares principais: i) introdução da Líder de Negócios, que substitui a Consultora Natura Orientadora, com um papel focado no empreendedorismo; ii) novas possibilidades de retorno para as consultoras, com maiores ganhos quanto maior for sua dedicação à Natura; iii) campanhas de comunicação e atração.

Em julho, avançaremos com a segunda parte do nosso plano, quando todas as nossas consultoras passarão a integrar cinco diferentes estágios de progressão como Consultora de Beleza Natura. A cada

degrau alcançado, aumentam os percentuais de lucro, prêmios e incentivos. Não obstante a queda no tamanho do canal verificada no segundo trimestre de 2017, que já era antecipada por nós, e a despeito da receita pressionada no período, é importante notar que a produtividade foi 4,2% maior que no 2T16, quando a produtividade já havia crescido 1,2%.

Nossa campanha de Perfumaria iniciada no primeiro trimestre, "A Casa de Perfumaria do Brasil", teve resultados acima do esperado, e a categoria fechou o semestre com forte crescimento sobre o ano anterior. No trimestre, iniciamos o movimento de apoio à categoria Corpo, cujos resultados preliminares são promissores. A linha de maquiagem Faces, que foi relançada no final do primeiro trimestre, também tem tido resultados bastante animadores.

O [Rede Natura](#), nossa plataforma de vendas online, continua com o forte crescimento de 3 dígitos e com EBITDA positivo. Sua base de consumidores já chegou a 1,9 milhão no Brasil, enquanto o App Natura (voltado para o consumidor final), já conta com 235 mil usuários ativos.

No varejo, fechamos o trimestre com 15 lojas exclusivas Natura em shopping centers no Estado de São Paulo (10) e na cidade do Rio de Janeiro (5). A linha Sou já é distribuída em mais de 3.100 mil drogarias, e passamos a distribuir Faces em 53 destes pontos.

A receita bruta acumulada no semestre cresceu 0,3% sobre o ano anterior. Nossa margem bruta expandiu 1,8pp no período, impulsionada pela menor pressão cambial sobre nossos custos de insumos e pelo mix de produtos.

O EBITDA foi 8,3% menor no trimestre, impactado pelos efeitos abaixo:



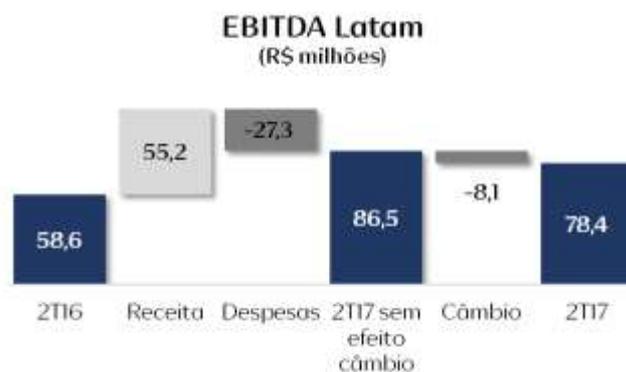
## Operações internacionais

### Latam

No 2T17, a receita bruta cresceu 15,6% em moeda local, com ganhos em unidades vendidas, expansão do canal e maior produtividade.

O EBITDA teve expansão de 37,8% em moeda local, em função da eficiente gestão de gastos e melhor margem bruta em relação ao 2T16.

Em BRL, apesar da apreciação da moeda brasileira, o crescimento de receita foi de 3,0% no 2T17, em comparação ao 2T16, e o EBITDA cresceu 33,8%.



No acumulado do ano, em moeda local, a receita bruta cresceu 19,0%, enquanto o EBITDA avançou 20,4%. Em BRL, a receita bruta cresceu 0,9% e o EBITDA 6,8%, notadamente impactados pela apreciação da moeda brasileira.

Os destaques positivos continuam sendo Argentina, México e Colômbia, com forte crescimento de receita no trimestre e no acumulado do ano, enquanto o Peru vem enfrentando desafios decorrentes de seu contexto político e econômico.

#### Aesop

A Aesop manteve o crescimento acelerado em AUD no trimestre, com receita bruta 30,6% maior que no 2T16, impulsionada pela evolução das vendas mesmas lojas ao redor de 12% nos últimos 12 meses, e pela inauguração de 33 lojas desde o 2T16, totalizando 188 lojas exclusivas em junho de 2017.

O EBITDA em dólares australianos contraiu 18,1% no trimestre, impactado pelo novo incentivo de longo prazo para os executivos-chave da empresa, alinhado com a geração de valor do negócio. Em BRL, no trimestre, a receita cresceu 20,3% e o EBITDA retraiu 25,1%, com apreciação da moeda brasileira no período.

No 1S17 a receita bruta em dólares australianos cresceu 31,0% e o EBITDA declinou 14,3%. Em BRL, a receita avançou 15,6% sobre o 1S16, enquanto o EBITDA decresceu 24,2%.

#### The Body Shop

No dia 9 de junho de 2017, anunciamos a negociação exclusiva para aquisição da empresa britânica de cosméticos The Body Shop, pelo valor de 1 bilhão de euros, e no dia 26 de junho, ocorreu a assinatura do contrato de compra. A conclusão da transação ainda aguarda aprovações de órgãos regulatórios, que deve ocorrer nos próximos meses.

Estamos muito confiantes no sucesso da união entre Natura, Aesop e The Body Shop, pela complementaridade da presença internacional e dos canais de distribuição e portfólios, pelo uso sustentável da biodiversidade, pela ética na gestão, pelo relacionamento justo com as comunidades com quem trabalhamos e pelo uso da inovação. Manteremos o mercado informado dos avanços no processo de aquisição.

## 1. destaques socioambientais

Em maio, a Natura celebrou sua recertificação como B Corp (ou Empresa B), em um evento para 450 pessoas na Casa Natura Musical, em São Paulo. Intitulado “Diálogos sobre a Nova Economia”, ele buscou alavancar esse movimento global de empresas que colocam os negócios a serviço da geração de transformações positivas no planeta. A Natura continua sendo a maior companhia industrial entre todas as B Corps do mundo. O levantamento incluiu as Operações Internacionais e a Aesop, e o resultado alcançou 120 pontos – a média de pontos das B Corps industriais é de 105 pontos.

O mês de junho teve como marco a obtenção da certificação UEET (União para o BioComércio Ético) para todas as comunidades agroextrativistas com quem a Natura se relaciona comercialmente. Com esse sistema de verificação, que rastreia todos os insumos da cadeia produtiva, é possível garantir o comércio ético com as comunidades locais, a repartição de benefícios e a implantação de planos de manejo sustentável.

A Natura relançou em junho toda a linha Natura Homem. Seus produtos combinam ativos brasileiros – como cacau, cupuaçu, murumuru e copaíba – ao conhecimento científico de ponta na área da cosmética. Também apresentamos ao mercado Natura Ekos Cumarú, em que, pela primeira vez, a linha Ekos oferece um produto para perfumar a casa, o Perfume de Ambientes. O uso de ingredientes da biodiversidade, nos dois casos, segue nossa estratégia de agregar cada vez mais valor à floresta em pé.

A atuação inovadora da Natura, aliás, recebeu um importante reconhecimento em junho. No Prêmio Nacional de Inovação, da Confederação Nacional da Indústria e do Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), vencemos na categoria Inovação Organizacional. Além disso, fomos finalistas nas áreas de Inovação de Produto e Gestão da Inovação.

O programa Educação CN, criado em 2016 para nossas consultoras a partir dos resultados do índice IDH-CN, obteve, no primeiro semestre de 2017, 14.649 novas matrículas. São consultoras e seus familiares que voltaram aos estudos por meio de cursos presenciais e à distância, em todo o Brasil. O período teve inclusão de uma nova oferta de aprendizagem, intitulada “Cidadania”. O objetivo dessa trilha de conhecimento é fazer com que a consultora tenha mais clareza sobre seus direitos e, com isso, consiga refletir sobre como ela pode ajudar a construir uma sociedade mais justa, para as mulheres e para todos.

Indicador	Unidade	Ambição 2020	Resultado 2T17	Resultado 2016
Emissão relativa de carbono (escopo 1, 2 e 3)	kg CO2/kg prod faturado	2,15	3,34	3,17
% material reciclado pós consumo <sup>1</sup>	% (g mat reciclado/g emb.)	10,0	4,6	4,3
Embalagens ecoeficientes <sup>2</sup>	% (unid. Faturadas emb. Ecoef/unid fat. Totais)	40	20	20
Consumo de insumos Amazônicos em relação ao consumo total Natura	% (R\$ insumos amazônicos/ R\$ insumos totais)	30,0	18,8	19,1
Volume acumulado de negócios na região PAM Amazônica <sup>3</sup>	R\$ milhões	1.000,0	1.079,0	972,6
Consumo de água	litros / unidades produzidas	0,32	0,53	0,53
Arrecadação da linha Crer para Ver - Global <sup>4</sup>	R\$ milhões	46,9	17,1	38,2

<sup>1</sup> O indicador considera o % de materiais de embalagens que provêm de reciclagem pós-consumo em relação ao total de massa de embalagem faturada.

<sup>2</sup> Indicador de embalagens ecoeficientes são aquelas que apresentam redução de no mínimo 50% de peso em relação a embalagem regular/similar; ou que apresentam 50% de sua composição com MRPC e/ou material renovável desde que não apresentem aumento de massa.

<sup>3</sup> Valores acumulados desde 2011.

<sup>4</sup> Refere-se ao lucro antes do desconto do imposto de renda (IR) acumulado do ano destinado ao Fundo da linha Crer para Ver

Emissão relativa de carbono (escopo 1, 2 e 3): Crescimento de emissão relativa em relação a 2016, conforme já previsto, em virtude do menor volume de vendas no Brasil e da queda na eficiência das emissões de carbono, em função das projeções de negócios. Continuamos buscando reverter esta situação, melhorando a eficiência no transporte para as consultoras no Brasil, com diversificação da frota (utilizando carros elétricos e bicicletas) e o aumento do uso de materiais de menor impacto ambiental em nossos produtos. A Natura foi uma das fundadoras do Programa de Logística Verde Brasil (PLVB), com outras 6 grandes empresas, com o objetivo de compartilhar boas práticas e fomentar a inovação de baixo carbono em nosso processo logístico.

Percentual de material reciclado pós-consumo: Iniciativas estruturantes para a expansão do uso de vidro reciclado na perfumaria continuam trazendo bons resultados. O objetivo é de que todos os itens da perfumaria passem a utilizar vidro reciclado pós-consumo. Para tanto, estamos diversificando as fontes de captação de vidro pós-consumo, incluindo o fornecimento de cooperativas de catadores e abrangendo todos os fornecedores de frascos na estratégia.

Embalagens ecoeficientes: Resultado nos mesmos patamares do ano anterior. Além de retomar o incentivo, junto aos consumidores, ao uso de produtos com embalagens ecoeficientes, é necessário ampliar o número de embalagens com material de origem renovável e com material reciclado pós-consumo no portfólio, além das opções de refilagem.

Consumo de insumos Amazônicos em relação ao consumo total da Natura: Tendência de recuperação em relação ao período anterior, dado o maior consumo de alguns ativos de maior valor agregado, que compensa a menor demanda de óleo de palma, já prevista.

Volume acumulado de negócios na região Pan-Amazônica: Resultado acumulado desde 2011 permanece superando o projetado para o período, seja pela compra de insumos produtivos, seja pelos investimentos em nosso parque tecnológico, o Ecoparque.

Consumo de água: O consumo relativo de água do processo produtivo encerra o segundo trimestre de 2017 em linha com o resultado de 2016. O resultado estável decorre da redução de volume de produção, concomitante com projetos de otimização dos processos de reutilização de água no ciclo fabril, visando à redução do consumo de água. A partir da análise do nosso EP&L e pegada hídrica, que contemplam toda a cadeia de valor da empresa, constatamos que o uso dos produtos representa um impacto muito maior em relação a etapa industrial. Direcionaremos nossos esforços em uma gestão compartilhada com o consumidor para a redução desse impacto.

Arrecadação da linha Crer para Ver (Educação): A linha Crer Para Ver manteve a presença nas datas comemorativas através de lançamentos de produtos exclusivos, além da retomada da categoria de itens para a casa, com as novas tigelas de cerâmica. No primeiro semestre, no Brasil, houve aumento do número de consultoras que se engajam com a causa por meio dos produtos, aproximadamente em 185mil por ciclo (a cada 21 dias). A marca segue com ganho de lucratividade com impacto positivo na arrecadação que será investida em educação, iniciativa conduzida pelo Instituto Natura. Os benefícios de educação para as consultoras Natura continuam em expansão de adesões e com ampliação de oferta, como orientação financeira e engajamento nos direitos das mulheres.

## 2. desempenho econômico-financeiro

A partir do segundo trimestre de 2015 as informações por segmento ficaram segregadas da seguinte forma: "Brasil", "Latam" (operações na América Latina, incluindo o Corporativo Latam), e "Aesop" (inclui os resultados das holdings Natura Brasil Pty Ltd. e Natura Cosmetics Australia Pty Ltd., sediadas na Austrália).

Disponibilizamos a série histórica desde 2011 no novo formato no link abaixo:

<http://natu.foinvest.com.br/static/ptb/balancos-iterativos.asp?idioma=ptb>

Trimestre	Pró-Forma											
	(R\$ milhões)			Brasil			Latam			Aesop		
	2T17 <sup>(a)</sup>	2T16	Var%	2T17 <sup>(b)</sup>	2T16	Var%	2T17	2T16	Var%	2T17	2T16	Var%
Consultoras - final do período ('000) <sup>2</sup>	1.775,4	1.863,8	(4,7)	1.206,9	1.327,2	(9,1)	568,2	535,6	6,1	-	-	-
Consultoras Média do período ('000)	1.794,4	1.855,4	(3,3)	1.234,8	1.326,6	(6,9)	559,3	527,8	6,0	-	-	-
Unidades de produtos para revenda (milhões)	107,6	116,9	(8,0)	73,4	83,9	(12,6)	32,3	31,6	2,2	1,8	1,2	51,8
Receita Bruta	2.801,6	2.815,5	(0,5)	1.943,7	2.003,5	(3,0)	688,3	668,2	3,0	167,5	139,2	20,3
Receita Líquida	2.025,8	2.025,7	0,0	1.344,8	1.376,2	(2,3)	527,6	519,6	1,5	151,7	126,1	20,3
CMV (605,3)	(638,5)	(5,2)	(415,9)	(444,0)	(6,3)	(172,6)	(180,4)	(4,3)	(15,4)	(13,3)	15,3	
Lucro Bruto	1.420,5	1.387,2	2,4	928,8	932,2	(0,4)	355,0	339,2	4,6	136,3	112,7	20,9
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(809,7)	(770,6)	5,1	(566,5)	(527,6)	7,4	(221,0)	(222,0)	(0,5)	(17,5)	(16,2)	8,3
Despesas Adm, P&D, TI e Projetos	(356,2)	(331,8)	7,4	(177,1)	(179,0)	(1,1)	(61,8)	(64,2)	(3,7)	(114,5)	(86,1)	32,9
Outras Receitas / (Despesas) Operacionais, líquidas <sup>(c)</sup>	(22,6)	(4,4)	n/a	12,5	(4,9)	n/a	0,7	0,1	n/a	(0,1)	0,4	(140,9)
Receitas / (Despesas) Financeiras, líquidas <sup>(c)</sup>	14,1	(178,9)	107,9	(67,5)	(164,4)	(58,9)	0,5	(10,6)	(104,9)	8,5	(3,9)	n/a
Lucro antes do IR/CSLL	246,1	101,4	142,7	130,2	56,3	131,2	73,4	42,5	72,6	12,7	6,9	83,7
Imposto de Renda e Contribuição Social <sup>(c)</sup>	(82,6)	(9,9)	n/a	(48,5)	7,0	n/a	(14,2)	(13,2)	7,8	(7,4)	(3,7)	99,0
Participação de não controladores	0,0	(0,6)	(100,0)	-	-	-	-	-	-	0,0	(0,6)	(100,0)
Lucro Líquido <sup>(d)</sup>	163,5	90,9	79,9	81,7	63,3	29,1	59,2	29,4	101,7	5,3	2,6	105,6
EBITDA	298,6	344,7	(13,4)	248,6	270,9	(8,3)	78,4	58,6	33,8	14,4	19,2	(25,1)
Margem Bruta	70,1%	68,5%	1,6 pp	69,1%	67,7%	1,3 pp	67,3%	65,3%	2,0 pp	89,9%	89,4%	0,4 pp
Despesas Vendas, Marketing e Logística/Receita Líquida	40,0%	38,0%	1,9 pp	42,1%	38,3%	3,8 pp	41,9%	42,7%	(0,8) pp	11,5%	12,8%	(1,3) pp
Despesas Adm, P&D, TI e Projetos/Receita Líquida	17,6%	16,4%	1,2 pp	13,2%	13,0%	0,2 pp	11,7%	12,3%	(0,6) pp	75,4%	68,3%	7,2 pp
Margem Líquida	8,1%	4,5%	3,6 pp	6,1%	4,6%	1,5 pp	11,2%	5,7%	5,6 pp	3,5%	2,1%	1,5 pp
Margem EBITDA	14,7%	17,0%	(2,3) pp	18,5%	19,7%	(1,2) pp	14,9%	11,3%	3,6 pp	9,5%	15,2%	(5,7) pp

<sup>(a)</sup> Resultado consolidado inclui os custos de aquisição incorridos no 2T17.

