



Aēsop

Natura & CO

São Paulo, 10 de maio de 2018

Resultados do 1T18:

Mais um trimestre de crescimento sólido em receita e rentabilidade em todo o grupo; Bom início de ano para a The Body Shop

- Crescimento de dois dígitos na receita líquida consolidada
R\$ 2.687,6 milhões, +55,5% sobre o 1T17, incluindo três meses de receita da The Body Shop ("TBS") em 2018. Na análise pró-forma¹, o crescimento consolidado foi de 11,0%² em BRL.
 - Natura: a receita da Natura cresceu 6,7%³ sobre o 1T17. No Brasil, o crescimento foi de 0,8%, Em bases comparáveis⁴, a receita líquida cresceu 3,0% vs. o 1T17, ajustada pelos efeitos de calendário. A Latam manteve o forte ritmo de expansão, crescendo 23,1%. Ainda no Brasil, recuperamos a liderança no mercado CFT em 2017, de acordo com a Euromonitor.
 - Aesop: forte crescimento de receita, de 30,8%³, com vendas mesmas lojas (últimos 12 meses) 18,0% superiores no canal de lojas exclusivas.
 - The Body Shop: receita de R\$ 807,3 milhões no 1T18, um crescimento pró-forma de 8,5%³, com forte desempenho na EMEA e na APAC. O calendário comercial favorável foi responsável por metade desse crescimento, que também foi impulsionado por boas vendas nas franquias e nas lojas próprias, e pelo crescimento de dois dígitos no e-commerce.
- Forte aumento de dois dígitos no EBITDA comparável, com crescimento em todos os negócios
O EBITDA consolidado reportado foi de R\$ 318,9 milhões, contra R\$ 364,6 milhões no 1T17. Em bases comparáveis e pró-forma, excluindo a reversão da provisão de PIS/COFINS, o aumento foi de 58,4% em BRL.
 - Natura: EBITDA de R\$ 250,6 milhões, +23,8%³ sobre o 1T17, com uma significativa melhora na margem EBITDA em bases comparáveis.
 - Aesop: EBITDA de R\$ 27,0 milhões, +118,4%³ sobre o 1T17, com expansão de 5,0 pp na margem.
 - The Body Shop: No 1T18, o EBITDA foi de R\$ 57,1 milhões, comparado a um EBITDA negativo de R\$ 11,1 milhões no 1T17. É o melhor primeiro trimestre da TBS desde 2010.
- Lucro líquido consolidado (reportado) de R\$ 24,4 milhões no trimestre, vs. R\$189,0 milhões no 1T17. Em bases comparáveis e pró-forma, o lucro líquido do 1T18 foi de R\$ 88,2 milhões, contra prejuízo de R\$ 1,3 milhão no 1T17, em linha com nossas expectativas para o período. Veja maiores detalhes na página 5.
- Endividamento abaixo do projetado; consumo de caixa devido a sazonalidade e efeitos da TBS
Devido a efeitos sazonais, o endividamento líquido fechou o trimestre em 3,3 vezes o EBITDA, abaixo de nossas projeções. No período, foi observado consumo de caixa de R\$ 351,0 milhões, devido à sazonalidade na TBS, despesas financeiras relacionadas à sua aquisição e maior necessidade de capital de giro para levar adiante o plano operacional da Natura.
- Avanços significativos em sustentabilidade
 - As emissões de carbono da Natura ficaram abaixo do previsto no trimestre, devido a um mix mais favorável de categorias e a maior eficiência no ciclo do pedido.
 - A TBS já reuniu aproximadamente 5,8 milhões de assinaturas na campanha global Forever Against Animal Testing, chegando perto da meta de 8 milhões para 2018.

¹ Inclui os números da The Body Shop, como se estes integrassem os resultados consolidados nos períodos reportados.

² O crescimento em moeda constante é de 9,0%.

³ As variações de desempenho (%) para cada negócio individualmente (Natura, Aesop e TBS) estão sempre comentadas neste relatório no conceito de moeda constante, exceto quando estiverem demonstradas em outra moeda.

⁴ Base comparável: exclui efeitos não usuais ou que não são comparáveis nos períodos em análise. Mais detalhes serão providenciados mais adiante nesse relatório quando os principais indicadores são apresentados.

Comentário da Administração

Natura &Co apresentou o terceiro trimestre consecutivo de crescimento sólido em vendas e rentabilidade, demonstrando a força do grupo multimarca e multicanal que criamos. Estamos particularmente satisfeitos por ver que as três marcas e negócios contribuíram fortemente para o desempenho desse trimestre.

A notícia recentemente divulgada de que a Natura recuperou a liderança no mercado CFT do Brasil, em 2017, segundo o Euromonitor, confirma que a companhia recuperou a rota de crescimento, graças a uma renovada estratégia de marca, à revitalização e digitalização da Venda por Relações e à abordagem multicanal. O avanço de 6,7%³ na receita líquida da Natura e o crescimento de dois dígitos no EBITDA foi respaldado por bom desempenho no Brasil e forte performance na América Latina. No Brasil, nosso novo modelo de Venda por Relações melhorou os níveis de atividade e impulsionou um aumento de produtividade de nossas consultoras de 21,8% sobre o 1T17 (quando o índice já havia registrado crescimento de 9,2%). A digitalização de nosso negócio avança de maneira firme, com mais de 550.000 consultoras usando nosso app exclusivo, enquanto nossas vendas on-line quase dobraram, alcançando 3,6% da receita líquida no Brasil. A Natura foi premiada pelo E-bit como o melhor site de e-commerce em todas as categorias no Brasil. Na América Latina (sem Brasil), a Natura acaba de conquistar a marca de 600.000 consultoras e registrou sólido crescimento no trimestre, com excelentes resultados na Argentina, no México e no Chile, com elevação da produtividade das consultoras.

A transformação da The Body Shop já está ocorrendo, apoiada por plano abrangente, e a empresa começou a ganhar ritmo, com alta em vendas, EBITDA e margem EBITDA na comparação com o ano anterior em moeda constante. A receita cresceu 8,5%, com aumento nas vendas para franqueados, lojas próprias e no e-commerce. Os resultados na EMEA e na APAC são os destaques do trimestre, bem como as vendas no varejo na América do Norte. A companhia encerrou o trimestre com 43 lojas a menos, em meio a um processo de otimização de sua rede.

O rápido crescimento da Aesop continua, com forte alta de 30,8%³ na receita líquida na comparação com o primeiro trimestre de 2017, com avanço de 18,0% nas vendas mesmas lojas. A Aesop teve um acréscimo de 28 novas lojas exclusivas e outras 12 lojas de departamento nos últimos 12 meses, contribuindo para um aumento significativo em rentabilidade.

Natura &Co estreou com sucesso no mercado internacional de capitais, com uma emissão de US\$ 750 milhões, a vencer em 2023, com taxa de juros de 5,375%. O grupo mantém seu compromisso de desalavancagem no ano, com índice de dívida líquida/EBITDA de 3,3 vezes no fim do trimestre, melhor do que as expectativas. Isso ocorreu em um período de consumo de caixa, decorrente de impactos da The Body Shop (fluxo de caixa sazonal da própria The Body Shop e custos relacionados à sua aquisição), juntamente com maior exigência de capital de giro na Natura, de acordo com o nosso plano de trabalho para o ano.

Além dos números, continuamos a realizar avanços em sustentabilidade, seguindo nosso compromisso com as práticas de negócios éticos e sustentáveis. As metas de emissões de carbono da Natura ficaram acima do esperado no trimestre. A The Body Shop, com quase seis milhões de assinaturas coletadas até o momento, está perto de alcançar a meta de oito milhões de assinaturas na petição da campanha global pelo fim dos testes em animais na indústria cosmética, realizada em parceria com a Cruelty Free International.

Após realizar um encontro com os cem principais líderes do grupo em janeiro, realizamos o primeiro Natura &Co Day em São Paulo, no dia 20 de abril. O grupo apresentou o plano estratégico ([link para a apresentação do Natura &Co Day](#)) para todas as marcas e estabeleceu metas ambiciosas, em busca de um forte crescimento de um dígito na receita líquida e de um crescimento de baixo duplo dígito em EBITDA (CAGR), o que poderia quase duplicar o EBITDA até 2022. O forte desempenho no primeiro trimestre nos coloca no caminho para atingir essas metas.

³ Variação em moeda constante

1. Resultados consolidados

Primeiro trimestre de 2018:

- Receita líquida consolidada: R\$ 2.687,6 milhões, vs. R\$ 1.728,6 milhões no 1T17
- EBITDA consolidado: R\$ 318,9 milhões, vs. R\$ 364,6 milhões no 1T17
- Lucro líquido consolidado: R\$ 24,4 milhões, vs. R\$ 189,0 milhões no 1T17
- Geração de caixa livre: -R\$ 351,0 milhões, comparado a R\$ 16,5 milhões no 1T17

Na tabela abaixo estão nossos resultados consolidados, por marca e unidade de negócios. No 1T18, eles incluem Natura, Aesop e The Body Shop (apenas Natura e Aesop no 1T17). Isolamos todos os custos relacionados à aquisição da TBS, assim como as despesas corporativas, que são relativas à criação do grupo e estavam sendo contabilizadas na DRE de Natura Brasil.

R\$ milhões	Resultado Consolidado		
	1T18	1T17	Var. (%)
Receita Bruta Natura	2.327,6	2.236,5	4,1
Receita Bruta Aesop	222,0	159,4	39,2
Receita Bruta The Body Shop	1.158,9	-	n/a
Receita Bruta Consolidada	3.708,4	2.395,9	54,8
Receita Líquida Natura	1.679,2	1.584,2	6,0
Receita Líquida Aesop	201,1	144,4	39,2
Receita Líquida The Body Shop	807,3	-	n/a
Receita Líquida Consolidada	2.687,6	1.728,6	55,5
EBITDA Natura ^(a)	250,6	359,6	(30,3)
% Margem EBITDA Natura	14,9%	22,7%	(7,8) pp
EBITDA Aesop	27,0	12,2	121,4
% Margem EBITDA Aesop	13,4%	8,4%	5,0 pp
EBITDA The Body Shop	57,1	-	n/a
% Margem EBITDA The Body Shop	7,1%	-	n/a
Despesas com Aquisição ^(b)	(0,1)	-	n/a
Despesas Corporativas ^(c)	(15,8)	(7,2)	119,6
EBITDA Consolidado	318,9	364,6	(12,5)
% Margem EBITDA Consolidada	11,9%	21,1%	(9,2) pp
Lucro Líquido Consolidado	24,4	189,0	(87,1)
% Margem Líquida Consolidada	0,9%	10,9%	(10,1) pp
Geração Interna de Caixa	84,7	291,6	(70,9)
Geração de Caixa Livre	(351,0)	16,5	(2.229,3)
Dívida Líquida / EBITDA	3,3	1,3	154,5

(a) Para efeitos de apresentação, exclui do resultado da Natura as despesas de aquisição da TBS e as despesas corporativas.

(b) Despesas relacionadas à aquisição da TBS.

(c) Despesas relacionadas à gestão e integração do grupo.

Crescimento de dois dígitos na receita líquida consolidada

A receita líquida consolidada cresceu 55,5% em BRL. Pró-forma, o crescimento foi de 11,0% em BRL.

A Natura cresceu 6,7%³ no trimestre.

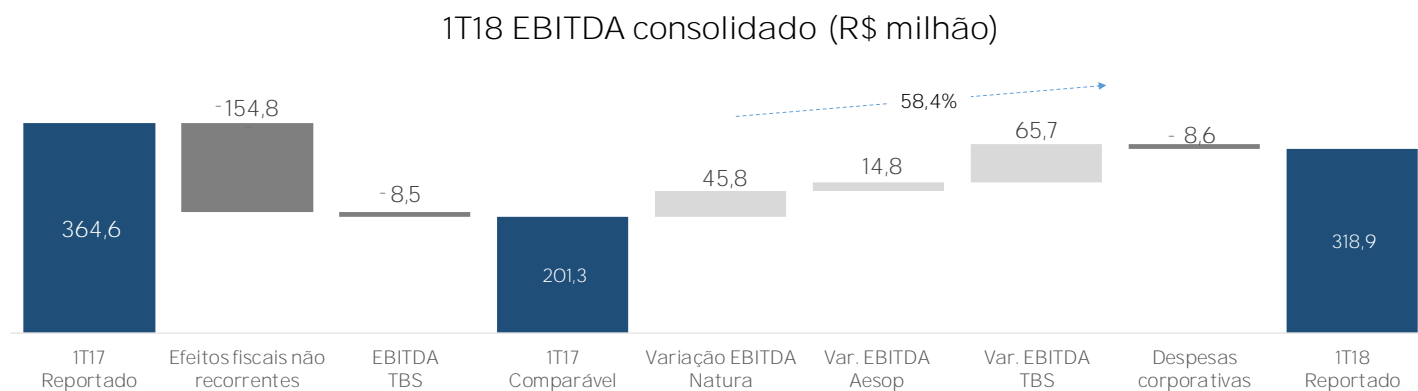
No Brasil, a receita líquida da Natura cresceu 0,8%. As vendas foram impactadas por nosso calendário comercial, que mudou a campanha de Dia das Mães de 2018 para o segundo trimestre. Ajustado pela sazonalidade, o crescimento das vendas no Brasil teria sido de 3,0%.

Na América Latina, as vendas da Natura aceleraram, com crescimento de 23,1%³ na receita líquida, sustentado pelo desempenho positivo em todos os países, graças à expansão do canal, à maior produtividade e à introdução do novo modelo comercial no Chile.

A Aesop apresentou forte crescimento de receita, de 30,8%³, impulsionado por robustas vendas mesmas lojas e expansão do número de lojas.

The Body Shop registrou receita líquida de R\$ 807,3 milhões no trimestre, com aumento de 8,5%³ (pró-forma), apoiado em forte crescimento nas vendas de franquias, lojas próprias e online, especialmente em geografias como a EMEA e a APAC.

O EBITDA consolidado comparável cresceu 58,4% (pró-forma)



_As despesas não recorrentes referem-se à reversão da provisão de PIS/COFINS no 1T17.

_O EBITDA da Natura foi R\$ 45,8 milhões maior do que no 1T17, excluindo a reversão da provisão de PIS/COFINS. O EBITDA comparável da Natura Brasil foi 9,4% maior no 1T18, enquanto o EBITDA da Latam cresceu 83,3% em BRL.

_O EBITDA da Aesop foi de R\$ 27,0 milhões, R\$ 14,8 milhões maior em relação ao 1T17 (+121,4%), principalmente devido às fortes vendas mesmas lojas do canal de lojas exclusivas.

_As despesas corporativas refletem valores anteriormente contabilizados na DRE da Natura, que foram reclassificados para a DRE consolidada, por estarem ligadas à estrutura do grupo.

_O EBITDA da The Body Shop foi de R\$ 57,1 milhões no 1T18, R\$ 65,7 milhões maior do que no 1T17. A melhora se deu por descontos menores e redução dos custos de ocupação nas lojas próprias, além de crescimento nas vendas de franqueados e lojas próprias.

_Outras receitas e despesas operacionais: redução de empréstimos com bancos de desenvolvimento (CPC-07) e menor volume de venda da carteira de recebíveis.

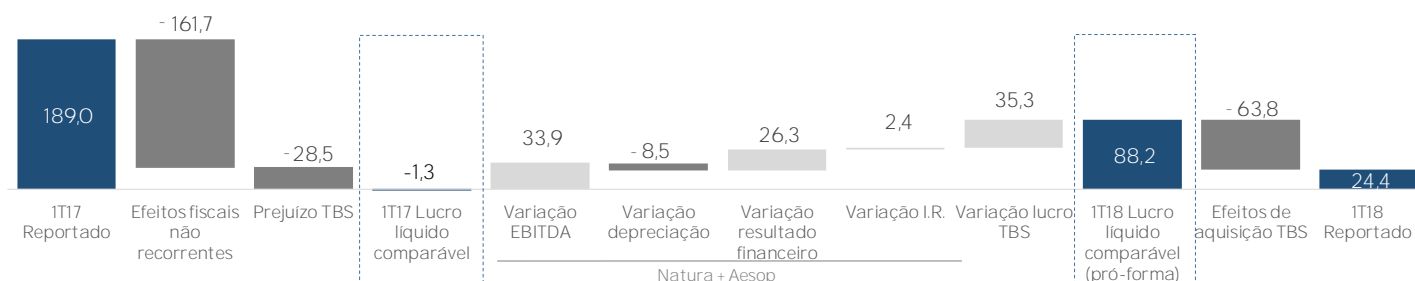
Crescimento substancial no lucro líquido comparável e pró-forma

³ Variação em moeda constante

Em bases comparáveis e pró-forma, o lucro líquido do 1T18 foi de R\$ 88,2 milhões, contra um prejuízo de R\$ 1,3 milhão no 1T17. O lucro líquido consolidado reportado foi de R\$ 24,4 milhões no 1T18.

O lucro comparável exclui a reversão de PIS/COFINS no 1T17 e todos custos associados à aquisição da TBS, e inclui o lucro/prejuízo da TBS, conforme mostrado abaixo:

1T18 Lucro líquido consolidado (R\$ milhões)



As principais mudanças que impactaram o lucro líquido foram:

_Efeitos fiscais não recorrentes: inclui o impacto da reversão de PIS/COFINS sobre o EBITDA e sobre as despesas financeiras (provisão de juros) no 1T17.

_Prejuízo TBS: prejuízo reportado pela TBS no 1T17 (pró-forma), de R\$ 28,5 milhões.

_Variação do EBITDA: aumento em relação ao 1T17, na Natura e na Aesop, excluindo efeitos não recorrentes de impostos.

_Variação do resultado financeiro: impacto positivo principalmente devido à taxa CDI menor sobre a dívida existente, excluindo a dívida para a aquisição da TBS.

_Lucro líquido da TBS: refere-se à variação no lucro líquido da TBS.

_Efeitos de aquisição da TBS: inclui custos financeiros relacionados à aquisição da TBS, variação cambial, efeitos da alocação do preço de compra (PPA) e outros custos decorrentes da aquisição.