<sup>(b)</sup> Resultado Brasil exclui os custos de aquisição incorridos no 2T17.

<sup>(c)</sup> Linhas afetadas pelos efeitos da aquisição incorridos no 2T17.

<sup>(d)</sup> Lucro Líquido / (Prejuízo) do período atribuível a acionistas controladores da sociedade.

Acumulado	Pró-Forma											
	(R\$ milhões)			Brasil			Latam			Aesop		
	06M17 <sup>(a)</sup>	06M16	Var%	06M17 <sup>(b)</sup>	06M16	Var%	06M17	06M16	Var%	06M17	06M16	Var%
Consultoras - final do período ('000) <sup>2</sup>	1.775,4	1.863,8	(4,7)	1.206,9	1.327,2	(9,1)	568,2	535,6	6,1	-	-	-
Consultoras Média do período ('000)	1.808,7	1.850,5	(2,3)	1.258,1	1.333,5	(5,7)	550,2	517,0	6,4	-	-	-
Unidades de produtos para revenda (milhões)	209,4	226,1	(7,4)	147,1	167,4	(12,1)	58,6	55,8	5,1	3,6	2,7	32,9
Receita Bruta	5.197,5	5.135,5	1,2	3.626,5	3.615,2	0,3	1.240,1	1.229,0	0,9	326,9	282,7	15,6
Receita Líquida	3.754,4	3.715,4	1,1	2.503,7	2.497,9	0,2	951,1	954,2	(0,3)	296,2	256,1	15,6
CMV	(1.125,2)	(1.159,3)	(2,9)	(774,2)	(817,6)	(5,3)	(318,2)	(312,2)	1,9	(31,1)	(28,1)	10,5
Lucro Bruto	2.629,2	2.556,1	2,9	1.729,5	1.680,3	2,9	632,9	642,0	(1,4)	265,1	228,0	16,3
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(1.545,7)	(1.462,0)	5,7	(1.088,4)	(1.004,6)	8,3	(412,5)	(415,3)	(0,7)	(36,6)	(32,3)	13,3
Despesas Adm, P&D, TI e Projetos	(711,7)	(663,1)	7,3	(365,5)	(350,5)	4,3	(118,4)	(128,9)	(8,2)	(222,6)	(177,9)	25,2
Outras Receitas / (Despesas) Operacionais, líquidas <sup>(c)</sup>	157,4	3,3	n/a	191,9	2,8	n/a	1,3	0,2	n/a	(0,1)	0,4	130,5
Receitas / (Despesas) Financeiras, líquidas <sup>(c)</sup>	1,5	(396,7)	(100,4)	(78,2)	(367,7)	(78,7)	3,5	(25,7)	(113,8)	3,5	(3,4)	n/a
Lucro antes do IR/CSLL	530,7	37,6	n/a	389,4	(39,8)	n/a	106,9	72,2	48,0	9,2	14,8	(37,9)
Imposto de Renda e Contribuição Social <sup>(c)</sup>	(178,3)	(14,3)	n/a	(123,8)	10,7	n/a	(31,1)	(17,5)	78,4	(10,7)	(7,6)	41,4
Participação de não controladores	0,0	(1,4)	(100,0)	-	-	-	-	-	-	0,0	(1,4)	(100,0)
Lucro Líquido <sup>(d)</sup>	352,5	21,8	n/a	265,6	(29,1)	n/a	75,7	54,7	38,4	(1,5)	5,8	(126,6)
EBITDA	663,2	561,7	18,1	567,5	427,3	32,8	116,2	108,8	6,8	26,6	35,1	(24,2)
Margem Bruta	70,0%	68,8%	1,2 pp	69,1%	67,3%	1,8 pp	66,5%	67,3%	(0,7) pp	89,5%	89,0%	0,5 pp
Despesas Vendas, Marketing e Logística/Receita Líquida	41,2%	39,4%	1,8 pp	43,5%	40,2%	3,3 pp	43,4%	43,5%	(0,2) pp	12,4%	12,6%	(0,3) pp
Despesas Adm, P&D, TI e Projetos/Receita Líquida	19,0%	17,8%	1,1 pp	14,6%	14,0%	0,6 pp	12,4%	13,5%	(1,1) pp	75,2%	69,4%	5,7 pp
Margem Líquida	9,4%	0,6%	8,8 pp	10,6%	(1,2)%	11,8 pp	8,0%	5,7%	2,2 pp	(0,5)%	2,3%	(2,8) pp
Margem EBITDA	12,7%	15,1%	(2,5) pp	22,7%	17,1%	5,6 pp	12,2%	11,4%	0,8 pp	9,0%	13,7%	(4,7) pp

<sup>(a)</sup> Resultado consolidado inclui os custos de aquisição incorridos no 2T17.

<sup>(b)</sup> Resultado Brasil exclui os custos de aquisição incorridos no 2T17.

<sup>(c)</sup> Linhas afetadas pelos efeitos da aquisição incorridos no 2T17.

<sup>(d)</sup> Lucro Líquido / (Prejuízo) do período atribuível a acionistas controladores da sociedade.

<sup>1</sup> Consolidado inclui Brasil, Latam, Aesop, França e EUA.

<sup>2</sup> Posição ao final do ciclo 9 no Brasil: ciclo 8 em Argentina, Chile, México, Peru e Colômbia, ciclo 6 na França.

## 2.1. receita

### Brasil

O cenário macroeconômico ainda desfavorável para o consumo, o reduzido número de dias úteis em abril, a antecipação de parte da nossa Campanha de Dia das Mães para o primeiro trimestre e o ajuste do tamanho de nossa rede de relações, em função do início do novo modelo comercial, resultaram no recuo de 3,0% da receita bruta no 2T17, frente ao 2T16. Apesar desse cenário, no acumulado do ano nossa receita bruta manteve-se estável (+0,3%) em relação ao ano anterior.

A menor retração da receita líquida no trimestre, de 2,3%, em relação à receita bruta, deu-se pela menor carga tributária sobre o 2T16, beneficiada pela exclusão do ICMS da base de cálculo do PIS e da Cofins e pelo mix de produtos com menor IPI, dentre outros. No acumulado do semestre, a variação ficou estável (+0,2%).

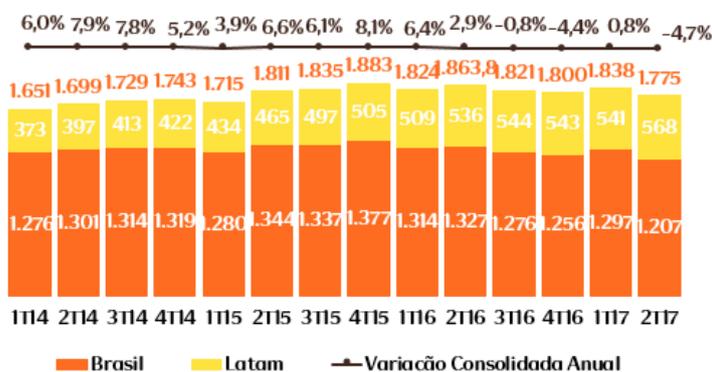
O número de unidades vendidas retraiu 12,6% no trimestre. Apesar do destaque positivo para o desempenho das categorias-chave como Perfumaria, com alto preço médio, e Corpo, elas não compensaram a queda de outras categorias.

O ajuste do tamanho do canal foi contrabalançado por ganhos de produtividade sobre o 2T16, conforme planejamos, em função da introdução do novo modelo de Venda por Relações que se iniciou em maio.

**Receita Líquida Brasil**  
(% variação vs. mesmo período no ano anterior)



**Consultoras - posição final do período**



**Produtividade (% vs ano anterior) <sup>(3)</sup>**

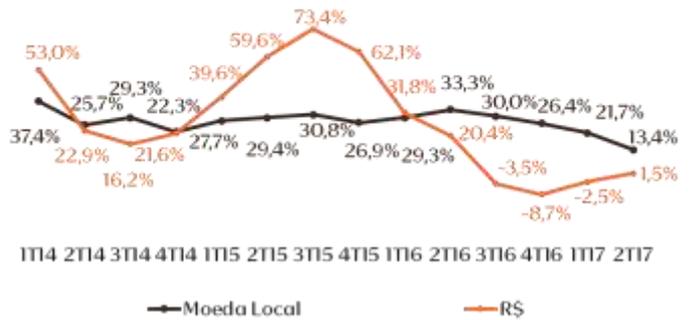


<sup>3</sup>Produtividade a preços de varejo = (receita bruta do período/número de consultoras médio do período) / (1- %lucro da consultora).

**Latam**

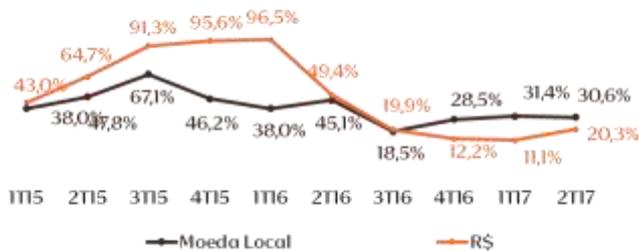
Em moeda local, no 2T17, a receita bruta da Latam cresceu 15,6% e a receita líquida cresceu 13,4%, impulsionadas pela expansão do canal e pelo aumento da produtividade das consultoras. Em BRL, a receita bruta cresceu 3,0% (e a líquida, 1,5%) em função das taxas de câmbio de consolidação. A diferença entre o patamar de crescimento da receita bruta e da receita líquida deve-se, principalmente, ao aumento da alíquota do IVA (Imposto sobre Valor Agregado) na Colômbia de 16% para 19% em 2017. No trimestre, a Latam representou 26,0% da receita líquida consolidada (25,7% no 2T16), com um crescimento no número de consultoras de 6,1% em relação ao 2T16 (6,0% na média do período) e aumento das unidades vendidas em 2,2%.

**Receita Líquida Latam**  
(% variação vs. mesmo período no ano anterior)



**Aesop**

**Receita Líquida Aesop**  
(% variação vs. mesmo período no ano anterior)

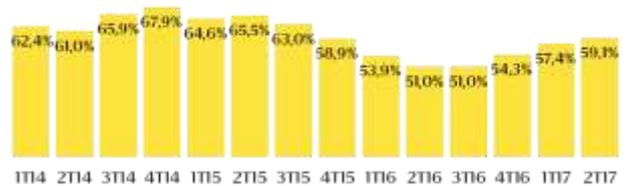


Em AUD, a Aesop apresentou crescimento de 30,6% no 2T17, e de 20,3% em BRL, com expansão de vendas mesmas lojas de 12% em termos anuais e inauguração de 33 lojas exclusivas nos últimos 12 meses, chegando a um total de 188 em 20 países (155 lojas em 19 países no 2T16), além das 93 lojas de departamento (85 no 2T16). A Aesop já representa 7,5% da receita líquida consolidada no trimestre (6,2% no 2T16). O diretório com todas as lojas pode ser encontrado no website [www.aesop.com](http://www.aesop.com).

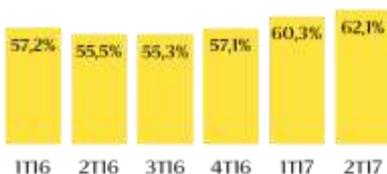
**2.2 inovação e produtos**

O índice de inovação, com base nos últimos 12 meses findos em junho de 2017, foi de 59,1%, com crescimento de 8,1pp versus o 2T16. O índice foi impulsionado pelo bom desempenho do relançamento de marcas de destaque, como Tododia, Ekos, Chronos e Humor, bem como o resultado positivo em datas comemorativas.

**Inovação (%RB)<sup>(4)</sup>**



**Inovação (%RB) Ajustado**



Fizemos uma evolução na mensuração do índice de inovação, reforçando o alinhamento com a estratégia da companhia. O formato ajustado mantém a mesma tendência histórica, fechando o 2T17 em 62,1%, com melhora de 6,6pp sobre o 2T16.

<sup>4</sup>Índice de Inovação: participação, nos últimos 12 meses, da venda dos produtos lançados nos últimos 24 meses.

## 2.3 margem bruta

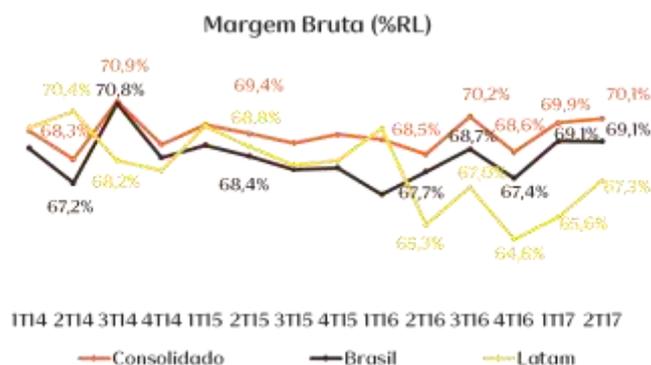
No 2T17 a margem bruta consolidada teve um crescimento de 1,6pp frente ao mesmo período do ano anterior, impulsionada pela melhora das margens no Brasil e na Latam.

### Brasil

Aumento de 1,3pp, principalmente decorrente da estratégia de preços, da valorização do BRL frente ao USD, da menor pressão inflacionária e do mix de produtos.

### Latam

Expansão de 2,0pp, principalmente devido às perdas de estoques registradas na Argentina no ano anterior.



O quadro abaixo exhibe os principais componentes dos custos consolidados:

	2T17	2T16	06M17	06M16
MP / ME / PA*	79,7%	80,1%	79,0%	78,2%
Mão de Obra	10,6%	9,8%	11,1%	10,9%
Depreciação	2,9%	3,1%	3,1%	3,4%
Outros	6,8%	7,0%	6,8%	7,5%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

(\*)Matéria Prima, Material de Embalagem e Produto Acabado

## 2.4 despesas operacionais

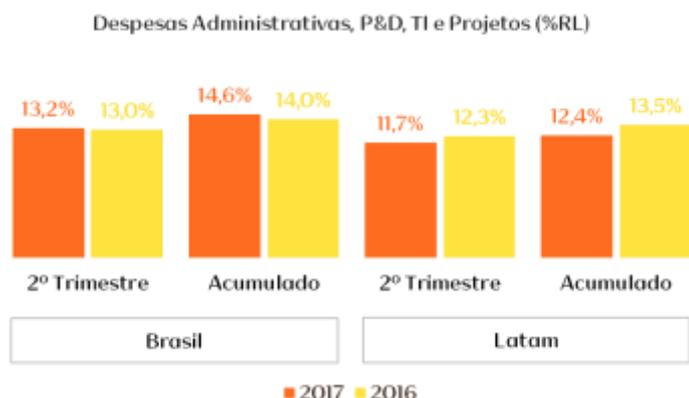
No Brasil, as despesas com vendas, marketing e logística apresentaram crescimento nominal de 7,4% frente ao 2T16, sobretudo pelos maiores investimentos em mídia, com foco nas campanhas para suporte de nossas categorias-chave, e pelos incentivos e capacitação da força de vendas.