Geração de caixa livre

R\$ milhões	1T18	1T17	Var. R\$	Var. %
Lucro Líquido	24,4	189,0	(164,6)	(87,1)
Depreciações e Amortizações	128,3	67,3	60,9	90,5
Itens Não Caixa / Outros	(66,8)	35,3	(102,1)	(289,4)
Geração Interna de Caixa	85,9	291,6	(205,7)	(70,6)
(Aumento) / Redução do Capital de Giro	(377,6)	(241,2)	(136,5)	56,6
Geração Operacional de Caixa	(291,8)	50,4	(342,2)	(678,9)
Capex	(59,3)	(33,9)	(25,4)	74,8
Geração de Caixa Livre*	(351,0)	16,5	(367,5)	(2.227,1)

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

O consumo de caixa foi de R\$ 351,0 milhões no trimestre, contra uma geração de caixa de R\$ 16,5 milhões no 1T17. A variação é explicada pelos seguintes fatores:

- Consumo de caixa da TBS: R\$ 124,5 milhões
- Custos de financiamento da aquisição da TBS: R\$ 78,0 milhões
- Capital de giro da Natura: R\$ 165,0 milhões, para apoiar o plano operacional da empresa

Abaixo demonstramos o resultado completo, por negócio e consolidado:

Trimestre	R\$ milhões	Consolidado ⁵			Resultado Consolidado						
		1T18 ^(a)	1T17	Var%	Natura			Aesop			The Body Shop
					1T18 ^(b)	1T17	Var%	1T18	1T17	Var%	1T18
Consultoras - final do período ('000) ⁶	1,718.8	1,800.1	(4.5)	1,643.4	1,839.0	(10.6)	-	-	n/a	-	-
Consultoras Média do período ('000)	1,734.5	1,812.5	(4.3)	1,633.2	1,823.6	(10.4)	-	-	n/a	-	-
Unidades de produtos para revenda (milhões)	134.1	128.5	4.4	102.6	100.2	2.4	2.1	1.8	21.0	-	-
Receita Bruta	3,708.4	2,395.9	54.8	2,327.6	2,236.5	4.1	222.0	159.4	39.2	1,158.9	
Receita Líquida	2,687.6	1,728.6	55.5	1,679.2	1,584.2	6.0	201.1	144.4	39.2	807.3	
CMV	(735.9)	(519.9)	41.5	(519.6)	(504.2)	3.0	(22.7)	(15.7)	44.7	(193.6)	
Lucro Bruto	1,951.7	1,208.7	61.5	1,159.7	1,079.9	7.4	178.4	128.7	38.6	613.6	
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(1,283.0)	(799.6)	60.5	(716.7)	(716.9)	(0.0)	(102.3)	(82.7)	23.8	(464.0)	
Despesas Adm, P&D, TI e Projetos	(448.8)	(284.7)	57.7	(250.1)	(240.1)	4.2	(57.7)	(44.6)	29.3	(141.1)	
Outras Receitas / (Despesas) Operacionais, líquidas	(13.4)	180.1	(107.4)	(9.7)	180.0	(105.4)	(4.0)	0.0	(14,0)19.7)	0.3	
Despesas com Aquisição ^(c)	(0.1)	-	n/a	-	-	n/a	-	-	n/a	-	
Despesas Corporativas ^(d)	(15.8)	(7.2)	119.6	-	-	n/a	-	-	n/a	-	
Depreciação	128.3	67.3	90.5	67.4	56.6	19.1	12.6	10.7	17.8	48.2	
EBITDA	318.9	364.6	(12.5)	250.6	359.6 (e)	(30.3)	27.0	12.2	121.4	57.1	
Depreciação	(128.3)	(67.3)	90.5	-	-	-	-	-	-	-	
Receitas / (Despesas) Financeiras, líquidas	(63.6)	(12.6)	403.5	-	-	-	-	-	-	-	
Despesas com Aquisição no Resultado Financeiro ^(c)	(92.6)	-	n/a	-	-	-	-	-	-	-	
Lucro antes do IR/CSLL	34.3	284.6	(87.9)	-	-	-	-	-	-	-	
Imposto de Renda e Contribuição Social	(10.0)	(95.6)	(89.6)	-	-	-	-	-	-	-	
Lucro Líquido Consolidado	24.4	189.0	(87.1)	-	-	-	-	-	-	-	
Margem Bruta	72.6%	69.9%	2.7 pp	69.1%	68.2%	0.9 pp	88.7%	89.1%	(0.4) pp	76.0%	
Despesas Vendas, Marketing e Logística/Receita Líquida	47.7%	46.3%	1.5 pp	42.7%	45.3%	(2.6) pp	50.9%	57.2%	(6.3) pp	57.5%	
Despesas Adm, P&D, TI e Projetos/Receita Líquida	16.7%	16.5%	0.2 pp	14.9%	15.2%	(0.3) pp	28.7%	30.9%	(2.2) pp	17.5%	
Margem EBITDA	11.9%	21.1%	(9.2) pp	14.9%	22.7% (e)	(7.8) pp	13.4%	8.4%	5.0 pp	7.1%	
Margem Líquida	0.9%	10.9%	(10.0) pp	-	-	-	-	-	-	-	

(a) Resultado consolidado inclui as despesas de aquisição da TBS e despesas corporativas.

(b) Resultado Natura exclui as despesas de aquisição da TBS e despesas corporativas.

(c) Refere-se às despesas de aquisição da TBS.

(d) Despesas com a gestão e integração do Grupo.

(e) O EBITDA do 1T17 da Natura inclui os efeitos positivos da reversão de PIS/COFINS de R\$ 154,8 milhões

Disponibilizamos o link para a série histórica desde 2011: [série histórica](#)

⁵ Resultados consolidados incluem Brasil, Latam, França, EUA, Aesop, Holanda e The Body Shop.

⁶ Posição ao final do ciclo 4 no Brasil, Argentina, Peru e México; ciclo 3 no Chile e na Colômbia.

Performance por marca e negócio

Natura – Brasil

A Natura apresentou um bom desempenho no trimestre, em meio a um cenário cada vez mais competitivo e um mercado de consumo modesto. As vendas foram impactadas pelo nosso calendário comercial, com a transferência para o segundo trimestre da campanha do Dia das Mães.

A produtividade por consultora foi novamente um destaque, com crescimento de 21,8%, em relação ao 1T17, que já havia registrado um crescimento de 9,2%. Enquanto o total de consultoras diminuiu, a sua migração para os estágios superiores do nosso novo modelo continuou.

Nossa transformação digital avançou e mais de 550.000 consultoras, pouco mais de 50% do canal, já utilizam nosso app exclusivo, por meio do qual podem acessar uma ampla gama de serviços e ofertas especiais. Essas consultoras têm uma taxa de interação muito mais alta com a Natura e são mais produtivas.

As vendas online quase dobraram, atingindo 3,6% da receita líquida no Brasil, com aumento da rentabilidade. O crescimento foi impulsionado por maior tráfego e por altas taxas de conversão.

Em relação às nossas atividades de varejo, as Empresárias de Beleza Natura, consultoras que operam sob um contrato de franquia, alcançaram 64 lojas e mais de 100 novos contratos estão a caminho. Nossa rede própria de lojas continua com 19 unidades e em breve estará em novas localidades, além dos estados de São Paulo e Rio de Janeiro.

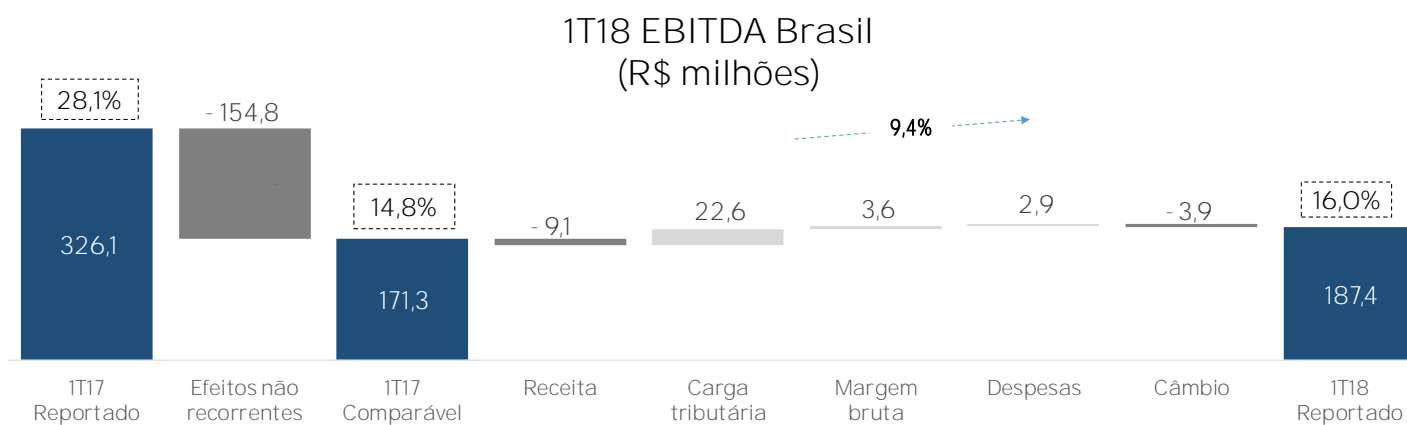
Depois de recuperar a liderança no mercado CFT do Brasil em 2017, nossas principais categorias continuaram a ter bom desempenho no 1T18, especialmente em presentes.

Trimestre	Resultado		
	R\$ milhões	Natura Brasil	
	1T18 ^(a)	1T17 ^(a)	Var%
Consultoras - final do período ('000)	1,046.5	1,297.3	(19.3)
Consultoras Média do período ('000)	1,040.6	1,281.5	(18.8)
Unidades de produtos para revenda (milhões)	72.8	73.7	(1.2)
Receita Bruta	1,663.7	1,682.8	(1.1)
Receita Líquida	1,168.4	1,159.0	0.8
CMV	(354.5)	(358.3)	(1.1)
Lucro Bruto	813.9	800.7	1.6
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(494.8)	(521.9)	(5.2)
Despesas Adm., P&D, TI e Projetos	(184.4)	(181.1)	1.8
Outras Receitas / (Despesas) Operacionais, líquidas	(7.9)	179.4	(104.4)
Depreciação	60.5	49.0	23.5
EBITDA	187.4	326.1 ^(b)	(42.5)
Margem Bruta	69.7%	69.1%	0.6 pp
Despesas Vendas, Marketing e Logística/Receita Líquida	42.3%	45.0%	(2.7) pp
Despesas Adm., P&D, TI e Projetos/Receita Líquida	15.8%	15.6%	0.2 pp
Margem EBITDA	16.0%	28.1% ^(b)	(12.1) pp

(a) Despesas com aquisição da TBS e despesas corporativas são excluídas do resultado da Natura.