Na Latam, esse grupo de despesas apresentou uma redução de 0,5% em BRL.

Na Aesop, essas despesas cresceram 8,3% em BRL, significativamente abaixo do crescimento da receita.



As despesas administrativas e com P&D, TI e projetos no Brasil recuaram 1,1% versus o 2T16, com manutenção da criteriosa gestão orçamentária.



Na Latam, as despesas administrativas decresceram 3,7% em BRL. Em moeda local, o crescimento é muito menor do que o crescimento da receita no período.

Na Aesop, essas despesas cresceram 32,9% em BRL, devido à concessão de um plano de incentivo de longo prazo para os executivos-chave, atrelado a métricas de geração de valor. O plano permanecerá efetivo até meados de 2019.

No consolidado, essas despesas cresceram 7,4% sobre o 2T16, devido aos custos não recorrentes com a aquisição da The Body Shop de R\$ 35,6 milhões, compensados em parte pela redução dos gastos no Brasil e na Latam, fruto dos esforços para otimização dos recursos.

## 2.5. outras despesas e receitas operacionais

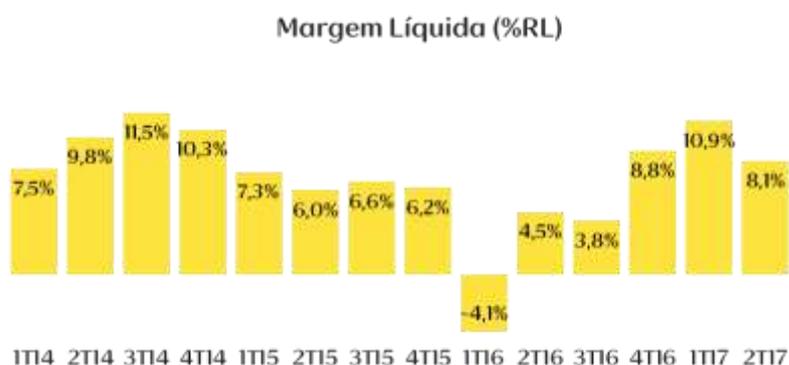
No 2T17, tivemos despesas consolidadas de R\$ 22,6 milhões, versus uma despesa de R\$ 4,4 milhões no 2T16, principalmente pelos custos de aquisição da The Body Shop.

## 2.6. EBITDA

(R\$ milhões)	EBITDA consolidado					
	2T17	2T16	Var %	O6M17	O6M16	Var %
Receita Líquida	2.025,8	2.025,7	0,0	3.754,4	3.715,4	1,1
(-) Custos e Despesas	1.793,8	1.745,3	2,8	3.225,2	3.281,1	(1,7)
EBIT	232,0	280,4	(17,2)	529,2	434,3	21,9
(+) Depreciação / Amortização	66,6	64,4	3,5	134,0	127,4	5,1
<b>EBITDA</b>	<b>298,6</b>	<b>344,7</b>	<b>(13,4)</b>	<b>663,2</b>	<b>561,7</b>	<b>18,1</b>

O EBITDA consolidado retraiu 13,4% frente ao 2T16. Sem os efeitos não-recorrentes, o EBITDA seria de R\$ 334,3 milhões, uma queda de 3,0%, afetado pelo desempenho do Brasil, onde o EBITDA decresceu 8,3%, e também pelo menor EBITDA na Aesop. A Latam contribuiu positivamente, com um crescimento do EBITDA em BRL de 33,8%.

## 2.7. Lucro (prejuízo) líquido consolidado



Registramos no trimestre um lucro líquido consolidado de R\$ 163,5 milhões. Desconsiderando os custos relacionados à aquisição, o lucro seria de R\$ 139,1 milhões, contra um lucro de R\$ 90,9 milhões no 2T16, principalmente pela menor despesa financeira, que foi compensada em parte pela maior despesa com Imposto de Renda e menor EBITDA consolidado no período.

No acumulado do ano, o lucro líquido consolidado foi de R\$ 352,5 milhões, contra R\$ 21,8 milhões no 1º semestre do ano anterior, predominantemente devido ao lucro líquido registrado no Brasil no período, contra um prejuízo em 2016. Sem os efeitos não recorrentes, o lucro líquido do semestre seria de R\$ 167,3 milhões, desconsiderando a reversão de obrigações tributárias feitas no 1T17 e os custos de aquisição registrados no 2T17.

Demonstramos abaixo a composição do lucro líquido, a partir do EBITDA:

(R\$ milhões)	2T17	2T16	Var. R\$	Var. %	O6M17	O6M16	Var. R\$	Var. %
EBITDA - Consolidado	298,6	344,7	(46,1)	(13,4%)	663,2	561,7	101,5	18,1%
Depreciações e Amortizações	(66,6)	(64,4)	(2,2)	3,5%	(134,0)	(127,4)	(6,5)	5,1%
Resultado Financeiro	14,1	(178,9)	193,0	(107,9%)	1,5	(396,7)	398,2	(100,4%)
IR / CS	(82,6)	(9,9)	(72,8)	n/a	(178,3)	(14,3)	(164,0)	n/a
Participação dos Minoritários	0,0	(0,6)	0,6	(100,0%)	0,0	(1,4)	1,4	(100,0%)
Lucro Líquido - Consolidado	163,5	90,9	72,6	(79,9%)	352,5	21,8	330,7	n/a

O quadro abaixo apresenta as principais variações do resultado financeiro:

(R\$ milhões)	2T17	2T16	Var. R\$	Var. (%)	O6M17	O6M16	Var. R\$	Var. (%)
Resultado financeiro	14,1	(178,9)	193,0	(108%)	1,5	(396,7)	398,2	(100%)
1. Empréstimos e Aplicações Brasil	(51,1)	(65,0)	13,9	(21%)	(113,2)	(125,2)	12,0	(10%)
Saldo Médio das Aplicações Financeiras	1.271,4	1.941,1	(669,6)	(34%)	1.502,3	2.071,4	(569,1)	(27%)
Receita das Aplicações Financeiras	29,6	62,5	(32,9)	(53%)	82,8	133,9	(51,1)	(38%)
Remuneração em % do CDI	103,3%	102,6%	n/a	0,6pp	102,4%	102,1%	n/a	0,4pp
Saldo Médio das Dívidas Tesouraria	(3.256,8)	(3.970,3)	713,5	(18%)	(3.505,2)	(4.092,0)	586,8	(14%)
Despesas dos Empréstimos e Derivativos	(80,7)	(127,5)	46,8	(37%)	(196,0)	(259,1)	63,1	(24%)
Custo Médio Ponderado em % do CDI	94,8%	97,6%	n/a	(2,8pp)	94,4%	98,0%	n/a	(3,6pp)
CDI acumulado do período	2,54%	3,36%	n/a	(0,8pp)	5,65%	6,72%	n/a	(1,1pp)
2. Variação Cambial Operacional Brasil	5,6	(8,4)	14,0	(167%)	1,8	(16,4)	18,2	(111%)
3. Atualização Opção de Compra Aesop	0,0	(47,1)	47,1	n/a	0,0	(116,3)	116,3	n/a
4. Ajuste dos derivativos para compra da TBS*	72,7	0,0	72,7	n/a	72,7	0,0	72,7	n/a
5. Operações Internacionais - LATAM	0,5	(13,7)	14,2	104%	3,5	(41,7)	45,2	108%
6. Outros	(13,6)	(44,7)	31,1	69,5%	36,7	(97,1)	133,8	137,8%
Marcação a Mercado dos Derivativos Financeiro	0,1	3,3	(3,2)	98%	0,6	(20,1)	20,7	103%
Reclassificação BNDES - CPC07	(6,5)	(14,3)	7,7	(54%)	(18,4)	(25,2)	6,8	(27%)
Outros	(7,1)	(33,7)	26,6	79%	54,5	(51,8)	106,4	n/a

(\*) TBS: The Body Shop

A variação positiva de R\$ 193,0 milhões versus o 2T16 ocorreu pela combinação dos seguintes fatores:

- Empréstimos e aplicações no Brasil: despesa financeira líquida menor em R\$ 13,9 milhões, resultante do menor saldo médio da dívida, menor taxa de CDI e menor custo ponderado médio em % do CDI. A receita das aplicações financeiras foi R\$ 32,9 milhões menor que no 2T16 em função da redução do saldo médio aplicado, apesar da melhor remuneração % média.
- Variação cambial operacional no Brasil: reflete o efeito da relação BRL/USD sobre os recebíveis de exportação, cuja variação foi de R\$ 14,0 milhões positiva sobre o 2T16.
- Atualização da opção de compra da Aesop: demonstra a atualização do passivo referente ao valor da aquisição das ações dos minoritários, que foi liquidado em dezembro de 2016.
- Ajustes dos derivativos para compra da The Body Shop: refere-se ao ajuste do derivativo contratado para proteger o valor a pagar pela aquisição, sem impacto no caixa no período.
- Operações Internacionais: demonstra predominantemente a relação entre as cotações em BLR e do peso argentino sobre as importações a pagar feitas pela Argentina. A variação foi positiva em R\$ 14,2 milhões sobre o 2T16.
- Outras receitas e despesas financeiras: inclui os efeitos remanescentes da marcação a mercado dos instrumentos de hedge sobre dívidas em moeda estrangeira, que foram liquidadas no período, além da reclassificação BDNES – CPC 07, dentre outros.

## 2.8. fluxo de caixa

A geração de caixa de R\$ 225,5 milhões (R\$ 129,1 milhões maior que no 2T16) foi um dos destaques no período, consequência do maior lucro líquido e da otimização do capital de giro.

R\$ milhões	2T17	2T16	Var. R\$	Var. %	O6M17	O6M16	Var. R\$	Var. %
Lucro Líquido do Período*	163,5	90,9	72,6	(79,9)	352,5	21,8	330,7	n/a
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)	75,0	(134,9)	n/a	(24,6)	20,8	(45,4)	n/a
Ajuste Aesop	0,0	(11,0)	11,0	n/a	0,0	50,8	(50,8)	n/a
Geração Interna de Caixa	170,2	219,3	(49,1)	n/a	461,8	220,9	240,9	109,1
(Aumento) / Redução do Capital de Giro	116,7	(60,2)	177,0	n/a	(124,4)	(181,6)	57,2	(31,5)
Geração Operacional de Caixa	286,9	159,0	127,9	(80,4)	337,3	39,3	298,1	n/a
CAPEX	(61,5)	(62,7)	1,2	(2,0)	(95,4)	(110,6)	15,2	(13,8)
Geração de Caixa Livre**	225,5	96,3	129,1	(134,1)	242,0	(71,4)	313,3	n/a

(\*) 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).

O CAPEX do trimestre foi de R\$ 61,5 milhões, em linha com o ano anterior, com gestão mais criteriosa para seleção e aprovação de investimentos.

## 2.9. endividamento

Outro destaque importante foi o menor nível de endividamento. Encerramos o trimestre com um endividamento líquido (dívida líquida / EBITDA) de 1,20, frente a 1,43 no mesmo período do ano passado.

(R\$ milhões)	jun/17	Part (%)	jun/16	Part (%)	Var. (%)
Curto Prazo	2.324,8	69,1	2.133,4	49,7	9,0
Longo Prazo	1.281,5	38,1	2.601,7	60,6	(50,7)
Instrumentos financeiros derivativos*	61,8	1,8	(220,2)	(5,1)	128,1
Arrendamentos Mercantis - Financeiros / Outros**	(305,9)	(9,1)	(219,2)	(5,1)	(39,5)
<b>Total da Dívida</b>	<b>3.362,2</b>		<b>4.295,7</b>		<b>(21,7)</b>
(-) Caixa e Aplicações Financeiras	1.624,0		2.272,2		(28,5)
<b>(=) Endividamento Líquido</b>	<b>1.738,2</b>		<b>2.023,5</b>		<b>(14,1)</b>
Dívida Líquida / Ebitda	1,20		1,43		
Total Dívida / Ebitda	2,33		3,04		

(\*)Excluindo os impactos temporários e não-caixa da marcação a mercado de derivativos atrelados à dívida em moeda estrangeira.

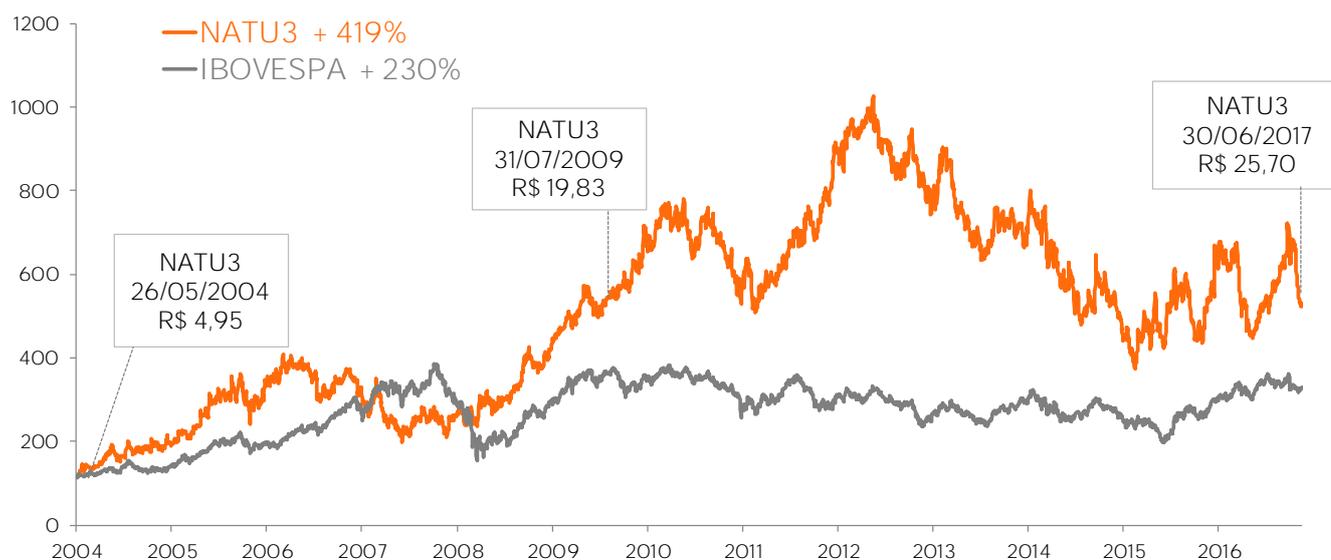
(\*\*)Outros: reclassificação das despesas de juros de empréstimos subsidiados do resultado financeiro conforme pronunciamento contábil CPC07.

### 3. desempenho NATU3

No 2T17, as ações da Natura tiveram uma valorização de 12,2% desde o preço de fechamento em dezembro de 2016, versus 4,4% do Ibovespa.

O volume médio diário negociado no trimestre foi de R\$ 47,1 milhões, frente a R\$ 32,2 milhões no mesmo período do ano anterior.