(b) O EBITDA do 1T17 da Natura inclui os efeitos positivos da reversão do PIS/COFINS de R\$ 154,8 milhões

O EBITDA da Natura Brasil foi de R\$ 187,4 milhões, atingindo uma margem de 16,0%. No 1T17, o EBITDA comparável excluindo a reversão de PIS/COFINS (R\$ 154,8 milhões) foi de R\$ 171,3 milhões. Portanto, o crescimento do EBITDA comparável no 1T18 foi de 9,4%, como segue:



A Natura continua a buscar ganhos de eficiência. Em comparação com o 1T17, as despesas com Vendas, Marketing e Logística caíram 5,2% no trimestre, com redução de 2,7 pp em relação à receita líquida, influenciadas pela produtividade mais alta do novo modelo de Venda por Relações. Essas economias compensaram os investimentos mais altos em marketing feitos no período, em linha com nossos planos.

As despesas administrativas e de P&D, TI e Projetos aumentaram ligeiramente no trimestre (+1,8%), devido a maior depreciação e amortização (revisão da vida útil dos ativos intangíveis), despesas com consultorias estratégicas e outros efeitos. Excluindo esses pontos, tais despesas teriam caído em relação ao 1T17.

Natura – Latam

Em moeda constante, a receita líquida no trimestre cresceu 23,1%, enquanto o EBITDA cresceu 88,7%, resultando em uma melhora acentuada da margem EBITDA, que foi de 13,6% no 1T18, 4,7 pp superior à do 1T17.

A região viu todas as suas operações crescerem, com destaque para Argentina, México e Chile. O crescimento foi impulsionado pela expansão do canal, maior produtividade e introdução do modelo de Venda por Relações no Chile.

Conforme divulgado recentemente, o market share da Natura na região melhorou mais uma vez, passando de 4,7% para 5,1% em 2017 (Fonte: Euromonitor). A nossa marca continua ganhando força, conta com elevado reconhecimento, está entre as três preferidas em todos os países em que atuamos, ocupando a liderança na Colômbia, no Chile e no Peru (Fonte: Equity Millward Brown, 2017).

Logo após o final do trimestre, atingimos a marca de 600.000 consultoras, um importante marco de nossa expansão na região.

Trimestre	Resultado		
	R\$ milhões	Natura Latam	
	1T18	1T17	Var%
Consultoras - final do período ('000)	596,8	540,6	10,4
Consultoras Média do período ('000)	592,6	541,0	9,5
Unidades de produtos para revenda (milhões)	29,7	26,3	13,0
Receita Bruta	661,8	551,8	19,9
Receita Líquida	509,0	423,6	20,2
CMV	(164,6)	(145,6)	13,0
Lucro Bruto	344,4	277,9	23,9
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(216,3)	(191,6)	12,9
Despesas Adm., P&D, TI e Projetos	(63,7)	(56,6)	12,6
Outras Receitas / (Despesas) Operacionais, líquidas	(1,8)	0,6	(383,2)
Depreciação	6,8	7,4	(8,0)
EBITDA	69,4	37,8	83,3
Margem Bruta	67,7%	65,6%	2,0 pp
Despesas Vendas, Marketing e Logística/Receita Líquida	42,5%	45,2%	(2,7) pp
Despesas Adm., P&D, TI e Projetos/Receita Líquida	12,5%	13,4%	(0,8) pp
Margem EBITDA	13,6%	8,9%	4,7 pp

Aesop

Em moeda constante, a receita líquida da Aesop cresceu 30,8% em comparação com o 1T17, devido ao crescimento robusto das vendas mesmas lojas de 18%, além de 28 novas lojas exclusivas e 12 lojas de departamento, um total de 305 lojas (208 lojas exclusivas e 97 lojas de departamento). O EBITDA aumentou 118,4%³ sobre o 1T17, atingindo uma margem de 13,4%, já incluindo o efeito do plano de retenção dos executivos-chave em ambos os períodos.

The Body Shop

No primeiro trimestre, os sinais de recuperação continuaram. A The Body Shop apresentou receita líquida de R\$ 807,3 milhões e EBITDA de R\$ 57,1 milhões. Isso representa um crescimento de 8,5% nas vendas e um aumento de R\$ 65,7 milhões no EBITDA em relação a 1T17 (pró-forma em moeda constante). O bom desempenho ocorreu em função do crescimento da EMEA e da APAC, forte aumento das vendas online e *phasing* das vendas no canal de franquia. A melhora no EBITDA deve-se a descontos menores e queda nos custos de ocupação das lojas próprias, além de melhores vendas de franqueados. A TBS encerrou o trimestre com 1.068 lojas próprias (redução de 31 desde dezembro de 2017) e 1.938 lojas franqueadas (redução de 12 desde dezembro de 2017).

³ Variação em moeda constante

2. Desempenho socioambiental

No primeiro trimestre de 2018, além do edital do Prêmio Acolher, que premia projetos socioambientais das Consultoras de Beleza Natura, lançamos o Acolher Comunidades dos Entornos. Ele é uma evolução do programa de desenvolvimento local da Natura, focado no investimento direto e no apoio técnico a projetos de impacto social nos territórios de Cajamar, Benevides e no distrito da Jaguará (na cidade de São Paulo), locais em que temos operações.

Também celebramos o recebimento, pelo NASP (nossa nova sede administrativa, em São Paulo), da certificação LEED® (Leadership in Energy and Environmental Design) GOLD, selo de reconhecimento internacional em construções sustentáveis desenvolvido por uma ONG norte-americana.

A expansão do portfólio da submarca Ekos para a Latam impactou em um aumento do consumo de ingredientes da Amazônia e ampliou o uso de embalagens com frascos que usam 100% material reciclado pós-consumo ou 100% plástico verde.

Indicador	Unidade	Ambição 2020	Resultado		
			1T18	2017	Destques
Emissão relativa de carbono (escopo 1, 2 e 3)	kg CO2/kg prod faturado	2.15	3.37	3.20	Impacto das emissões de carbono no 1º TRI maiores em função da ausência de datas comemorativas
Embalagens ecoeficientes ^(a)	% (unid. Faturadas emb. Ecoef/unid fat. Totais)	40	22	21	Resultado em linha com o ano anterior
Consumo de insumos Amazônicos em relação ao consumo total Natura	% (R\$ insumos amazônicos/ R\$ insumos totais)	30.0	19.1	18.1	Aumento em função da estratégia de mães e ampliação do portfólio
Volume acumulado de negócios na região PAM Amazônica ^(b)	R\$ milhões	1,000.0	1,294.8	1,222.0	Resultado fruto da compra de insumos oriundos da Amazônia como óleo de plama e a operação do conjunto industrial
Arrecadação da linha Crer para Ver - Global ^(c)	R\$ milhões	41.0	15.5	35.6	Aumento de consultoras engajadas no Brasil
Índice de mulheres na liderança (nível diretoria e acima)	%	50.0	32.7	32.7	Resultado mantém-se desde a última leitura 2017
PCD (pessoas com deficiência)	%	8	6.3	6.1	Evolução consistente no indicador. Ações afirmativas de recrutamento e seleção constantes.

(a) 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.

(b) Valores acumulados desde 2011.

(c) 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):

O impacto das emissões de carbono no primeiro trimestre de cada ano é usualmente maior devido à ausência de datas comemorativas que alavanquem as vendas e elevem a produtividade dos processos logísticos.

Quando comparado com o 1T17 (3,34 kgCO₂ por kg produto), o resultado segue praticamente em linha, com leve superação de +0,7%. Em relação ao consolidado de 2017, o aumento de 5,2% deve-se principalmente ao maior faturamento de itens com maior emissão relativa, como os produtos de Perfumaria, e o crescimento das exportações e de circulação de revistas na Latam.

Buscaremos reverter esse resultado por meio da otimização do nosso processo logístico e do aumento do uso de vidro reciclado pós-consumo em todos os produtos da perfumaria.

Toda essa emissão de carbono que não pudemos evitar foi compensada por meio do apoio a projetos que impactam positivamente o clima e a sociedade, como iniciativas de reflorestamento e tratamento de resíduos.

Embalagens ecoeficientes:

Resultado no mesmo patamar do ano anterior. É necessário seguir com a iniciativa de revisão da estratégia de refilagem, já em andamento, e a ampliação do desenvolvimento de um maior número de embalagens com material de origem renovável e com material reciclado pós-consumo no portfólio.

Consumo de insumos Amazônicos em relação ao consumo total da Natura:

Construção de estoque para a estratégia de Dia das Mães, ampliação do portfólio da submarca Ekos para a Latam e superação nas vendas de Mamãe e Bebê, aumentando o consumo de óleo de maracujá

Volume acumulado de negócios na região Pan-Amazônica:

Todos os países da Latam tiveram bom desempenho devido à boa produtividade dos lançamentos, promoções cross-category e kit do Dia dos Namorados.