O gráfico abaixo demonstra o desempenho das ações Natura desde o seu lançamento (IPO):



## 4. teleconferência & webcast

A Teleconferência com Webcast será realizada em 27 de julho de 2017 (quinta-feira), conforme horários abaixo:

Português / Inglês

10h00 - Horário de Brasília

09h00 - Horário de Nova York (tradução simultânea)

Participantes do Brasil: +55 11 3193 1001 / +55 11 2820 4001

Participantes dos EUA: Toll Free + 1 888 700 0802

Participantes de outros países: +1 786 924 6977

Senha para os participantes: Natura

Transmissão ao vivo pela internet:

[www.natura.net/investidor](http://www.natura.net/investidor)

## 5. relações com investidores

Telefone: +55 (11) 4571-7786

Marcel Goya, [marcelgoya@natura.net](mailto:marcelgoya@natura.net)

Luiz Palhares, [luizpalhares@natura.net](mailto:luizpalhares@natura.net)

Deborah Bülow Fernandes, [deborahfernandes@natura.net](mailto:deborahfernandes@natura.net)

Laélia Costa, [laeliacosta@natura.net](mailto:laeliacosta@natura.net)

Simone Tiê Reis, [simonetie@natura.net](mailto:simonetie@natura.net)



## 6. balanço patrimonial

em junho de 2017 e dezembro de 2016

(em milhões de reais - R\$)

ATIVO	jun-17	dez-16	PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	jun-17	dez-16
<b>CIRCULANTES</b>			<b>CIRCULANTES</b>		
Caixa e equivalentes de caixa	649,8	1.091,5	Empréstimos, financiamentos e debentures	2.324,8	1.764,5
Títulos e valores mobiliários	974,2	1.207,5	Fornecedores e outras contas a pagar	867,4	814,9
Contas a receber de clientes	939,9	1.051,9	Salários, participações nos resultados e encargos sociais	208,2	208,1
Estoques	860,7	835,9	Obrigações tributárias	743,7	972,1
Impostos a recuperar	307,1	274,1	Imposto de renda e contribuição social	99,2	103,3
Imposto de renda e contribuição social	74,9	55,3	Dividendos e juros sobre o capital próprio a pagar	0,0	79,7
Instrumentos financeiros derivativos	17,0	0,0	Instrumentos financeiros derivativos	0,0	73,5
Outros ativos circulantes	233,4	286,7	Outras obrigações	231,2	161,7
Total dos ativos circulantes	4.057,0	4.802,9	Total dos passivos circulantes	4.474,5	4.177,9
<b>NAO CIRCULANTES</b>			<b>NAO CIRCULANTES</b>		
Impostos a recuperar	282,2	280,6	Empréstimos, financiamentos e debentures	1.281,5	2.625,7
Imposto de renda e contribuição social diferidos	430,5	493,0	Obrigações tributárias	194,9	237,5
Depósitos judiciais	317,4	303,1	Imposto de renda e contribuição social diferidos	25,0	23,8
Outros ativos não circulantes	9,5	23,0	Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	173,2	93,6
Total dos ativos realizável a longo prazo	1.039,6	1.099,7	Outros passivos não circulantes	231,3	266,7
Imobilizado	1.840,3	1.734,7	Total dos passivos não circulantes	1.905,8	3.247,3
Intangível	801,0	784,3	<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>		
Total dos ativos não circulantes	3.680,9	3.618,7	Capital social	427,1	427,1
			Reservas de capital	144,8	142,8
			Reservas de lucros	1.019,3	666,8
			Ações em tesouraria	(33,4)	(37,1)
			Dividendo adicional proposto	0,0	29,7
			Ágio / deságio em transações de capital	(92,1)	(92,1)
			Ajustes de avaliação patrimonial	(108,0)	(140,7)
			Total do patrimônio líquido	1.357,6	996,4
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>7.737,9</b>	<b>8.421,6</b>	<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>7.737,9</b>	<b>8.421,6</b>

## 7. demonstração dos resultados

para os períodos findos em 30 de junho de 2017 e de 2016

(R\$ milhões)	2T17	2T16	06M17	06M16
RECEITA LÍQUIDA	2.025,8	2.025,7	3.754,4	3.715,4
Custo dos produtos vendidos	(605,3)	(638,5)	(1.125,2)	(1.159,3)
LUCRO BRUTO	1.420,5	1.387,2	2.629,2	2.556,1
(DESPESAS) RECEITAS OPERACIONAIS				
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(809,7)	(770,6)	(1.545,7)	(1.462,0)
Despesas Administrativas, P&D, TI e Projetos	(356,2)	(331,8)	(711,7)	(663,1)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	(22,6)	(4,4)	157,4	3,3
LUCRO OPERACIONAL ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO	232,0	280,4	529,2	434,3
Receitas financeiras	126,8	381,1	400,0	785,6
Despesas financeiras	(112,6)	(560,0)	(398,5)	(1.182,3)
LUCRO ANTES DO IMPOSTO DE RENDA E DA CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	246,1	101,5	530,7	37,6
Imposto de renda e contribuição social	(82,6)	(9,9)	(178,3)	(14,3)
LUCRO ANTES DA PARTICIPAÇÃO DE NÃO CONTROLADORES	163,5	91,6	352,5	23,3
Não controladores	0,0	0,6	0,0	1,4
LUCRO LÍQUIDO ATRIBUÍVEL A	163,5	91,0	352,5	21,8
Acionistas Controladores da Sociedade	163,5	91,0	352,5	21,8
Não controladores	0,0	0,6	0,0	1,4
	163,5	91,6	352,5	23,3

## 8. demonstração dos fluxos de caixa

para os períodos findos em 30 de junho de 2017 e de 2016

(R\$ milhões)	06M17	06M16
<b>FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS</b>		
Lucro líquido do período	352,5	23,3
Ajustes para reconciliar o lucro líquido do período com o caixa líquido gerado pelas atividades operacionais:		
Depreciações e amortizações	134,0	127,4
Provisão decorrente dos contratos de operações com derivativos "swap" e "forward"	110,7	513,9
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	36,2	8,3
Atualização monetária de depósitos judiciais	(6,3)	(11,5)
Imposto de renda e contribuição social	178,3	14,3
Resultado na venda e baixa de ativo imobilizado e intangível	1,9	2,5
Juros e variação cambial sobre empréstimos e financiamentos	133,9	(305,5)
Variação cambial sobre outros ativos e passivos	(16,5)	(29,2)
Provisão para perdas com imobilizado	0,0	0,3
Provisão com planos de outorga de opções de compra de ações	6,3	3,2
Provisão (reversão) para créditos de liquidação duvidosa, líquida de reversões	(5,3)	3,0
Provisão para perdas nos estoques líquidas	9,9	29,1
Provisão com plano de assistência médica e crédito de carbono	6,1	5,4
Resultado líquido do período atribuível a não controladores	0,0	(1,4)
Provisão para aquisição de participação de não controladores	0,0	50,8
	941,6	433,9
<b>(AUMENTO) REDUÇÃO DOS ATIVOS</b>		
Contas a receber de clientes	117,3	(51,9)
Estoques	(34,7)	(104,7)
Impostos a recuperar	(40,6)	14,3
Outros ativos	(72,8)	(12,4)
Subtotal	(30,8)	(154,6)
<b>AUMENTO (REDUÇÃO) DOS PASSIVOS</b>		
Fornecedores nacionais e estrangeiros	59,6	(59,2)
Salários, participações nos resultados e encargos sociais, líquidos	0,1	22,1
Obrigações tributárias	(303,9)	(142,6)
Outros passivos	77,6	21,8
Subtotal	(166,5)	(157,9)

CAIXA GERADO PELAS ATIVIDADES OPERACIONAIS	744,3	121,3
OUTROS FLUXOS DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS		
Pagamentos de imposto de renda e contribuição social	(48,7)	(75,9)
Levantamentos (pagamentos) de depósitos judiciais	(3,0)	4,3
Pagamentos relacionados a processos tributários, cíveis e trabalhistas	(6,5)	(5,9)
Recebimentos (Pagamentos) de recursos por liquidação de operações com derivativos	(183,8)	83,5
Pagamento de juros sobre empréstimos, financiamentos e debêntures	(148,8)	(159,4)
CAIXA LÍQUIDO GERADO (UTILIZADO NAS) PELAS ATIVIDADES OPERACIONAIS	353,5	(32,0)
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO		
Adições de imobilizado e intangível	(104,1)	(110,5)
Recebimento pela venda de ativo imobilizado e intangível	5,4	10,1
Aplicação em títulos e valores mobiliários	(2.325,0)	(2.540,0)
Resgate de títulos e valores mobiliários	2.558,3	2.656,4
CAIXA LÍQUIDO GERADO ATIVIDADES DE INVESTIMENTO	134,5	16,0
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO		
Amortização de empréstimos, financiamentos e debêntures- principal	(881,7)	(799,2)
Captações de empréstimos, financiamentos e debêntures	57,2	574,3
Pagamento de dividendos e juros sobre capital próprio referentes ao exercício anterior	(109,4)	(123,1)
CAIXA LÍQUIDO UTILIZADO NAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO	(933,9)	(348,0)
Efeito de variação cambial sobre o caixa e equivalentes de caixa	4,2	(31,0)
<b>REDUÇÃO NO CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA</b>	<b>(441,7)</b>	<b>(395,0)</b>
Saldo inicial do caixa e equivalentes de caixa	1.091,5	1.591,8
Saldo final do caixa e equivalentes de caixa	649,8	1.196,8
<b>REDUÇÃO NO CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA</b>	<b>(441,7)</b>	<b>(395,0)</b>
Informações adicionais às demonstrações dos fluxos de caixa:		
Itens não caixa:		
Capitalização de leasing financeiro	13,3	-
Hedge accounting, líquido dos efeitos tributários	11,2	24,6
Leasing financeiro novo prédio adm.	8,7	-
* As notas explicativas são parte integrante das informações contábeis intermediárias		

## 9. glossário

\_CDI: Certificado de depósito interbancário.

\_CFT: Cosmetics, Fragrances and Toiletries Market.

\_CN: Revendedoras autônomas, que não têm relação de emprego com a Natura, também chamadas Consultoras Natura.

\_Comunidades Fornecedoras: Comunidades de agricultores familiares e extrativistas de diversas localidades do Brasil – majoritariamente da Região Amazônica, que extraem de forma sustentável insumos da sociobiodiversidade utilizados em nossos produtos. Estabelecemos com essas comunidades cadeias produtivas que se pautam por preço justo, repartição de benefícios pelo acesso ao patrimônio genético e aos conhecimentos tradicionais associados e apoio a projetos de desenvolvimento sustentável local. Esse modelo de negócio tem se mostrado efetivo na geração de valor social, econômico e ambiental para a Natura e para as comunidades.

\_EBITDA: da expressão em inglês *Earnings Before Interests, Taxes, Depreciation and Amortization*, que em português significa Lucro Antes dos Juros, Imposto de Renda, Depreciação e Amortização.

\_EP&L: metodologia internacional de contabilidade ambiental que vem da expressão em inglês *Environmental Profit & Loss*.

\_GEE: Gases de Efeito Estufa.

\_Índice de Inovação: Participação nos últimos 12 meses da venda dos produtos lançados nos últimos 24 meses.

\_Instituto Natura: é uma organização sem fins lucrativos criada em 2010 para fortalecer e ampliar nossas iniciativas de Investimento Social Privado. Sua criação nos permitiu potencializar os esforços e investimentos em ações que contribuam para a melhoria da qualidade do ensino público.

\_Mercado Alvo: Referente aos dados de mercado alvo da SIPATESP/Abihpec. Considera somente os segmentos nos quais a Natura opera. Exclui fraldas, itens de higiene oral, tintura para cabelo, esmaltes, absorventes dentre outros.

\_MRPC: sigla para Material Reciclado Pós-Consumo.

\_PLR: Participação nos Lucros e Resultados.

\_Programa Natura Crer Para Ver: Linha especial de produtos não cosméticos, cujo lucro é revertido para o Instituto Natura, no Brasil, e investido pela Natura em ações sociais nos demais países onde operamos na América Latina. Nossas consultoras e consultores se engajam nas vendas em prol de seu benefício social, sem obter ganhos.

\_Rede de Relações Sustentáveis: Modelo Comercial adotado no México que contempla oito etapas de avanço da consultora: Consultora Natura, Consultora Natura Empreendedora, Formadora Natura 1 e 2, Transformadora Natura 1 e 2, Inspiradora Natura e Associada Natura. Para ascender na atividade, é preciso atender a critérios de volume de vendas, atração de novas consultoras e – como diferencial dos demais modelos existentes no país – desenvolvimento pessoal e de relações socioambientais na comunidade.

\_Repartição de Benefícios: Com base na Política Natura de Uso Sustentável da Biodiversidade e do Conhecimento Tradicional Associado, é utilizada a premissa de repartir benefícios sempre que percebermos diferentes formas de valor nos acessos que realizamos. Sendo assim, uma das práticas que definem a forma como esses recursos serão divididos é associar pagamentos ao número de matérias-primas produzidas a partir de cada planta e ao sucesso comercial dos produtos para os quais essas matérias-primas servem de insumo.

O EBITDA não é uma medida utilizada nas práticas contábeis adotadas no Brasil, não representando o fluxo de caixa para os períodos apresentados. Também não deve ser considerado como uma alternativa ao lucro líquido na qualidade de indicador do desempenho operacional ou uma alternativa ao fluxo de caixa na qualidade de indicador de liquidez. O EBITDA não tem um significado padronizado e sua definição na Sociedade, eventualmente, pode não ser comparável ao LAJIDA ou EBITDA definido por outras companhias. Ainda que o EBITDA não forneça, de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil, uma medida do fluxo de caixa, a Administração o utiliza para mensurar o desempenho operacional da Sociedade. Adicionalmente, entendemos que determinados investidores e analistas financeiros utilizam o EBITDA como indicador do desempenho operacional de uma companhia e/ou de seu fluxo de caixa.

Este relatório contém informações futuras. Tais informações não são apenas fatos históricos, mas refletem os desejos e as expectativas da direção da Natura. As palavras "antecipa", "deseja", "espera", "prevê", "pretende", "planeja", "prediz", "projeta", "almeja" e similares, pretendem identificar afirmações que, necessariamente, envolvem riscos conhecidos e desconhecidos. Riscos conhecidos incluem incertezas, que não são limitadas ao impacto da competitividade dos preços e produtos, aceitação dos produtos no mercado, transições de produto da Companhia e seus competidores, aprovação regulamentar, moeda, flutuação da moeda, dificuldades de fornecimento e produção e mudanças na venda de produtos, dentre outros riscos. Este relatório também contém algumas informações "pró-forma", elaboradas pela Companhia a título exclusivo de informação e referência, portanto, são grandezas não auditadas. Este relatório está atualizado até a presente data e a Natura não se obriga a atualizá-lo mediante novas informações e/ou acontecimentos futuros.



# EARNINGS RELEASE 2Q17



São Paulo, July 26, 2017 – Natura Cosméticos S.A. (BM&FBovespa: NATU3) reports today its results for the second quarter of 2017 (2Q17). Except where stated otherwise, the financial and operating information in this release is presented on a consolidated basis, in accordance with International Financial Reporting Standards (IFRS).

# Contents

Introduction .....	1
1. social and environmental highlights.....	6
2. economic and financial performance.....	9
2.1. revenue .....	10
2.2. innovation and products .....	11
2.3. gross margin .....	12
2.4. operating expenses.....	12
2.5. other operating income and expenses .....	13
2.6. EBITDA.....	13
2.7. consolidated net income (loss).....	14
2.8. cash flow.....	15
2.9. indebtedness .....	15
3. NATU3 performance .....	17
4. conference call & webcast .....	18
5. investor relations.....	18
6. balance sheet .....	19
7. income statement.....	20
8. statement of cash flows.....	21
9. glossary.....	23

## Introduction

In the second quarter of 2017, Natura's consolidated gross revenue amounted to R\$ 2,801.6 million (-0.5% vs. 2Q16). Consolidated EBITDA was R\$ 298.6 million (-13.4% vs. 2Q16) and net income came to R\$ 163.5 million (+79.8% vs. 2Q16), an increase of R\$ 72.6 million. Free cash flow was R\$ 225.5 million, compared to R\$ 96.3 million in 2Q16.

In the first six months of 2017, our consolidated gross revenue amounted to R\$ 5,197.5 million, advancing 1.2% from the same period of the prior year, while net income was R\$ 3,754.4 million (+1.1% on 1H16). EBITDA amounted to R\$ 663.2 million, 18.1% higher than in 2Q16, while net income reached R\$ 352.5 million, growing R\$ 330.7 million on the prior-year period. Cash flow in the first six months was R\$ 242.0 million, compared to cash burn of R\$ 71.5 million in 2016.

On a consolidated basis, the highlights of the period were working capital, cash generation and the indebtedness level. The strong cash generation of R\$ 225.5 million (R\$ 96.3 million in 2Q16) was driven by higher net income and lower working capital, mainly due to the more efficient management of accounts payable and the rigorous control of inventories and receivables. More importantly, this result was achieved while maintaining our investments to support business growth. In Brazil, we invested 7.4% more in marketing and sales. Our net debt ended the period at 1.20 times EBITDA, down from 1.43 in 2Q16.

In Brazil, the second-quarter results were influenced by external factors, such as the still-weak consumer spending (affected by the macroeconomic context, which impacted delinquency) and a reduced number of business days in April. Internal factors included the adjustment to our commercial calendar, which anticipated part of the "Mother's Day Campaign" to the first quarter of this year, and the launch of the new Relationship Sales model, which resulted in adjustments to the direct selling channel. Given this scenario, Brazil gross revenue in the second quarter of 2017 fell 3.0% from the same period last year. In the year to date, gross revenue remained stable (+0.3% vs. 1H16).

The launch of the new Relationship Sales model in May brought encouraging initial results. We observed growth in consultant productivity and good performances in key categories, which are very positive indications of the channel's renewal, in line with our planning. In products, we continued to invest in strengthening the Body, Fragrance and Gift categories, which has generated returns aligned with our expectations.

In Latin America, we posted healthy gross revenue growth of 15.6% in local currency in the second quarter of 2017. In BRL, the 3.0% growth in gross revenue in the quarter was due to the currency's appreciation against a basket of the region's currencies. In real terms, our growth in the region remains robust. In nominal terms, the growth rate reflected the slower inflation in Argentina. Meanwhile, Peru has faced political and economic challenges, following the weather disasters that hit the country.

Aesop posted strong growth of 30.6% in AUD, driven by same-store sales growth of 12% and the opening of 33 exclusive stores. In BRL, growth stood at 20.3%, reflecting the currency's appreciation in the period.

Natura commemorated, in May, its recertification as a B Corporation, and remains the largest manufacturer to be a part of this global movement formed by companies that prioritize the generation of positive social and environmental impacts. In June, all agro-extractivist communities that maintain relations with Natura were certified by the Union for Ethical BioTrade (UEBT), which provides assurance for verifying sustainability and ethical commerce in its production chain. Lastly, in the first half of 2017,

the CN Education program registered 14,649 new enrollments by consultants and their family members who are resuming their academic development through on-campus and distance-learning programs.

Our consolidated results follow:

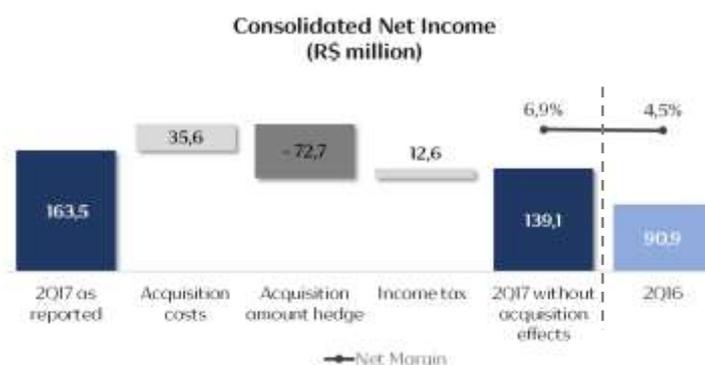
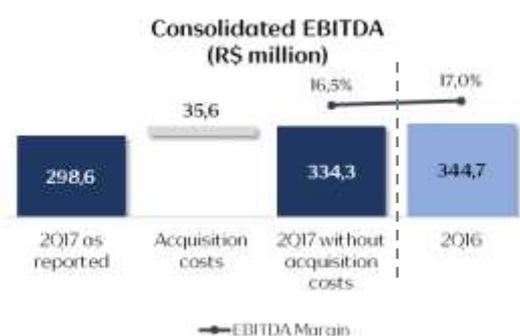
R\$ million	Pro-Forma					
	2Q17	2016	Change (%)	2017	2016	Change (%)
Brazil Gross Revenue	1943,7	2.003,5	(3,0)	3.626,5	3.615,2	0,3
International Gross Revenue	857,9	812,0	5,7	1.571,0	1.520,3	3,3
<b>Consolidated Gross Revenue</b>	<b>2.801,6</b>	<b>2.815,5</b>	<b>-0,5</b>	<b>5.197,5</b>	<b>5.135,5</b>	<b>1,2</b>
Brazil Net Revenue	1.344,8	1.376,2	(2,3)	2.503,7	2.497,9	0,2
International Net Revenue	681,0	649,5	4,9	1.250,7	1.217,5	2,7
<b>Consolidated Net Revenue</b>	<b>2.025,8</b>	<b>2.025,7</b>	<b>0,0</b>	<b>3.754,4</b>	<b>3.715,4</b>	<b>1,1</b>
<i>% Share International Net Revenue</i>	<i>33,6%</i>	<i>32,1%</i>	<i>1,6 pp</i>	<i>33,3%</i>	<i>32,8%</i>	<i>0,5 pp</i>
Brazil EBITDA*	248,6	270,9	(8,3)	567,5	427,3	32,8
<i>% Brazil EBITDA Margin</i>	<i>18,5%</i>	<i>19,7%</i>	<i>(1,2) pp</i>	<i>22,7%</i>	<i>17,1%</i>	<i>5,6 pp</i>
International EBITDA	85,7	73,8	16,1	131,4	134,5	(2,3)
<i>% International EBITDA Margin</i>	<i>12,6%</i>	<i>11,4%</i>	<i>1,2 pp</i>	<i>10,5%</i>	<i>11,0%</i>	<i>(0,5) pp</i>
<b>Consolidated EBITDA**</b>	<b>298,6</b>	<b>344,7</b>	<b>(13,4)</b>	<b>663,2</b>	<b>561,7</b>	<b>18,1</b>
<i>% Consolidated EBITDA Margin</i>	<i>14,7%</i>	<i>17,0%</i>	<i>(2,3) pp</i>	<i>17,7%</i>	<i>15,1%</i>	<i>2,5 pp</i>
Consolidated Net Income***	163,5	90,9	79,8	352,5	21,8	n/a
<i>% Consolidated Net Margin</i>	<i>8,1%</i>	<i>4,5%</i>	<i>3,6 pp</i>	<i>9,4%</i>	<i>0,6%</i>	<i>8,8 pp</i>
Internal cash generation	170,2	219,3	22,4	461,8	220,9	(109,1)
Free cash flow	225,5	96,3	(134,1)	242,0	(71,4)	n/a
Net Debt / EBITDA	n/a	n/a	n/a	1,20	1,43	(16,0)

(\*)For pro-forma presentation purposes, the acquisition costs incurred in the 2Q17 were excluded from Brazil's Profit & Loss.

(\*\*)The acquisition costs incurred in the 2Q17 were included in the consolidated Profit & Loss.

(\*\*\*)Net (Loss) income attributable to owners of the Company.

The consolidated result for 2Q17 was affected by the costs associated with the acquisition of The Body Shop. The effects on EBITDA and net income are shown below:



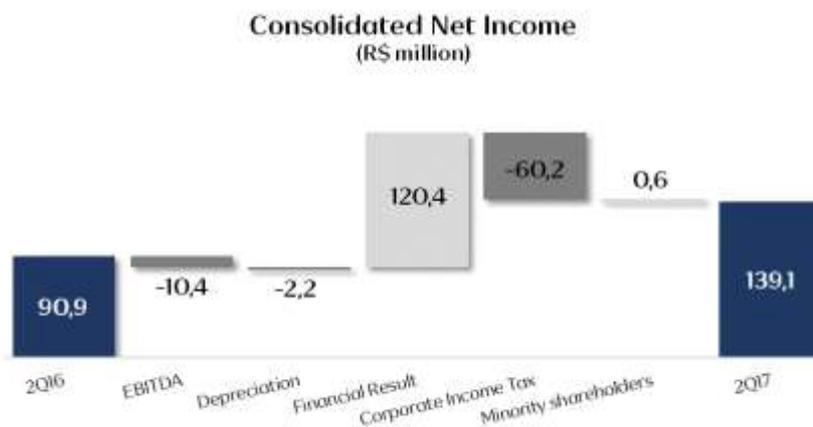
Consolidated EBITDA excluding acquisition costs was R\$ 334.3 million in 2Q17, 3.0% lower than in 2Q16, basically due to:

\_the increase in selling and marketing expenses in Brazil of R\$ 38.9 million (+7.4%) from 2Q16, due to higher investments in media and our Relationship Sales network, such as training programs, events and compensation.

\_the new long-term incentive for key Aesop executives to align them with value creation. This plan is for a definite period, with an impact to June 2019.

\_the above effects were partially offset by the EBITDA growth in Latam of 33.8% (R\$ 19.8 million), supported by gross margin expansion and the dilution of expenses due to economies of scale.

Consolidated net income excluding acquisition costs was R\$ 139.1 million in 2Q17, advancing 52.8% compared to 2Q16, basically due to the following factors:



\_reduction in consolidated EBITDA of R\$ 10.4 million;

\_reduction in the net financial expense of R\$ 120.4 million, explained by the decline in financial expenses with borrowings and financing due to lower interest rates, lower funding costs and the reduction in net debt; expenses with the restatement of liabilities related to the Aesop acquisition and the mark-to-market adjustment of the corresponding hedge position in 2Q16; operating exchange variation gains in Brazil and Latam.

\_the increase in income tax expenses of R\$ 60.2 million, basically due to the higher earnings before income tax in the period.

### Brazil

We stayed focused on transforming our business in Brazil and made progress on implementing the plan to reinvigorate our commercial model, with the launch, in May, of the new Relationship Sales model. The model, which is the company's strategic priority, aims to enhance the value proposition offered to our consultants by improving their qualifications, productivity and earnings.

The new direct selling commercial structure is supported by three main pillars: i) introduction of the Business Leader, which replaces the Natura Consultant Advisor, with their new role focused on entrepreneurship; ii) new income possibilities for consultants, with gains growing in step with their dedication to Natura; iii) communication and attraction campaigns. In July, we will move forward with the second part of our plan, when all consultants will be divided into five different stages of progression as a Natura Beauty Consultant. With each new stage attained, their percentages of profit, awards and

incentives increase. Despite the channel's contraction in the second quarter of 2017, which we already expected, and despite the pressure on revenue in the period, note that productivity was 4.2% higher than in 2Q16, when productivity already had grown by 1.2%.

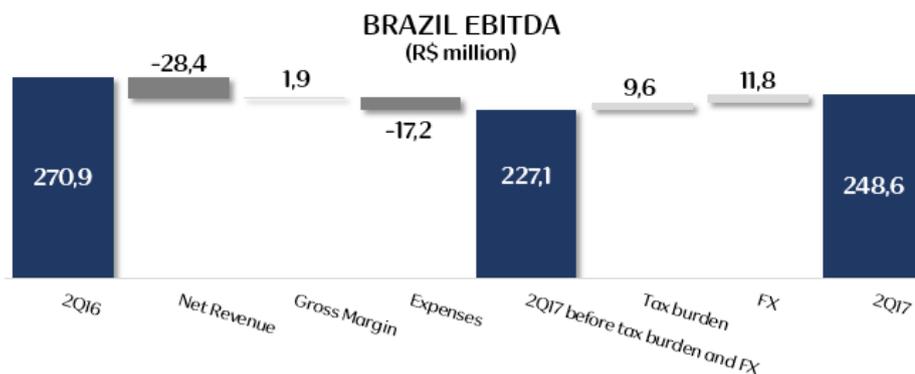
Our Fragrance campaign launched in the first quarter, "A Casa de Perfumaria do Brasil" (Brazil's Fragrance House), delivered above-expectation results, and the category closed the first half of the year with strong growth on the prior-year period. In the quarter, we launched the support actions for the Body category, whose preliminary results were promising. The makeup line Faces, which was relaunched at the end of the first quarter, also enjoyed very encouraging results.

The [Rede Natura](#), our online sales platform, posted strong triple-digit growth and delivered positive EBITDA. Our consumer base already has reached 1.9 million in Brazil, while the Natura App targeting end consumers has over 235,000 active users.

The retail channel ended the quarter with 15 exclusive Natura owned stores in shopping malls in the states of São Paulo (10) and Rio de Janeiro (5). Our line Sou is currently distributed to over 3,100 drugstores and we already distribute the Faces line to 53 of these points of sale.

Gross revenue in the first six months advanced 0.3% on the prior-year period. Our gross margin expanded 1.8 p.p. in the period, supported by lower pressure from currency translation on our input costs and the product mix.

EBITDA decreased 8.3% in the quarter, due to the following effects:



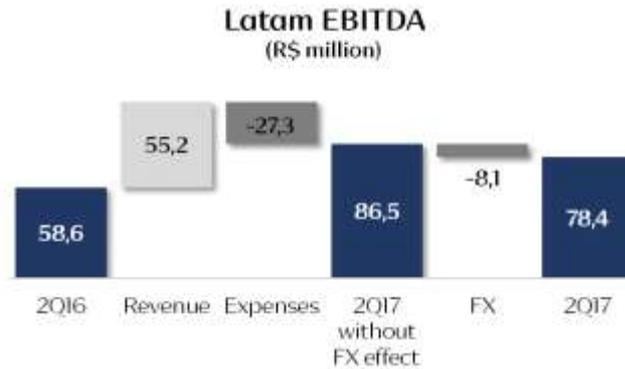
## International operations

### Latam

In 2Q17, gross revenue advanced 15.6% in local currency, with gains in units sold, channel expansion and higher productivity.

EBITDA grew 37.8% in local currency, supported by efficient cost management and gross margin expansion from 2Q16.

In BRL, despite the currency's appreciation, revenue grew 3.0% in 2Q17 compared to 2Q16, while EBITDA rose 33.8%.



In the first six months, in local currency, gross revenue increased 19.0%, while EBITDA advanced 20.4%. In BRL, gross revenue and EBITDA grew 0.9% and 6.8%, respectively, mainly due to the stronger BRL.

The positive highlights remain Argentina, Mexico and Colombia, with strong revenue growth in the quarter and in the first six months, which was partially offset by the challenges faced in Peru.

### Aesop

Aesop maintained its accelerated growth in AUD in the quarter, with gross revenue advancing 30.6% on 2Q16, driven by same-store sales growth in the last 12 months of around 12% and by the opening of 33 new stores since 2Q16, for a total of 188 signature stores in June 2017.

EBITDA in AUD contracted 18.1% in the quarter, due to the new long-term incentive plan for key Aesop executives to align them with value creation. In BRL, revenue advanced 20.3% and EBITDA fell 25.1% in the quarter, reflecting the currency's appreciation in the period.

In 1H17, gross revenue in AUD grew 31.0%, while EBITDA declined 14.3%. In BRL, revenue rose 15.6% in comparison with 1H16, while EBITDA fell 24.2%.

### The Body Shop

On June 9, 2017, we announced the exclusive negotiation to acquire the British cosmetics company The Body Shop for 1 billion euros, with the purchase agreement signed on June 26. The consummation of the transaction is still subject to approval by regulatory agencies, which is expected in the coming months.

We are very confident in the success of the union of Natura, Aesop and The Body Shop, given how they complement each other in terms of international footprint, distribution channels and portfolios and adopt the sustainable use of biodiversity, ethical management, fair relations with local communities and innovation. We will keep the market informed of the advances in the acquisition process.

## 1. social and environmental highlights

In May, Natura commemorated its recertification as a B Corporation in an event for 450 people at Casa Natura Musical, an event hall in São Paulo. Entitled "Dialogues on the New Economy," the event was organized to leverage the global movement of companies that contribute to generating positive transformations for the planet. Natura remains the largest manufacturer among all B Corporations worldwide. The survey included the International Operations and Aesop and achieved a score of 120 points, which compares to the average score of B Corporation manufacturers of 105 points.

In June, all agro-extractivist communities with which Natura maintains commercial relations were certified by the Union for Ethical BioTrade (UEBT). This verification system, which tracks all inputs in the production chain, makes it possible to provide assurance for ethical trade with local communities, the sharing of benefits and the implementation of sustainable stewardship plans.

In June, Natura relaunched the entire Natura Homem line. Its products combine Brazilian active ingredients, such as *cacao*, *cupuaçu*, *murumuru* and *copaiba*, and state-of-the-art scientific knowledge in cosmetics. We also introduced the market to Natura Ekos Cumarú, with the Ekos line offering for the first time a home fragrance, called "Perfume de Ambientes". In both cases, the use of ingredients extracted from biodiversity follows our strategy of continually adding more value to standing forests.

In fact, Natura's innovative action also received an important recognition in June. In the National Innovation Awards sponsored by the National Industry Confederation (CNI) and the Brazilian Service Supporting for Micro and Small Companies (Sebrae), we were the winner in the category Organizational Innovation. We also were finalists in the categories Product Innovation and Innovation Management.