Arrecadação da linha Crer para Ver (Educação):

No Brasil, a arrecadação obtida a partir das vendas de Crer para Ver fechou em R\$ 11,8 milhões no trimestre, número superior ao resultado do ano anterior (+2,5%). Houve ainda aumento 28,2% no número de consultoras engajadas na venda dessa linha especial de produtos não cosméticos. Esses recursos são direcionados ao Instituto Natura, que trabalha para alcançar alto impacto positivo na educação básica do país e das Consultoras de Beleza Natura.

Índice de mulheres na liderança (nível diretoria e acima)

Resultado mantém-se desde a última leitura, em 2017.

PCD (pessoas com deficiência)

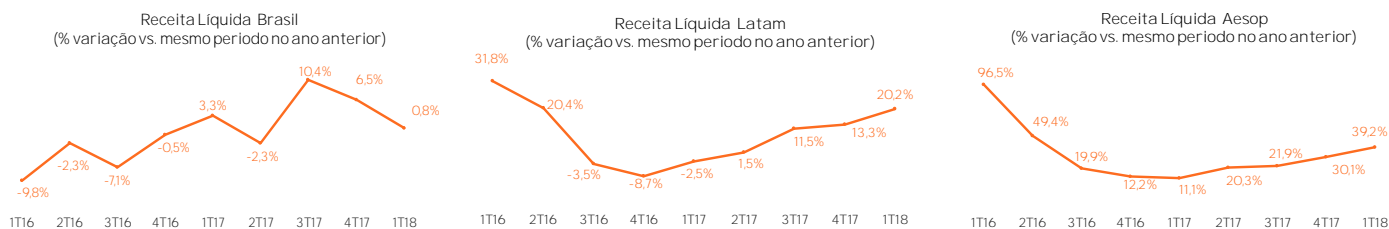
Evolução consistente no indicador. Ações afirmativas de recrutamento e seleção constantes.

³ Variação em moeda constante

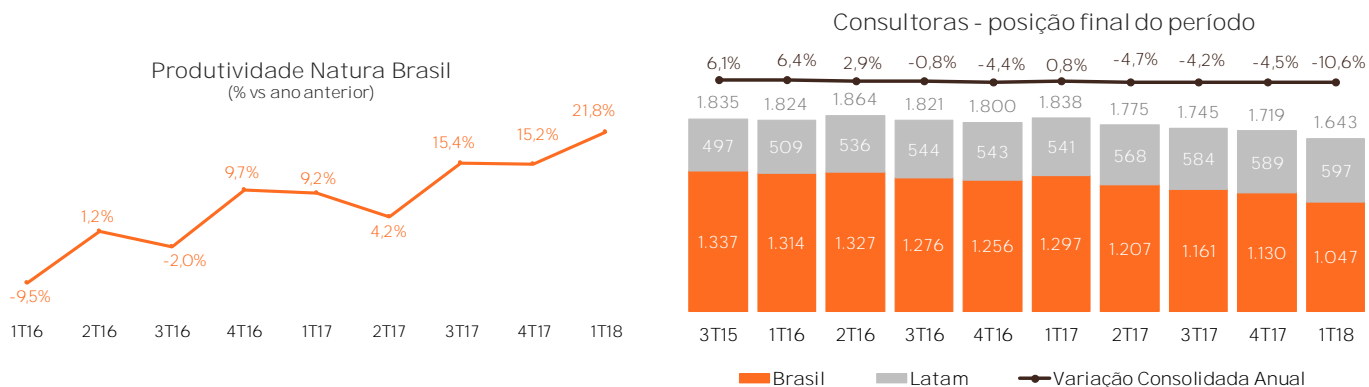
Appendices

1. Receita Líquida

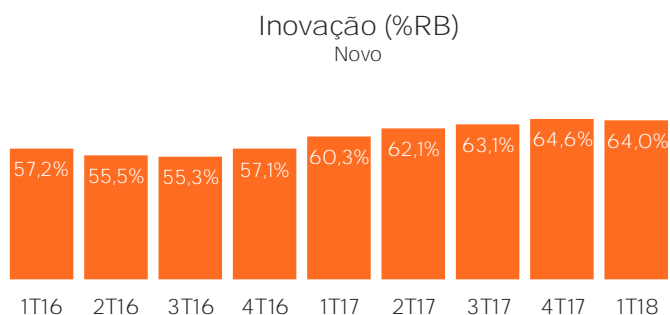
Trimestre em BRL



2. Venda por Relações

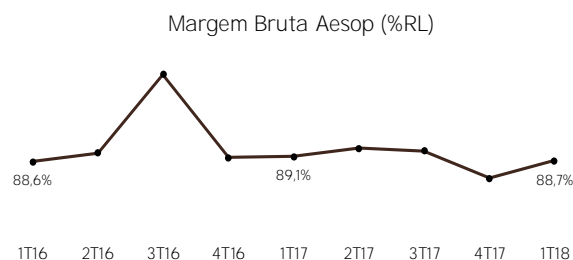
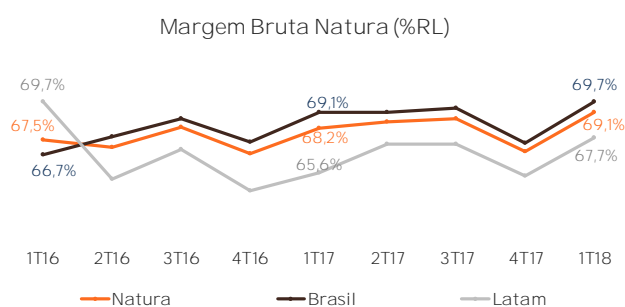


3. Índice de inovação (Natura Brazil)



³ Variação em moeda constante

4. Margem bruta



A margem bruta da Natura no Brasil foi de 69.7% no trimestre, 0.6pp maior que o 1T17, beneficiada pelo mix de categoria e reversão do PIS e COFINS no ano passado. Por outro lado tivemos maiores promoções no período. A margem bruta na Latam foi 2.1pp maior que o 1T17, enquanto a margem da Aesop foi de 88,7%, ou 0,4pp menor que o 1T17.

No quadro da direita apresentamos os principais componentes dos custos de produtos vendidos da Natura (ex-TBS e Aesop).

	1T18	1T17
MP / ME / PA*	81,6%	78,3%
Mão de Obra	9,2%	11,7%
Depreciação	2,3%	3,3%
Outros	7,0%	6,8%
Total	100,0%	100,0%

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

5. Resultado financeiro

O quadro abaixo demonstra as principais variações no resultado financeiro consolidado

R\$ milhões	1T18	1T17	Var. R\$	Var. (%)
Resultado financeiro	(156,2)	(12,6)	(143,6)	1.137%
1. Empréstimos e Aplicações Brasil	(125,1)	(62,1)	(63,0)	101%
Saldo Médio das Aplicações Financeiras	2.646,7	1.739,4	907,3	52%
Receita das Aplicações Financeiras	42,7	53,2	(10,5)	(20%)
Remuneração em % do CDI	99,6%	102,2%	n/a	(2,6pp)
Saldo Médio das Dívidas Tesouraria	(8.494,1)	(3.763,1)	(4.731,0)	126%
Despesas dos Empréstimos e Financiamentos	(167,8)	(115,3)	(52,5)	46%
Custo Médio Ponderado em % do CDI	119,8%	94,0%	n/a	25,8pp
CDI acumulado no período	1,6%	3,0%	n/a	(1,4pp)
2. Variação Cambial Operacional Brasil	1,4	(3,9)	5,3	(137%)
3. Operações Internacionais	5,3	3,0	2,3	(76%)
4. Outros	(37,8)	50,3	(88,2)	(175%)
Custos financeiros relativos à aquisição da TBS	(17,6)	0,0	(17,6)	100%
Contingencias e Depósitos Judiciais	(7,3)	69,5	(76,9)	(111%)
Outros	(12,9)	(19,2)	6,2	(33%)

A variação líquida de -R\$143,6 milhões desde o 1T17 deu-se principalmente pelo maior saldo de empréstimos e financiamentos e menor rendimento das aplicações financeiras, em contrapartida à menor taxa do CDI e às reversões de provisão para contingência no 1T17.

³ Variação em moeda constante

- Empréstimos e financiamentos: aumento do saldo de dívidas, resultado da emissão de bonds e debêntures relacionados à aquisição da The Body Shop, em substituição ao empréstimo-ponte.
- Variação cambial operacional no Brasil: reflete a correlação entre as taxas de câmbio BRL/USD sobre os recebíveis de exportação da Natura no Brasil.
- Operações internacionais: reflete principalmente a correlação entre as taxas de câmbio entre o BRL e o ARS, sobre as importações à pagar pela Argentina ao Brasil.
- Outros : a variação de -R\$88,2 milhões desde o 1T17 é explicada pelo seguinte:
 - o Reversão da provisão de PIS e COFINS no 1T17, com efeito positivo no resultado daquele período;
 - o Despesas financeiras da The Body Shop no 1T18, incluindo as despesas resultantes de sua aquisição.