The CN Education program, which was created in 2016 for our consultants based on the results of the HDI-CN index, registered 14,649 new enrollments in the first half of 2017. These are consultants and their family members who resumed their academic studies through on-campus and distance-learning programs across Brazil. During the period, the program also began offering a new learning option called "Citizenship." The goal of this knowledge path is to give consultants a clearer notion of their rights to enable them to reflect on how they can help build a fairer society for women and everyone.

Indicator	Unit	2020 ambition	2Q17	2016
Relative carbon emissions (escopes 1, 2 e 3)	kg CO2/kg prod billed	2,15	3,34	3,17
% post consumption recycled materials <sup>1</sup>	% (g recycled mat/g packaging)	10,0	4,6	4,3
Eco-efficient packaging <sup>2</sup>	% (eco-efficient packaging units billed/ total units)	40	20	20
Amazon inputs consumed in relation to total inputs	% (R\$ Amazon inputs/R\$ total inputs)	30,0	18,8	19,1
Cumulative business volume in the Pan-Amazon region <sup>3</sup>	R\$ millions	1.000,0	1.079,0	972,6
Water consumption	Liters / units manufactured	0,32	0,53	0,53
Funding for "Crer Para Ver" program - Global <sup>4</sup>	R\$ millions	46,9	17,1	38,2

<sup>1</sup> The indicator considers the % of packaging materials sourced from post-consumer recycling in relation to total mass of packaging billed.

<sup>2</sup> Eco-efficient packaging is 50% lighter in relation to regular/similar packaging or which has at least 50% in potentially marketable recyclable materials and/or renewable materials, as long as there is no mass increase.

<sup>3</sup> Cumulative amounts since 2011.

<sup>4</sup> Refers to the year to date earnings before income tax attributed to the Crer Para Ver product line.

Relative carbon emissions (scopes 1, 2 and 3): An increase in relative emissions compared to 2016 was expected in view of the lower sales volume in Brazil and the reduction in the efficiency of carbon emissions due to business projections. We continued our efforts to reverse this situation by improving efficiency in transportation for Natura Consultants (CNs) in Brazil by diversifying the fleet with electric cars and bicycles and increasing the use of materials with lower environmental impacts in our products. Natura was one of the founders of the Green Brazil Logistics Program (PLVB) jointly with six other large companies with the aim of sharing good practices and encouraging low carbon innovation in our logistic process.

Percentage of post-consumer recycled materials: Structural initiatives to expand the use of recycled glass in fragrances continue to deliver good results. The goal is for all fragrance items to adopt the use of post-consumer recycled glass. To achieve this goal, we are diversifying our sources of post-consumer glass by including recycling cooperatives and engaging all bottle suppliers in the strategy.

Eco-efficient packaging: stable results in relation to the previous year. In addition to resuming incentives for consumers to use products with eco-friendly packaging, we must develop in our portfolio more packaging made from renewable resources and that contain post-consumer recycled content, as well as refill options.

**Consumption of Amazonian inputs in relation to Natura's total consumption:** Trend of recovery in relation to the previous period given the greater consumption of some value-added active ingredients, which offsets the lower palm oil demand, as expected.

Cumulative business volume in the Pan-Amazon region: The cumulative result since 2011 continues to surpass the projection for the period, whether through the acquisition of production inputs or the investments in Ecoparque, our technological park.

Water consumption: Relative water consumption in production processes ended the second quarter of 2017 in line with 2016. The stable result was due to the combination of lower production volume and the projects to optimize water reuse processes in the production cycle in order to reduce water consumption. An analysis of our EP&L and water footprint, which includes the company's entire value chain, showed that the use of products represents a much bigger impact than the industrial phase. We will focus our efforts on shared management with consumers in order to reduce this impact.

Funding for Crer para Ver (Education) program: The Crer Para Ver line continued its actions on Commemorative Dates by launching exclusive products and by resuming actions in the housewares category with new ceramic bowls. In the first six months of the year, in Brazil, the number of consultants engaging in the cause through products increased by around 185,000 per cycle (every 21 days). The brand continues to become more profitable with a positive impact on funding, which will be invested in education through initiatives organized by the Natura Institute. The educational benefits offered to Natura Consultants continued to register growth in enrollments and to expand the offering, such as financial advice and engagement in women's rights.

## 2. economic and financial performance

As from the second quarter of 2015, the following business segmentation was adopted: "Brazil," "Latam" (operations in Latin America, including Latam Corporate) and "Aesop" (included the results of the holding companies Natura Brasil Pty Ltd. and Natura Cosmetics Australia Pty Ltd. domiciled in Australia).

The historical data series since 2011 is available in the new format at the following link:

<http://natu.infoinvest.com.br/static/ptb/balancos-iterativos.asp?idioma=ptb>

Quarter	(R\$ million)			Pro-Forma								
				Consolidated <sup>1</sup>			Brazil			Latam		
	2017 <sup>(a)</sup>	2016	Change (%)	2017 <sup>(b)</sup>	2016	Change (%)	2017	2016	Change (%)	2017	2016	Change (%)
Total Consultants - end of period ('000) <sup>2</sup>	1.775,4	1.863,8	(4,7)	1.206,9	1.327,2	(9,1)	568,2	535,6	6,1	-	-	-
Total Consultants - average of period ('000)	1.794,4	1.855,4	(3,3)	1.234,8	1.326,6	(6,9)	559,3	527,8	6,0	-	-	-
Units sold - items for resale (in million)	107,6	116,9	(8,0)	73,4	83,9	(12,6)	32,3	31,6	2,2	1,8	1,2	51,8
Gross Revenue	2.801,6	2.815,5	(0,5)	1.943,7	2.003,5	(3,0)	688,3	668,2	3,0	167,5	139,2	20,3
Net Revenue	2.025,8	2.025,7	0,0	1.344,8	1.376,2	(2,3)	527,6	519,6	1,5	151,7	126,1	20,3
COGS	(605,3)	(638,5)	(5,2)	(415,9)	(444,0)	(6,3)	(172,6)	(180,4)	(4,3)	(15,4)	(13,3)	15,3
Gross Profit	1.420,5	1.387,2	2,4	928,8	932,2	(0,4)	355,0	339,2	4,6	136,3	112,7	20,9
Selling, Marketing and Logistics Expenses	(809,7)	(770,6)	5,1	(566,5)	(527,6)	7,4	(221,0)	(222,0)	(0,5)	(17,5)	(16,2)	8,3
Administrative, R&D, IT and Projects Expenses	(356,2)	(331,8)	7,4	(177,1)	(179,0)	(1,1)	(61,8)	(64,2)	(3,7)	(114,5)	(86,1)	32,9
Other Operating Income / (Expenses), net <sup>(c)</sup>	(22,6)	(4,4)	n/a	12,5	(4,9)	n/a	0,7	0,1	n/a	(0,1)	0,4	(140,9)
Financial Income / (Expenses), net <sup>(c)</sup>	14,1	(178,9)	107,9	(67,5)	(164,4)	(58,9)	0,5	(10,6)	(104,9)	8,5	(3,9)	n/a
Earnings Before Taxes	246,1	101,4	142,7	130,2	56,3	131,2	73,4	42,5	72,6	12,7	6,9	83,7
Income Tax and Social Contribution <sup>(c)</sup>	(82,6)	(9,9)	n/a	(48,5)	7,0	n/a	(14,2)	(13,2)	7,8	(7,4)	(3,7)	99,0
Noncontrolling shareholders	0,0	(0,6)	(100,0)	-	-	-	-	-	-	0,0	(0,6)	(100,0)
Net Income <sup>(d)</sup>	163,5	90,9	79,9	81,7	63,3	29,1	59,2	29,4	101,7	5,3	2,6	105,6
EBITDA	298,6	344,7	(13,4)	248,6	270,9	(8,3)	78,4	58,6	33,8	14,4	19,2	(25,1)
Gross Margin	70,1%	68,5%	1,6 pp	69,1%	67,7%	1,3 pp	67,3%	65,3%	2,0 pp	89,9%	89,4%	0,4 pp
Selling, Marketing and Logistics Expenses/Net Revenue	40,0%	38,0%	1,9 pp	42,1%	38,3%	3,8 pp	41,9%	42,7%	(0,8) pp	11,5%	12,8%	(1,3) pp
Administrative, R&D, IT and Projects Expenses/Net Revenue	17,6%	16,4%	1,2 pp	13,2%	13,0%	0,2 pp	11,7%	12,3%	(0,6) pp	75,4%	68,3%	7,2 pp
Net Margin	8,1%	4,5%	3,6 pp	6,1%	4,6%	1,5 pp	11,2%	5,7%	5,6 pp	3,5%	2,1%	1,5 pp
EBITDA Margin	14,7%	17,0%	(2,3) pp	18,5%	19,7%	(1,2) pp	14,9%	11,3%	3,6 pp	9,5%	15,2%	(5,7) pp

<sup>(a)</sup>The acquisition costs incurred in 2017 were included in the consolidated Profit & Loss.

<sup>(b)</sup>The acquisition costs incurred in 2017 were excluded from the Brazil Profit & Loss.

<sup>(c)</sup>Rows affected by the acquisition costs incurred in 2017.

<sup>(d)</sup>Net / (Loss) income attributable to owners of the Company.

Year-to-Date	(R\$ million)			Pro-Forma								
				Consolidated <sup>1</sup>			Brazil			Latam		
	2017 <sup>(a)</sup>	2016	Change (%)	2017 <sup>(b)</sup>	2016	Change (%)	2017	2016	Change (%)	2017	2016	Change (%)
Total Consultants - end of period ('000) <sup>2</sup>	1.775,4	1.863,8	(4,7)	1.206,9	1.327,2	(9,1)	568,2	535,6	6,1	-	-	-
Total Consultants - average of period ('000)	1.808,7	1.850,5	(2,3)	1.258,1	1.333,5	(5,7)	550,2	517,0	6,4	-	-	-
Units sold - items for resale (in million)	209,4	226,1	(7,4)	147,1	167,4	(12,1)	58,6	55,8	5,1	3,6	2,7	32,9
Gross Revenue	5.197,5	5.135,5	1,2	3.626,5	3.615,2	0,3	1.240,1	1.229,0	0,9	326,9	282,7	15,6
Net Revenue	3.754,4	3.715,4	1,1	2.503,7	2.497,9	0,2	951,1	954,2	(0,3)	296,2	256,1	15,6
COGS	(1.125,2)	(1.159,3)	(2,9)	(774,2)	(817,6)	(5,3)	(318,2)	(312,2)	1,9	(31,1)	(28,1)	10,5
Gross Profit	2.629,2	2.556,1	2,9	1.729,5	1.680,3	2,9	632,9	642,0	(1,4)	265,1	228,0	16,3
Selling, Marketing and Logistics Expenses	(1.545,7)	(1.462,0)	5,7	(1.088,4)	(1.004,6)	8,3	(412,5)	(415,3)	(0,7)	(36,6)	(32,3)	13,3
Administrative, R&D, IT and Projects Expenses	(711,7)	(663,1)	7,3	(365,5)	(350,5)	4,3	(118,4)	(128,9)	(8,2)	(222,6)	(177,9)	25,2
Other Operating Income / (Expenses), net <sup>(c)</sup>	157,4	3,3	n/a	191,9	2,8	n/a	1,3	0,2	n/a	(0,1)	0,4	130,5
Financial Income / (Expenses), net <sup>(c)</sup>	1,5	(396,7)	(100,4)	(78,2)	(367,7)	(78,7)	3,5	(25,7)	(113,8)	3,5	(3,4)	n/a
Earnings Before Taxes	530,7	37,6	n/a	389,4	(39,8)	n/a	106,9	72,2	48,0	9,2	14,8	(37,9)
Income Tax and Social Contribution <sup>(c)</sup>	(178,3)	(14,3)	n/a	(123,8)	10,7	n/a	(31,1)	(17,5)	78,4	(10,7)	(7,6)	41,4
Noncontrolling shareholders	0,0	(1,4)	(100,0)	-	-	-	-	-	-	0,0	(1,4)	(100,0)
Net Income <sup>(d)</sup>	352,5	21,8	n/a	265,6	(29,1)	n/a	75,7	54,7	38,4	(1,5)	5,8	(126,6)
EBITDA	663,2	561,7	18,1	567,5	427,3	32,8	116,2	108,8	6,8	26,6	35,1	(24,2)
Gross Margin	70,0%	68,8%	1,2 pp	69,1%	67,3%	1,8 pp	66,5%	67,3%	(0,7) pp	89,5%	89,0%	0,5 pp
Selling, Marketing and Logistics Expenses/Net Revenue	41,2%	39,4%	1,8 pp	43,5%	40,2%	3,3 pp	43,4%	43,5%	(0,2) pp	12,4%	12,6%	(0,3) pp
Administrative, R&D, IT and Projects Expenses/Net Revenue	19,0%	17,8%	1,1 pp	14,6%	14,0%	0,6 pp	12,4%	13,5%	(1,1) pp	75,2%	69,4%	5,7 pp
Net Margin	9,4%	0,6%	8,8 pp	10,6%	(1,2)%	11,8 pp	8,0%	5,7%	2,2 pp	(0,5)%	2,3%	(2,8) pp
EBITDA Margin	17,7%	15,1%	2,5 pp	22,7%	17,1%	5,6 pp	12,2%	11,4%	0,8 pp	9,0%	13,7%	(4,7) pp

<sup>(a)</sup>The acquisition costs incurred in 2017 were included in the consolidated Profit & Loss.

<sup>(b)</sup>The acquisition costs incurred in 2017 were excluded from the Brazil Profit & Loss.

<sup>(c)</sup>Rows affected by the acquisition costs incurred in 2017.

<sup>(d)</sup>Net / (Loss) income attributable to owners of the Company.

<sup>1</sup>Consolidated figures include Brazil, Latam, Aesop, France and United States.

<sup>2</sup>Position at the end of cycle 9 in Brazil, cycle 8 in Argentina, Chile, Mexico, Peru and Colombia and cycle 6 in France.

## 2.1. revenue

### Brazil

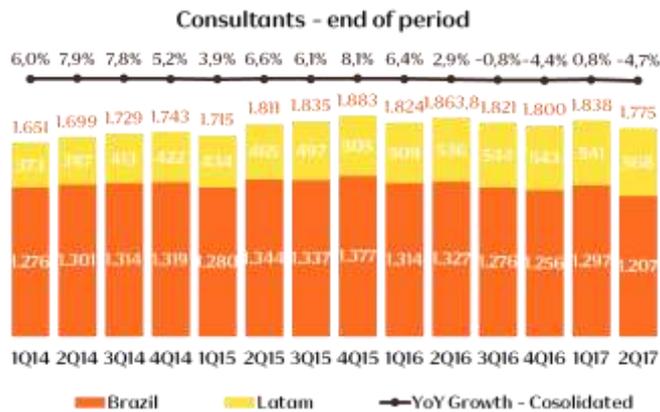
The still-unfavorable macroeconomic scenario for consumer spending, the fewer number of business days in April, the anticipation of our Mother's Day campaign to the first quarter and the downsizing of our relationship network due to the launch of the new commercial model led to a 3.0% reduction in gross revenue in 2Q17 compared to 2Q16. Despite this scenario, our gross revenue in the first six months of 2017 remained stable (+0.3%) in relation to the same period last year.

The lower reduction in net revenue in the quarter, of 2.3%, than in gross revenue is explained, among other factors, by the lower effective tax rate compared to 2Q16, which benefited from the exclusion of ICMS from the PIS and Cofins tax base, and by the product mix with a higher share of products with lower IPI tax rates. In the first six months of the year, net revenue remained stable (+0.2%).

Units sold decreased 12.6% in the quarter. Despite the good performances of key categories, such as fragrances, with a high average price, and body, they were insufficient to offset the reduction in other categories.

The adjustment to channel size was counterbalanced by productivity gains compared to 2Q16, in line with our planning, due to the introduction of the new relationship model launched in May.

**Brazil Net Revenue (% year over year)**



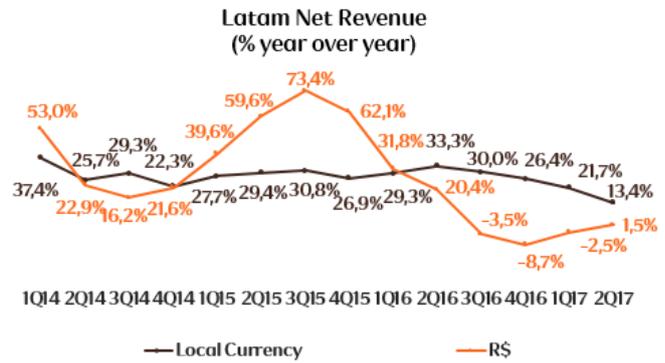
**Productivity (% year over year) <sup>(3)</sup>**



<sup>3</sup>Productivity at retail prices = (gross revenue in the period/average number of consultants in the period) / (1 - % consultants' profit)

Latam

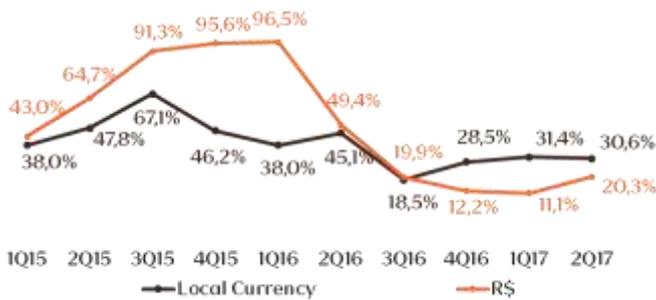
In local currency, Latam gross revenue and net revenue in 2Q17 advanced by 15.6% and 13.4%, respectively, driven by channel expansion and higher consultant productivity. In BRL, gross revenue grew 3.0% (net revenue, 1.5%) due to exchange rates on a consolidated basis. The difference growth in gross revenue and net revenue was basically due to the increase, from 16% to 19%, in the rate of value-added tax (VAT) in Colombia in 2017. In the quarter, Latam accounted for 26.0% of consolidated net revenue (25.7% in 2Q16), with growth of 6.1% in the number of consultants compared to 2Q16 (6.0% based on average in period) and of 2.2% in units sold.



Aesop

In 2Q17, Aesop posted growth of 30.6% in AUD and of 20.3% in BRL, supported by same-store sales growth of 12% in annual terms and the launch of 33 exclusive stores in the last 12 months, bringing the total to 188 in 20 countries (155 stores in 2Q16), as well as 93 department stores (85 in 2Q16). Aesop already accounts for 7.5% of consolidated net revenue in the quarter (6.2% in 2Q16). A directory with all Aesop stores can be found on the website [www.aesop.com](http://www.aesop.com).

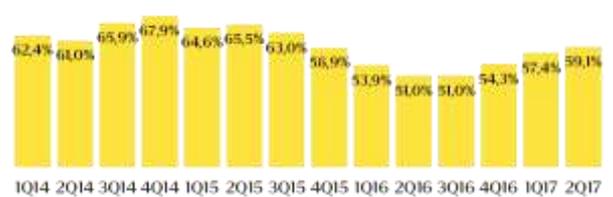
**Aesop Net Revenue (% year over year)**



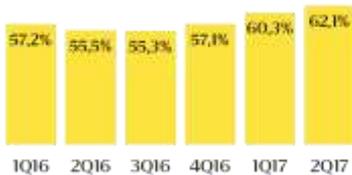
**2.2. innovation and products**

In the 12 months to June 2017, the innovation index stood at 59.1%, an increase of 8.1 p.p. from 2Q16. The increase was driven by the good performance of important brand relaunches, such as Tododia, Ekos, Chronos and Humor, as well as the solid results on commemorative dates.

**Innovation (%GR)<sup>4</sup>**



**Innovation (%GR) Adjusted**



We made progress in measuring the innovation index by strengthening its alignment with the company's strategy. The adjusted format, which maintains the same historical trend, ended 2Q17 at 62.1%, up 6.6 p.p. from 2Q16.

<sup>4</sup>Innovation Index: share in the last 12 months of the sale of products launched in the last 24 months

## 2.3. gross margin

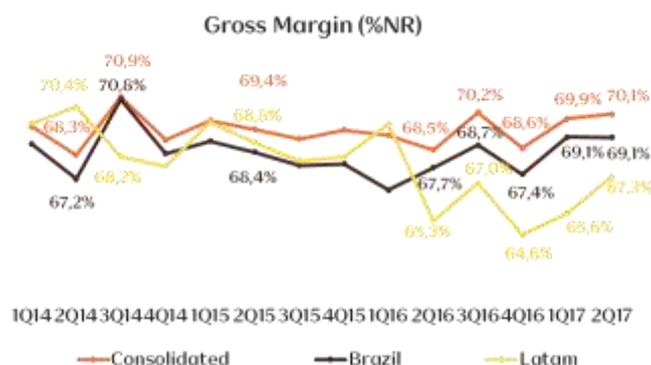
Consolidated gross margin in 2Q17 expanded 1.6 p.p. from the year-ago period, supported by higher margins in Brazil and Latam.

### Brazil

Expansion of 1.3 p.p., mainly due to the pricing strategy, the stronger BRL against the USD, lower inflationary pressure and the product mix.

### Latam

Expansion of 2.0 p.p., mainly due to the inventory losses recorded last year in Argentina.



The following table presents the main components of consolidated costs:

	2Q17	2Q16	2017	2016
RM / PM / FP*	79,7%	80,1%	79,0%	78,2%
Labor	10,6%	9,8%	11,1%	10,9%
Depreciation	2,9%	3,1%	3,1%	3,4%
Other	6,8%	7,0%	6,8%	7,5%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

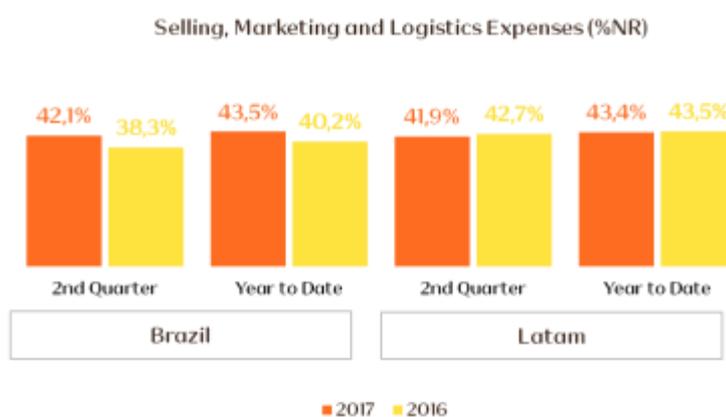
(\*)Raw Material, Packaging Material and Finished Products

## 2.4. operating expenses

In Brazil, selling, marketing and logistics expenses increased 7.4% in nominal terms compared to 2Q16, which is explained by higher media investments, which focused on campaigns to support our key categories, and by the incentives and training for our sales team.

In Latam, this group of expenses decreased 0.5% in BRL.

In Aesop, these expenses increased 8.3% in BRL, significantly lagging revenue growth.



Administrative, R&amp;D IT and Project Expenses (%NR)



Administrative and R&D, IT and project expenses in Brazil fell by 1.1% in relation to 2Q16, supported by our continued meticulous budget management.

In Latam, administrative expenses fell 3.7% in BRL. In local currency, the increase in these expenses lagged revenue growth significantly.

In Aesop, these expenses increased 32.9% in BRL, due to the granting of a long-term incentive plan for key executives linked to value creation metrics. The plan will remain in effect until mid-2019.

On a consolidated basis, these expenses increased 7.4% compared to 2Q16, which is explained by the non-recurring costs with the acquisition of The Body Shop of R\$ 35,6 million, which was partially offset by the reduction in expenses in Brazil and Latam resulting from the efforts to optimize resources.

## 2.5. other operating income and expenses

In 2Q17, consolidated expenses amounted to R\$ 22.6 million, compared to the expense of R\$ 4.4 million in 2Q16, which is mainly due to the costs with the acquisition of The Body Shop.

## 2.6. EBITDA

(R\$ million)	CONSOLIDATED EBITDA					
	2017	2016	Change (%)	2017	2016	Change (%)
Net Revenue	2.025,8	2.025,7	0,0	3.754,4	3.715,4	1,1
(-) Income and Expenses	1.793,8	1.745,3	2,8	3.225,2	3.281,1	(1,7)
EBIT	232,0	280,4	(17,2)	529,2	434,3	21,9
(+) Depreciation / Amortization	66,6	64,4	3,5	134,0	127,4	5,1
EBITDA	298,6	344,7	(13,4)	663,2	561,7	18,1

Consolidated EBITDA contracted 13.4% from 2Q16. Excluding non-recurring effects, EBITDA decreased 3.0% to R\$ 334.3 million, affected by the performance in Brazil, where EBITDA fell 8.3%, and by the lower EBITDA at Aesop. Latam made a positive contribution, with EBITDA growth in BRL of 33.8%.

## 2.7. consolidated net income (loss)



We posted consolidated net income of R\$ 163.5 million in the quarter. Excluding acquisition related costs, net income was R\$ 139.1 million, compared to net income of R\$ 90.9 million in 2Q16, with this performance mainly reflecting the lower financial expense, which was offset by the higher expenses with income tax and the lower consolidated EBITDA in the period.

In the first six months of the year, consolidated net income came to R\$ 352.5 million, compared to R\$ 21.8 million in the same period last year, mainly due to the higher net income in Brazil in the period, compared to the net loss in 2016. Excluding non-recurring effects, namely the reversal of taxes payable accrued in 1Q17 and the acquisition costs recorded in 2Q17, net income in 1H17 amounted to R\$ 167.3 million.

The composition of net income from EBITDA follows:

(R\$ million)	2Q17	2Q16	Change R\$	Change (%)	2017	2016	Change R\$	Change (%)
EBITDA - Consolidated	298,6	344,7	(46,1)	(13,4%)	663,2	561,7	101,5	18,1%
Depreciation and Amortization	(66,6)	(64,4)	(2,2)	3,5%	(134,0)	(127,4)	(6,5)	5,1%
Financial Result	14,1	(178,9)	193,0	(107,9%)	15	(396,7)	398,2	(100,4%)
Income Tax and Social Contrib.	(82,6)	(9,9)	(72,8)	n/a	(178,3)	(14,3)	(164,0)	n/a
Noncontrolling shareholders	0,0	(0,6)	0,6	(100,0%)	0,0	(1,4)	1,4	(100,0%)
Net income - Consolidated	163,5	90,9	72,6	(79,9%)	352,5	21,8	330,7	n/a

The following table presents the main changes in the financial result:

(R\$ million)	2T17	2T16	Change R\$	Change (%)	06M17	06M16	Change R\$	Change (%)
Financial Result	14,1	(178,9)	193,0	(108%)	1,5	(396,7)	398,2	(100%)
1. Borrowings/Financing (B/F) and Short-Term Investments (STI) - Brazil	(51,1)	(65,0)	13,9	(21%)	(113,2)	(125,2)	12,0	(10%)
Average Balance of STI	1271,4	1941,1	(669,6)	(34%)	1502,3	2071,4	(569,1)	(27%)
Financial Income from STI	29,6	62,5	(32,9)	(53%)	82,8	133,9	(51,1)	(38%)
Average Interest Rate Earned on STI as % of CDI	103,3%	102,6%	n/a	0,6pp	102,4%	102,1%	n/a	0,4pp
Average Balance of Treasury Debt	(3.256,8)	(3.970,3)	713,5	(18%)	(3.505,2)	(4.092,0)	586,8	(14%)
Financial Expenses on B/F and Derivatives	(80,7)	(127,5)	46,8	(37%)	(196,0)	(259,1)	63,1	(24%)
Weighted Average Cost of B/F as a % of CDI	94,8%	97,6%	n/a	(2,8pp)	94,4%	98,0%	n/a	(3,6pp)
Cumulative CDI	2,54%	3,36%	n/a	(0,8pp)	5,65%	6,72%	n/a	(1,1pp)
2. Operational FX gains/(losses) - Brazil	5,6	(8,4)	14,0	(167%)	1,8	(16,4)	18,2	(111%)
3. Restatement of Aesop's Put Option	0,0	(47,1)	47,1	n/a	0,0	(116,3)	116,3	n/a
4. Adjustment of derivatives to acquire The Body Shop	72,7	0,0	72,7	n/a	72,7	0,0	72,7	n/a
5. International Operations - LATAM	0,5	(13,7)	14,2	104%	3,5	(41,7)	45,2	108%
6. Other financial expense / income	(13,6)	(44,7)	31,1	69,5%	36,7	(97,1)	133,8	137,8%
Mark-to-market of financial derivatives	0,1	3,3	(3,2)	98%	0,6	(20,1)	20,7	103%
Reclassification BNDES - CPC 07	(6,5)	(14,3)	7,7	(54%)	(18,4)	(25,2)	6,8	(27%)
Other	(7,1)	(33,7)	26,6	79%	54,5	(51,8)	106,4	n/a

The positive variation of R\$ 193.0 million compared to 2Q16 was due to the combination of the following factors:

- Borrowings and investments in Brazil: decrease of R\$ 13.9 million in the net financial expense, due to the lower average debt balance, lower interest rate (CDI) and lower average weighted cost as a percentage of CDI. Revenue from financial investments decreased by R\$ 32.9 million from 2Q16, due to the lower average balance invested, despite the lower average rate of return.
- Operating currency translation in Brazil: reflects the effects from the BRL/USD exchange rate on export receivables, which posted a gain of R\$ 14.0 million in relation to 2Q16.
- Restatement of Aesop purchase option: reflects the restatement of liabilities related to the acquisition of non-controlling interest, which was settled in December 2016.
- Adjustment of derivatives to acquire The Body Shop: refers to the noncash adjustment of the derivatives contracted to hedge the amount paid for the acquisition.
- International Operations: predominately reflects the effects from the BRL and Argentine Peso exchange rate on imports payable from Argentina. The variation was a gain of R\$ 14.2 million on 2Q16.
- Other financial income and expenses: includes, among other factors, the remaining effects from the mark-to-market adjustment of hedge instruments on foreign-denominated debt that were settled in the period, as well as the reclassification of BNDES – Accounting Pronouncement “CPC 07”.

## 2.8. cash flow

Cash generation of R\$ 225.5 million (R\$ 129.1 million higher than in 2Q16) was one of the period highlights, supported by the higher net income and optimization of working capital.

R\$ million	2Q17	2Q16	Change R\$	Change %	2017	2016	Change R\$	Change %
Net Income*	163,5	90,9	72,6	(79,9)	352,5	21,8	330,7	n/a
Depreciation and Amortization	66,6	64,4	2,2	3,5	134,0	127,4	6,5	5,1
Non-cash/Others	(59,9)	75,0	(134,9)	n/a	(24,6)	20,8	(45,4)	n/a
Provision for acquiring Aesop's remaining interest	0,0	(11,0)	11,0	n/a	0,0	50,8	(50,8)	n/a
Internal Cash Generation	170,2	219,3	(49,1)	n/a	461,8	220,9	240,9	109,1
Working Capital (Increase)/Decrease	116,7	(60,2)	177,0	n/a	(124,4)	(181,6)	57,2	(31,5)
Operating Cash Generation	286,9	159,0	127,9	(80,4)	337,3	39,3	298,1	n/a
CAPEX	(61,5)	(62,7)	1,2	(2,0)	(95,4)	(110,6)	15,2	(13,8)
Free Cash Flow**	225,5	96,3	129,1	(134,1)	242,0	(71,4)	313,3	n/a

(\*)Net income attributable to owners of the Company.

(\*\*)Internal cash generation +/- (changes in working capital and long-term assets and liabilities) – (acquisitions of property, plant, and equipment).

CAPEX in the quarter amounted to R\$ 61.5 million, in line with the previous year, reflecting the greater selectivity and more meticulous approval of investments.

## 2.9. indebtedness

Another highlight in the period was the lower indebtedness. We ended the quarter with a net debt/EBITDA ratio of 1.20, compared to 1.43 a year earlier.