6. Endividamento

Outro destaque do período foi o nível de endividamento melhor do que nossas expectativas:

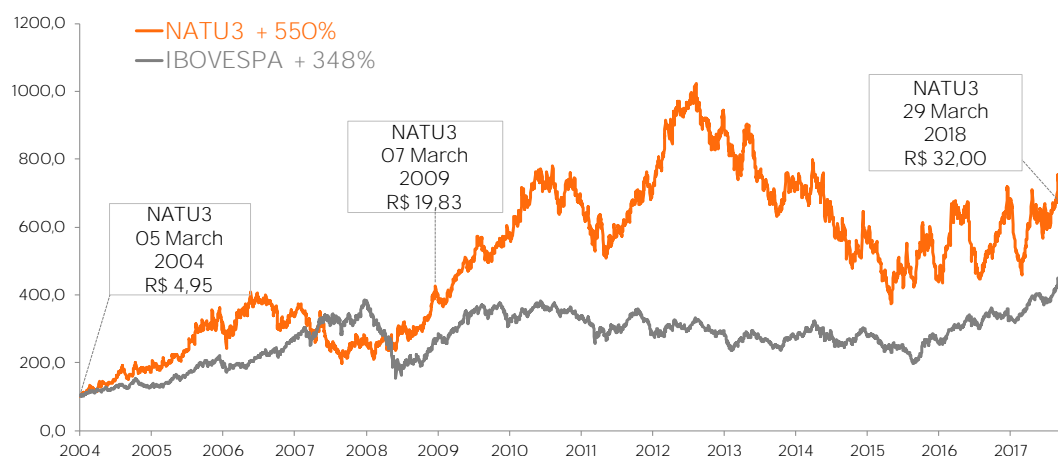
R\$ milhões	1T18	Part (%)	1T17	Part (%)	Var. (%)
Curto Prazo	1.582,4	19,1	1.989,7	53,3	(20,5)
Longo Prazo	7.243,7	87,3	1.913,9	51,2	278,5
Instrumentos financeiros derivativos*	(98,7)	(1,2)	117,2	3,1	184,2
Arrendamentos Mercantis - Financeiros / Outros**	(432,5)	(5,2)	(284,4)	(7,6)	(52,0)
Total da Dívida	8.295,0		3.736,4		122,0
(-) Caixa e Aplicações Financeiras	(2.655,1)		(1.788,4)		48,5
(=) Endividamento Líquido	5.639,9		1.947,9		189,5
Dívida Líquida / Ebitda	3,32		1,31		
Total Dívida / Ebitda	4,89		2,51		

* 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.

7. Performance NATU3

O quadro a seguir mostra o desempenho da ação da Natura desde o IPO:



³ Variação em moeda constante

8. Teleconferencia e webcast

A teleconferência de resultados e o webcast do 1T18 serão realizados no dia 11 de Maio de 2018, sexta

A teleconferência será conduzida em inglês com tradução simultânea para o português

Horários:

11:00 hs Brasília

10:00 hs Nova Iorque

15:00 hs Londres

Números de acesso:

Brasil: +55 11 3193 1001

EUA: ligação grátis + 1 800 492 3904

+55 11 2820 4001

Reino Unido: ligação grátis

+ 0808 234 8680

Outros países: +1 646 828 8246

Código de identificação da conferência: Natura

Transmissão ao vivo por webcast: www.natura.net/investidor



9. Balanço patrimonial

Em Março 2018 e Dezembro 2017:

(Em milhões de R\$)

ATIVO	Mar 18	Dez 17	PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	Mar 18	Dez 17
CIRCULANTES			CIRCULANTES		
Caixa e equivalentes de caixa	798,6	1.693,1	Empréstimos, financiamentos e debentures	1.582,4	4.076,7
Títulos e valores mobiliários	1.856,5	1.977,3	Fornecedores e outras contas a pagar	1.346,8	1.553,8
Contas a receber de clientes	1.371,9	1.507,9	Salários, participações nos resultados e encargos sociais	309,0	366,0
Estoques	1.455,1	1.243,9	Obrigações tributárias	250,5	269,9
Impostos a recuperar	240,1	210,6	Imposto de renda e contribuição social	159,5	147,9
Imposto de renda e contribuição social	216,8	197,5	Dividendos e juros sobre o capital próprio a pagar	134,6	201,7
Instrumentos financeiros derivativos	35,3	14,8	Provisão para riscos tributários, civis e trabalhistas	16,7	17,4
Outros ativos circulantes	215,1	211,2	Outros passivos circulantes	283,9	278,7
Total dos ativos circulantes	6.189,4	7.056,3	Total dos passivos circulantes	4.083,3	6.912,0
NÃO CIRCULANTES			NÃO CIRCULANTES		
Impostos a recuperar	436,0	439,1	Empréstimos, financiamentos e debentures	7.243,7	5.255,2
Imposto de renda e contribuição social diferidos	396,0	344,2	Obrigações tributárias	198,2	195,1
Depósitos judiciais	324,7	319,4	Imposto de renda e contribuição social diferidos	433,8	422,4
Outros ativos não circulantes	46,4	46,1	Provisão para riscos tributários, civis e trabalhistas	271,1	264,7
Total dos ativos realizável a longo prazo	1.203,1	1.148,9	Outros passivos não circulantes	227,4	273,3
			Total dos passivos não circulantes	8.374,2	6.410,7
Imobilizado	2.257,6	2.276,7	PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
Intangível	4.539,0	4.475,6	Capital social	427,1	427,1
Total dos ativos não circulantes	7.999,7	7.901,2	Ações em tesouraria	(24,3)	(32,5)
			Reservas de capital	135,8	155,7
			Reservas de lucros	1.140,6	1.123,2
			Lucros Acumulados	24,4	0,0
			Deságio em transações de capital	(92,1)	(92,1)
			Ajustes de avaliação patrimonial	120,1	53,3
			Total do patrimônio líquido	1.731,6	1.634,7
TOTAL DO ATIVO	14.189,1	14.957,5	TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	14.189,1	14.957,5

³ Variação em moeda constante

10. Demonstrações do resultado

Para os trimestres findos em 31 de março de 2018 and 2017:

	R\$ milhões	Mar 18	Mar 17
RECEITA LÍQUIDA		2.687,6	1.728,6
Custo dos produtos vendidos		(735,9)	(519,9)
LUCRO BRUTO		1.951,7	1.208,7
(DESPESAS) RECEITAS OPERACIONAIS			
Despesas com Vendas, Marketing e Logística		(1.611,0)	(799,6)
Despesas Administrativas, P&D, TI e Projetos		(592,8)	(291,9)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas		442,7	180,1
LUCRO OPERACIONAL ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO		190,6	297,2
Receitas financeiras		263,1	273,3
Despesas financeiras		(419,3)	(285,9)
LUCRO ANTES DO IMPOSTO DE RENDA E DA CONTRIBUIÇÃO SOCIAL		34,3	284,6
Imposto de renda e contribuição social		(10,0)	(95,6)
LUCRO LÍQUIDO DO PERÍODO		24,4	189,0

³ Variação em moeda constante

11. Demonstrações dos fluxos de caixa

Para os trimestres findos em 31 de março de 2018 and 2017:

R\$ milhões	Mar 18	Mar 17
CAIXA GERADO PELAS ATIVIDADES OPERACIONAIS	(99,5)	201,6
OUTROS FLUXOS DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS		
Recuperações (pagamentos) de imposto de renda e contribuição social	(1,9)	(37,7)
Levantamentos (pagamentos) de depósitos judiciais	(1,7)	(0,6)
Pagamentos relacionados a processos tributários, cíveis e trabalhistas	(3,5)	(2,8)
Pagamentos de recursos por liquidação de operações com derivativos	(5,3)	(110,2)
Pagamento de juros sobre arrendamento mercantil financeiro	(11,4)	0,0
Pagamento de juros sobre empréstimos, financiamentos e debêntures	(300,6)	(127,3)
CAIXA LÍQUIDO GERADO (UTILIZADO) PELAS ATIVIDADES OPERACIONAIS	(423,9)	(77,0)
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO		
Adições de imobilizado e intangível	(59,3)	(33,9)
Recebimento pela venda de ativo imobilizado e intangível	2,4	7,7
Aplicação em títulos e valores mobiliários	(3.543,6)	(1.117,0)
Resgate de títulos e valores mobiliários	3.651,2	1.159,8
Resgate de juros sobre aplicações e títulos de valores mobiliários	62,7	46,7
CAIXA LÍQUIDO GERADO (UTILIZADO) PELAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO	113,4	63,4
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO		
Amortização de Arrendamento mercantil financeiro - principal	(32,9)	0,0
Amortização de empréstimos, financiamentos e debêntures - principal	(4.375,3)	(445,7)
Captações de empréstimos, financiamentos e debêntures	3.883,8	34,6
Utilização de ações em tesouraria pelo exercício de opções de compra de ações	(0,9)	0,0
Pagamento de dividendos e juros sobre capital próprio referentes ao exercício anterior	(67,1)	(47,4)
Recebimentos (pagamento) de recursos por liquidação de operações com derivativos	8,6	(2,2)
CAIXA LÍQUIDO GERADO (UTILIZADO) NAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO	(583,9)	(460,7)
Efeito de variação cambial sobre o caixa e equivalentes de caixa	(0,1)	0,2
AUMENTO (REDUÇÃO) NO CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA	(894,5)	(474,1)
Saldo inicial do caixa e equivalentes de caixa	1.693,1	1.091,5
Saldo final do caixa e equivalentes de caixa	798,6	617,4
AUMENTO (REDUÇÃO) NO CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA	(894,5)	(474,1)

Informações adicionais às demonstrações dos fluxos de caixa:

Alguns montantes comparativos foram reclassificados para melhor apresentação

* As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.

12. Glossário

_CDI: Certificado de depósito interbancário.

_CFT: Cosmetics, Fragrances and Toiletries Market.

-CMV / CPV: Custo das Mercadorias Vendidas / Custo dos Produtos Vendidos

_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 Natureza 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.

_TBS: The Body Shop.

³ Variação em moeda constante

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.

Equipe de Relações com Investidores

Telefone: +55 (11) 4389-7786

Marcel Goya, marcelgoya@natura.net

Luiz Palhares, luizpalhares@natura.net

Rodrigo Ishiwa, rodrigoishiwa@natura.net

Camila Soares Cabrera, camilacabrera@natura.net

Natura &co



Aēsop

Natura & CO

São Paulo, May 10, 2018

Q1-18 results:

Another quarter of solid growth in sales and profitability across the group Good start to the year for The Body Shop

- Double-digit growth in consolidated net revenue
R\$2,687.6 million, up 55.5% vs. Q1-17, including three months of revenue from The Body Shop (“TBS”) in 2018 only. On a pro forma¹ basis, consolidated growth was 11.0% in BRL².
 - Natura: Natura’s top line grew 6.7%³ vs. Q1-17; Brazil grew 0.8% while Latam maintained its strong momentum, up 23.1%³. On a comparable⁴ basis, adjusted for calendar effects, net sales in Brazil grew by 3.0% vs. Q1-17.
Natura regained leadership in the CFT market in Brazil in 2017, according to Euromonitor.
 - Aesop: Strong revenue growth of 30.8%³, with like-for-like (last twelve months) sales up 18.0% in the signature stores channel.
 - The Body Shop: Revenues of R\$807.3 million in Q1-18, up 8.5%³ on a pro forma basis, with strong performance in EMEA and APAC. Favorable commercial calendar accounted for half the growth, which was also driven by strong franchise and owned store sales as well as double-digit growth in e-commerce.
- Strong double-digit rise in comparable EBITDA, supported by growth in all businesses
Reported consolidated EBITDA of R\$318.9 million vs. R\$364.6 million in Q1-17. On a pro forma and comparable basis (ex-PIS/COFINS tax reversal), consolidated growth was 58.4% in BRL.
 - Natura: EBITDA of R\$250.6 million, up 23.8%³ vs. Q1-17, with a significant improvement in EBITDA margin on a comparable basis.
 - Aesop: EBITDA of R\$27.0 million, up 118.4%³ vs. Q1-17, with margin posting a 500 bps gain.
 - The Body Shop: In Q1-18 EBITDA was R\$57.1 million, compared to negative R\$11.1 million in Q1-17, pro forma, the best first quarter since 2010.
- Consolidated net income of R\$24.4 million (reported) in the quarter, vs. R\$189,0 million in Q1-17. On a comparable, pro forma basis, net income was R\$88.2 million, a substantial increase vs. a loss of R\$1.3 million in Q1-17, in line with our expectations for the period. See further details on page 6.
- Indebtedness ratio ahead of target; cash outflow from seasonal and TBS-related effects
Net-debt-to-EBITDA ratio stood at 3.3 times at the end of the quarter, due to seasonal effects, ahead of our estimates. The period saw free cash outflow of R\$351.0 million, from seasonality at TBS, acquisition-related financial expenses and higher working capital requirements to roll out Natura’s operational plan.
- Significant advances in sustainability
 - Natura’s carbon emissions were ahead of target in the quarter, helped by a more favorable category mix and a more efficient order cycle.
 - TBS’s petition has gathered approximately 5.8 million signatures, nearing its target of 8 million in 2018 for its global campaign, Forever Against Animal Testing.

¹ Including The Body Shop’s figures, as if they were part of the consolidated accounts in the comparative periods.

² Growth at constant FX rates is 9.0%.

³ The performance change (%) for each business individually (Natura, Aesop and TBS) is always commented on a constant exchange rate basis in this report, unless stated otherwise.

⁴ Comparable basis: adjusted to exclude effects that are not considered usual or are not comparable between the periods under analysis. Further details are provided later-on in this report when each of the key indicators is discussed.

Management commentary:

Natura &Co turned in its third consecutive quarter of solid growth in sales and profitability, demonstrating the strength of the multi-brand, multi-channel group that we are building. We are particularly pleased to see all three brands and businesses making a strong contribution to this quarter's performance.

The recent news that Natura has regained leadership in the Cosmetics, Fragrances and Toiletries markets in Brazil in 2017 (source: Euromonitor) confirms that the company is back on track, thanks to its revamped brand strategy, revitalized and digitized Direct Sales and multi-channel approach. Natura's net revenue growth of 6.7%³ and double-digit EBITDA growth was supported by a good performance in Brazil and a strong performance in Latam. In Brazil, our new Relationship Selling model drove improved activity levels and 21.8% productivity gains per consultant on top of a 9.2% productivity increase in Q1-17. The digitization of our business is progressing, with more than 550,000 consultants now using our exclusive mobile platform, while our online sales nearly doubled, reaching 3.6% of net sales in Brazil. Natura won a prize as the best e-commerce site in all categories in Brazil, awarded by E-bit. In Latin America (ex-Brazil), Natura has just reached 600,000 consultants and posted stronger growth in the quarter, with Argentina, Mexico and Chile turning in excellent performances on the back of productivity gains by consultants.

The transformation of The Body Shop is already underway, supported by a comprehensive 5-point plan, and the business has started to gain momentum with sales, EBITDA and EBITDA margin growth year-on-year at constant exchange rates. Revenue grew by 8.5%³, supported by higher franchise, owned stores and online sales. The performance in EMEA and APAC are the highlights of this quarter, as are retail sales in North America. The company ended the quarter with 43 fewer stores as it continues to optimize its network.

Aesop's rapid growth story continues, with net sales rising by a very strong 30.8%³ vs. Q1-17, on the back of 18.0% like-for-like growth in the signature store channel. Aesop added 28 net new signature stores and 12 department stores over the last 12 months, contributing to a significant improvement in profitability.

Natura &Co made its successful debut on international bond markets through a US\$ 750 million issue, maturing in 2023 with a coupon of 5.375%. The group remains on track to achieve its deleveraging commitment for the year, with a net-debt-to-EBITDA ratio of 3.3 times at the end of the quarter, ahead of our target. This happened in a period of cash outflow from TBS-related effects (TBS' own seasonal cash flows and acquisition-related financial expenses), along with higher working capital requirements at Natura, in line with our operational plan for the year.

Beyond the numbers, we continued to make advances in sustainability, consistent with our commitment to sustainable and ethical business practices. Natura's carbon emissions were ahead of objectives in the quarter. With close to six million signatures to date, The Body Shop is well on its way to achieving its target of collecting 8 million signatures in its global petition campaign, in partnership with Cruelty Free International, to achieve a global ban on animal testing.

After bringing together the top hundred leaders of the new group in January, we held the first Natura &Co Investor Day in São Paulo on April 20. The group presented the strategic roadmaps ([link to Natura &Co Day presentation](#)) of all three brands and set out ambitious targets, aiming at posting high single-digit growth in net sales and low double-digit growth in EBITDA (CAGR), which would amount to a near doubling of EBITDA by 2022. The solid performance in this first quarter puts us on track to deliver those targets.

³ At constant foreign exchange rate

1. Consolidated results

First quarter 2018:

- Consolidated net revenue: R\$2,687.6 million vs. R\$1,728.6 million in Q1-17
- Consolidated EBITDA: R\$318.9 million vs. R\$364.6 million in Q1-17
- Consolidated net income: R\$24.4 million vs. R\$189.0 million in Q1-17
- Free cash flow: -R\$351.0 million, compared to R\$16.5 million in Q1-17.

Our consolidated results by brand and business unit are shown below. Q1-18 results include Natura, Aesop and The Body Shop (Q1-17: Natura and Aesop only). We isolated all expenses related to the TBS acquisition as well as corporate-related expenses, which are expenses relative to the creation of the new group that used to be booked within Natura Brazil's accounts:

R\$ million	Consolidated Profit and Loss		
	Q1-18	Q1-17	Change (%)
Natura Gross Revenue	2,327.6	2,236.5	4.1
Aesop Gross Revenue	222.0	159.4	39.2
The Body Shop Gross Revenue	1,158.9	-	n/a
Consolidated Gross Revenue	3,708.4	2,395.9	54.8
Natura Net Revenue	1,679.2	1,584.2	6.0
Aesop Net Revenue	201.1	144.4	39.2
The Body Shop Net Revenue	807.3	-	n/a
Consolidated Net Revenue	2,687.6	1,728.6	55.5
Natura EBITDA ^(a)	250.6	359.6	(30.3)
<i>% Natura EBITDA Margin</i>	14.9%	22.7%	(7.8) pp
Aesop EBITDA	27.0	12.2	121.4
<i>% Aesop EBITDA Margin</i>	13.4%	8.4%	5.0 pp
The Body Shop EBITDA	57.1	-	n/a
<i>% The Body Shop EBITDA Margin</i>	7.1%	-	n/a
Acquisition related Expenses ^(b)	(0.1)	-	n/a
Corporate Expenses ^(c)	(15.8)	(7.2)	119.6
Consolidated EBITDA	318.9	364.6	(12.5)
<i>% Consolidated EBITDA Margin</i>	11.9%	21.1%	(9.2) pp
Consolidated Net Income	24.4	189.0	(87.1)
<i>% Consolidated Net Margin</i>	0.9%	10.9%	(10.1) pp
Internal cash generation	84.7	291.6	(70.9)
Free cash flow	(351.0)	16.5	(2,229.3)
Net Debt / EBITDA	3.32	1.31	154.5

(a) For presentation purposes, TBS-acquisition and corporate related expenses were excluded from Natura's Profit & Loss.

(b) Refers to TBS-acquisition related expenses.