R\$ million	jun17	Part (%)	jun16	Part (%)	Change (%)
Short-Term	2.324,8	69,1	2.133,4	49,7	9,0
Long-Term	1.281,5	38,1	2.601,7	60,6	(50,7)
Derivatives*	61,8	1,8	(220,2)	(5,1)	128,1
Finance Leases / Others**	(305,9)	(9,1)	(219,2)	(5,1)	(39,5)
<b>Total Debt</b>	<b>3.362,2</b>		<b>4.295,7</b>		<b>(21,7)</b>
(-) Cash, cash equivalents and short-term investment	1.624,0		2.272,2		(28,5)
<b>(=) Net Debt</b>	<b>1.738,2</b>		<b>2.023,5</b>		<b>(14,1)</b>
Net Debt / Ebitda	1,20		1,43		
Total Debt / Ebitda	2,33		3,04		

(\*)Excluding the temporary, non-cash effects of mark-to-market adjustments of derivatives pegged to foreign currency debt.

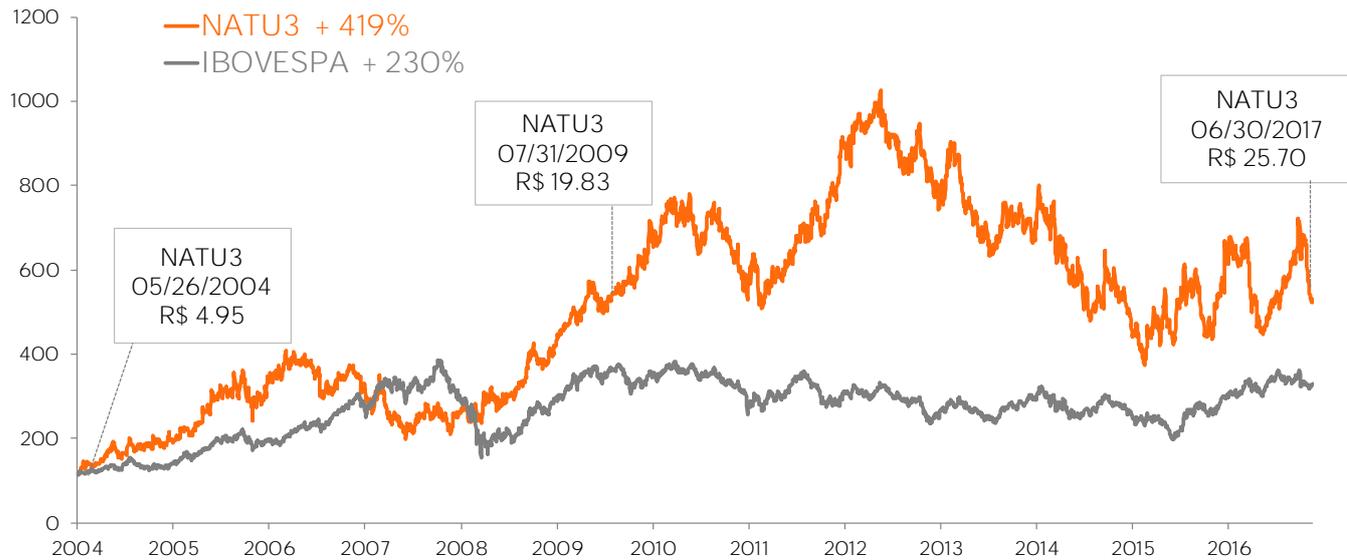
(\*\*)Other: reclassification of expenses with interest on subsidized loans from financial result in accordance with CPC07.

### 3. NATU3 performance

In 2Q17, the price of Natura stock gained 12.2% from the closing quote at end-2016, while the Bovespa Index increased 4.4%.

Average daily trading volume in the quarter was R\$ 47.1 million, compared to R\$ 32.2 million in the prior-year period.

The following chart shows the performance of Natura stock since its IPO:



## 4. conference call & webcast

The Conference Call with Webcast will be held on July 27, 2017 (Thursday) at the following times:

Portuguese / English

10:00 a.m. (Brasília time)

9:00 a.m. (New York time) (simultaneous translation)

From Brazil: +55 11 3193 1001 / +55 11 2820 4001

From USA: Toll Free: +1 888 700 0802

From other countries: +1 786 924 6977

Code: Natura

Live webcast:

[www.natura.net/investidor](http://www.natura.net/investidor)

## 5. investor relations

Tel: +55 (11) 4571-7786

Marcel Goya, [marcelgoya@natura.net](mailto:marcelgoya@natura.net)

Luiz Palhares, [luizpalhares@natura.net](mailto:luizpalhares@natura.net)

Deborah Bülow Fernandes, [deborahfernandes@natura.net](mailto:deborahfernandes@natura.net)

Laélia Costa, [laeliacosta@natura.net](mailto:laeliacosta@natura.net)

Simone Tiê Reis, [simonetie@natura.net](mailto:simonetie@natura.net)



## 6. balance sheet

at June 2017 and December 2016

(in millions of Brazilian real - R\$)

ASSETS	jun-17	dez-16	LIABILITIES AND SHAREHOLDERS' EQUITY	jun-17	dez-16
<b>CURRENT ASSETS</b>			<b>CURRENT LIABILITIES</b>		
Cash and cash equivalents	6498	10915	Borrowings, financing and debentures	2.324,8	1.764,5
Short-term investments	974,2	1.207,5	Trade and other payables	867,4	814,9
Trade receivables	9.399	10.519	Payroll, profit sharing and related taxes	208,2	208,1
Inventories	860,7	835,9	Taxes payable	743,7	972,1
Recoverable taxes	307,1	274,1	Income tax and social contribution	99,2	103,3
Income tax and social contribution	74,9	55,3	Dividends and interest on capital payables	0,0	79,7
Derivatives	17,0	0,0	Other payables	231,2	161,7
Other receivables	233,4	286,7	Total current liabilities	4.474,5	4.177,9
Total current assets	4.057,0	4.802,9			
<b>NON CURRENT ASSETS</b>			<b>NON CURRENT LIABILITIES</b>		
Recoverable taxes	282,2	280,6	Borrowings, financing and debentures	1.281,5	2.625,7
Deferred income tax and social contribution	430,5	493,0	Taxes payable	194,9	237,5
Judicial deposits	317,4	303,1	Deferred income tax and social contribution	25,0	23,8
Other noncurrent assets	9,5	23,0	Provision for tax, civil and labor risks	173,2	93,6
Total long term assets	1.039,6	1.099,7	Other non current liabilities	231,3	266,7
Property, plant and equipment	1.840,3	1.734,7	Total non current liabilities	1.905,8	3.247,3
Intangible assets	801,0	784,3	<b>SHAREHOLDERS' EQUITY</b>		
Total noncurrent assets	3.680,9	3.618,7	Capital	427,1	427,1
			Capital reserves	144,8	142,8
			Earnings reserves	1.019,3	666,8
			Treasury shares	(33,4)	(37,1)
			Proposed additional dividend	0,0	29,7
			Goodwill/ Bargain Purchase on capital transactions	(92,1)	(92,1)
			Adjustment of equity evaluation	(108,0)	(140,7)
			Total equity attributable to owners of the Company	1.357,6	996,4
<b>TOTAL ASSETS</b>	<b>7.737,9</b>	<b>8.421,6</b>	<b>TOTAL LIABILITIES AND SHAREHOLDERS' EQUITY</b>	<b>7.737,9</b>	<b>8.421,6</b>

## 7. income statement

for the periods ended June 30, 2017 and 2016

R\$ million	1Q17	1Q16	06M17	06M16
NET REVENUE	2.025,8	2.025,7	3.754,4	3.715,4
Cost of sales	(605,3)	(638,5)	(1.125,2)	(1.159,3)
GROSS PROFIT	1.420,5	1.387,2	2.629,2	2.556,1
OPERATING (EXPENSES) INCOME				
Selling, Marketing and Logistics expenses	(809,7)	(770,6)	(1.545,7)	(1.462,0)
Administrative, R&D, IT and Project Expenses	(356,2)	(331,8)	(711,7)	(663,1)
Other operating (expenses) income, net	(22,6)	(4,4)	157,4	3,3
INCOME FROM OPERATIONS BEFORE FINANCIAL RESULT	232,0	280,4	529,2	434,3
Financial income	126,8	381,1	400,0	785,6
Financial expenses	(112,6)	(560,0)	(398,5)	(1.182,3)
INCOME BEFORE INCOME TAX AND SOCIAL CONTRIBUTION	246,1	101,5	530,7	37,6
Income tax and social contribution	(82,6)	(9,9)	(178,3)	(14,3)
NET INCOME	163,5	91,6	352,5	23,3
Non controlling	0,0	0,6	0,0	1,4
ATTRIBUTABLE TO				
Owners of the Company	163,5	91,0	352,5	21,8
Non controlling	0,0	0,6	0,0	1,4
	163,5	91,6	352,5	23,3

## 8. statement of cash flows

for the periods ended June 30, 2017 and 2016

R\$ million	O6M17	O6M16
<b>CASH FLOW FROM OPERATING ACTIVITIES</b>		
Net income of the period	352,5	23,3
Adjustments to reconcile net income to net cash provided by operating activities:		
Depreciation and amortization	134,0	127,4
Provision due to losses on derivative contracts " swap " and "forward "	110,7	513,9
Provision for tax, civil and labor contingencies	36,2	8,3
Monetary restatement of judicial deposits	(6,3)	(11,5)
Income tax and social contribution	178,3	14,3
Result on sale and disposal of fixed and intangible assets	1,9	2,5
Interest and exchange variation on loans and financing	133,9	(305,5)
Exchange variation on other assets and liabilities	(16,5)	(29,2)
Provision for losses on property	0,0	0,3
Provision related to the grant of options to purchase shares	6,3	3,2
Net provision (reversal) for doubtful accounts of reversal	(5,3)	3,0
Net Provision for losses on inventories	9,9	29,1
Provision of health care plan and carbon credit	6,1	5,4
Net income attributable to non-controlling	0,0	(1,4)
Provision for acquisition of non-controlling	0,0	50,8
	941,6	433,9
<b>(INCREASE) DECREASE IN ASSETS</b>		
Trade receivables	117,3	(51,9)
Inventories	(34,7)	(104,7)
Recoverable taxes	(40,6)	14,3
Other receivables	(72,8)	(12,4)
Subtotal	(30,8)	(154,6)
<b>INCREASE (DECREASE) IN LIABILITIES</b>		
Domestic and foreign suppliers	59,6	(59,2)
Payroll, profit sharing and related taxes, net	0,1	22,1
Taxes payable	(303,9)	(142,6)
Other payables	77,6	21,8
Subtotal	(166,5)	(157,9)

CASH GENERATED BY OPERATING ACTIVITIES	744,3	121,3
OTHERS CASH FLOWS BY OPERATING ACTIVITIES		
Payments of income tax and social contribution	(48,7)	(75,9)
Withdrawal (payment) of judicial deposits	(3,0)	4,3
Payment of tax, civil and labor	(6,5)	(5,9)
Receivables (Payments) of derivatives	(183,8)	83,5
Payment of interest on borrowings and financing	(148,8)	(159,4)
CASH GENERATED (USED IN) BY OPERATING ACTIVITIES	353,5	(32,0)
CASH FLOW FROM INVESTING ACTIVITIES		
Acquisition of property, plant and equipment and intangible assets	(104,1)	(110,5)
Receivable from sale of fixed and intangible assets	5,4	10,1
Short-term investments	(2325,0)	(2540,0)
Redemption of short-term investments	2558,3	2656,4
NET CASH GENERATED IN INVESTING ACTIVITIES	134,5	16,0
CASH FLOW FROM INVESTING ACTIVITIES		
Repayments of borrowings and financing - principal	(881,7)	(799,2)
Proceeds from borrowings and financing	57,2	574,3
Payment of dividends and interest on capital of the prior year	(109,4)	(123,1)
NET CASH USED IN FINANCING ACTIVITIES	(933,9)	(348,0)
Gain arising on translation foreign currency cash and cash equivalents	4,2	(31,0)
<b>DECREASE IN CASH AND CASH EQUIVALENTS</b>	<b>(441,7)</b>	<b>(395,0)</b>
Cash and cash equivalents at the beginning of the year/period	1091,5	1591,8
Cash and cash equivalents at the end of the year/period	649,8	1196,8
<b>DECREASE IN CASH AND CASH EQUIVALENTS</b>	<b>(441,7)</b>	<b>(395,0)</b>
ADDITIONAL STATEMENTS OF CASH FLOWS INFORMATION:		
Non cash itens:		
Capitalization of financial leasing	13,3	0,0
Hedge accounting	11,2	24,6
Financial leasing newbuilding adm.	8,7	0,0
*The footnotes are an integral part of these interim consolidated financial statements		

## 9. glossary

\_CDI: the overnight rate for interbank deposits.

\_CFT: Cosmetics, Fragrances and Toiletries Market.

\_EP&L: Environmental Profit & Loss

\_Natura Consultant (CN): self-employed resellers who do not have a formal labor relationship with Natura.

\_Supplier Communities: the communities of people involved in small-scale farming and extraction activities in a variety of locations in Brazil, especially in the Amazon Region, who extract the inputs used in our products from the social and biodiversity. We form production chains with these communities that are based on fair prices, the sharing of benefits gained from access to the genetic heritage and associated traditional knowledge and support for local sustainable development projects. This business model has proven effective in generating social, economic and environmental value for Natura and for the communities.

\_EBITDA: Earnings Before Interests, Tax, Depreciation and Amortization.

\_GHG: Greenhouse gases.

\_Innovation Index: share in the last 12 months of the sale of products launched in the last 24 months.

\_Natura Institute: is a nonprofit organization created in 2010 to strengthen and expand our Private Social Investment initiatives. The institute has enabled us to leverage our efforts and investments in actions that contribute to the quality of public education.

\_Target Market: refers to the market share data published by SIPATESP/ABIHPEC. Considers only the segments in which Natura operates. Excludes diapers, oral hygiene products, hair dyes, nail polish, feminine hygiene products as well as other products.

\_PCRC: acronym for Post-Consumer Recycled Content.

\_Profit Sharing: the share of profit allocated to employees under the profit-sharing program.

\_Natura Crer Para Ver Program: special line of non-cosmetic products whose profits are transferred to the Natura Institute, in Brazil, and invested by Natura in social initiatives in the other countries where we operate. Our consultants promote these sales to benefit society and do not obtain any gains.

\_Sustainable Relations Network: sales model adopted in Mexico that features eight stages in a consultant's development: Natura Consultant, Entrepreneurial Natura Consultant, Natura Developer 1 and 2, Natura Transformer 1 and 2, Natura Inspirer and Natura Associate. To rise up through the various stages, consultants must fulfill certain based on sales volume, attracting new consultants and (unlike the models adopted in other countries) personal development and social and environmental relationships in the community.

\_Benefit Sharing: in accordance with Natura's Policy for the Sustainable Use of Biodiversity and Associated Traditional Knowledge, benefits are shared whenever we perceive various forms of value in the access gained. Therefore, one of the practices that defines the way in which these resources are divided is to associate payments with the number of raw materials produced from each plant as well as the commercial success of the products in which these raw materials are used.

EBITDA is not a measure under BR GAAP and does not represent cash flow for the periods presented. EBITDA should not be considered an alternative to net income as an indicator of operating performance or an alternative to cash flow as an indicator of liquidity. EBITDA does not have a standardized meaning and the definition of EBITDA used by Natura may not be comparable with that used by other companies. Although EBITDA does not provide under BR GAAP a measure of cash flow, Management has adopted its use to measure the Company's operating performance. Natura also believes that certain investors and financial analysts use EBITDA as an indicator of performance of its operations and/or its cash flow.

This report contains forward-looking statements. These forward-looking statements are not historical fact, but rather reflect the wishes and expectations of Natura's management. Words such as "anticipate", "wish", "expect", "foresee", "intend", "plan", "predict", "project", "desire" and similar terms identify statements that necessarily involve known and unknown risks. Known risks include uncertainties that are not limited to the impact of price and product competitiveness, the acceptance of products by the market, the transitions of the Company's products and those of its competitors, regulatory approval, currency fluctuations, supply and production difficulties and changes in product sales, among other risks. This report also contains certain pro forma data, which are prepared by the Company exclusively for informational and reference purposes and as such are unaudited. This report is updated up to the present date and Natura does not undertake to update it in the event of new information and/or future events.