(c) Refers to expenses related to the management and integration of the Group.

Double-digit growth in consolidated net revenue

Consolidated net revenue grew by 55.5% in BRL. On a pro forma basis, consolidated net revenue grew by 11.0% in BRL.

Natura³ grew by 6.7% in the quarter.

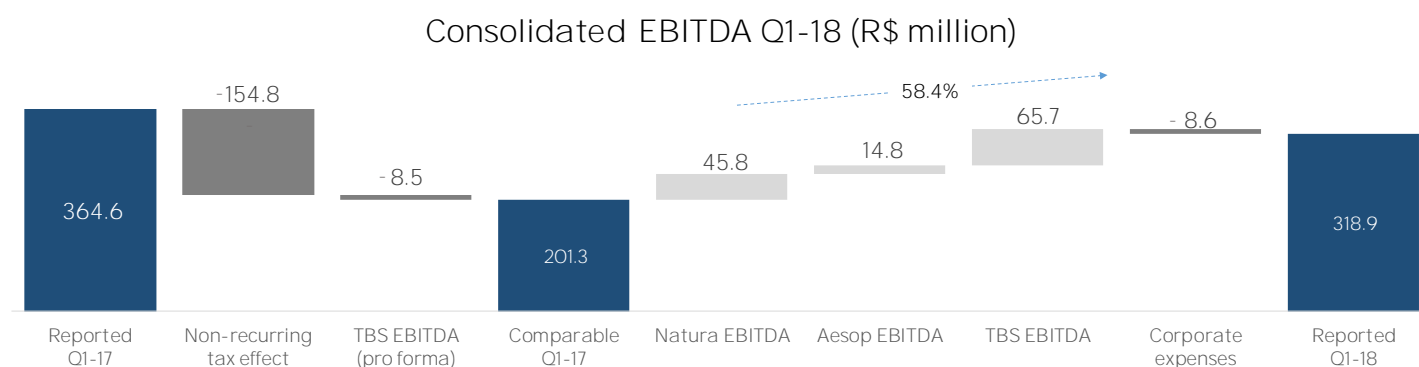
In Brazil, Natura's net revenue grew by 0.8%. Top line growth was impacted by our commercial calendar which shifted this year's Mothers' Day campaign to Q2. Adjusted for seasonality, top line growth in Brazil was 3.0%.

In Latin America, Natura's sales accelerated, with net revenue growth of 23.1%³, supported by positive performance in all countries, thanks to channel expansion, higher productivity and the adoption of the new commercial model in Chile.

Aesop's top line improved by a strong 30.8%³, on the back of robust like-for-like growth and store footprint expansion.

The Body Shop posted net revenue of R\$807.3 million in the quarter, up 8.5%³ (pro forma), driven by strong growth in franchise, owned stores and online, and in geographies such as EMEA and APAC.

Comparable consolidated EBITDA up 58.4% (pro forma)



_Non-recurring expenses refer to the PIS/COFINS excise tax provision reversed in Q1-17.

_Natura's EBITDA was R\$45.8 million higher than in Q1-17, excluding the PIS/COFINS reversal. Natura Brazil's comparable EBITDA was 9.4% higher in Q1-18, while Latam's EBITDA increased 83.3% in BRL.

_Aesop's EBITDA stood at R\$27.0 million, increasing R\$14.8 million from Q1-17 (121.4%), mainly from strong signature store like-for-like growth.

_Corporate expenses reflect figures previously booked in Natura's P&L that have been reclassified in the consolidated P&L, as they are linked to the group structure.

_The Body Shop's EBITDA stood at R\$57.1 million in Q1-18, which is R\$65.7 million higher than Q1-17 (pro forma). This improvement is due to lower levels of discounts and occupancy costs in owned stores and higher franchisee and retail sales.

_Other operating income and expenses: Lower development bank funding (CPC-07) and lower sales of bad debt portfolios in relation to Q1-17.

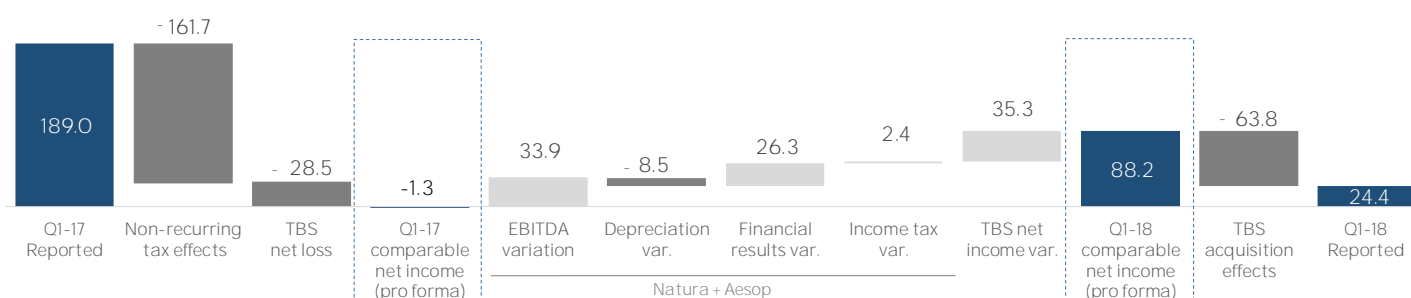
³ At constant foreign exchange rate

Substantial increase in comparable, pro forma net income

On a comparable, pro forma basis, Q1-18 net income was R\$88.2 million, vs. a loss of R\$1.3 million in Q1-17. Reported consolidated net income stood at R\$24.4 million in Q1-18.

Comparable income excludes non-recurring PIS/COFINS tax reversal in Q1-17 and all costs associated with the acquisition of The Body Shop, and includes TBS profit/loss, as shown below:

Consolidated net income Q1-18 (R\$ million)



The key changes that impacted net income are as follows:

_Non-recurring tax effect: Includes the PIS/COFINS excise tax reversal impact on both EBITDA and financial expenses (interest accrual) in Q1-17.

_TBS net loss: Loss reported by TBS in Q1-17 (pro forma), of R\$28.5 million.

_EBITDA: Increase vs. Q1-17 for Natura and Aesop, ex-non-recurring tax effects.

_Financial results: Positive impact mainly from lower CDI (interbank interest rate) on existing debt, excluding the financing arrangements for TBS acquisition.

_TBS net income: Refers to TBS' net income variation in Q1-18.

_TBS effects: Include financing costs from TBS acquisition, foreign exchange rate impacts, purchase price allocation effects and other acquisition-related costs.

Free cash flow

R\$ million	Q1-18	Q1-17	Change R\$	Change %
Net Income	24.4	189.0	(164.6)	87.1
Depreciation and Amortization	128.3	67.3	60.9	(90.5)
Non-cash/Others	(66.8)	35.3	(102.1)	289.4
Provision for acquiring Aesop's remaining interest	0.0	0.0	0.0	0.0
Internal Cash Generation	85.9	291.6	(205.7)	70.6
Working Capital (Increase)/Decrease	(377.6)	(241.2)	(136.5)	(56.6)
Operating Cash Generation	(291.8)	50.4	(342.2)	678.9
CAPEX	(59.3)	(33.9)	(25.4)	(74.8)
Free Cash Flow*	(351.0)	16.5	(367.5)	2,227.1

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

Free cash outflow stood at R\$351.0 million in the quarter, vs. an inflow of R\$16.5 million in Q1-17. The variation is explained by the following factors:

- TBS' own free cash outflow: R\$124.5 million

- TBS' acquisition-related financing costs: R\$78.0 million
- Natura's working capital: R\$165.0 million, to support the company's operational plan

The following chart shows the complete results by business and on a consolidated basis:

Quarter	R\$ million	Consolidated Profit and Loss									
		Consolidated ⁵			Natura			Aesop			The Body Shop
		Q1-18 ^(a)	Q1-17	Change (%)	Q1-18 ^(b)	Q1-17	Change (%)	Q1-18	Q1-17	Change (%)	Q1-18
Total Consultants - end of period ('000) ⁶		1,718.8	1,800.1	(4.5)	1,643.4	1,839.0	(10.6)	-	-	n/a	-
Total Consultants - average of period ('000)		1,734.5	1,812.5	(4.3)	1,633	1,823.6	(10.4)	-	-	n/a	-
Units sold - items for resale (in million)		134.1	128.5	4.4	102.6	100.2	2.4	21	18	21.0	-
Gross Revenue		3,708.4	2,395.9	54.8	2,327.6	2,236.5	4.1	222.0	159.4	39.2	1,158.9
Net Revenue		2,687.6	1,728.6	55.5	1,679.2	1,584.2	6.0	201.1	144.4	39.2	807.3
COGS		(735.9)	(519.9)	41.5	(519.6)	(504.2)	3.0	(22.7)	(15.7)	44.7	(193.6)
Gross Profit		1,951.7	1,208.7	61.5	1,159.7	1,079.9	7.4	178.4	128.7	38.6	613.6
Selling, Marketing and Logistics Expenses		(1,283.0)	(799.6)	60.5	(716.7)	(716.9)	(0.0)	(102.3)	(82.7)	23.8	(464.0)
Administrative, R&D, IT and Projects Expenses		(448.8)	(284.7)	57.7	(250.1)	(240.1)	4.2	(57.7)	(44.6)	29.3	(141.1)
Other Operating Income / (Expenses) net		(13.4)	180.1	(107.4)	(9.7)	180.0	(105.4)	(4.0)	0.0	(14,019.7)	0.3
Acquisition related Expenses ^(c)		(0.1)	-	n/a	-	-	n/a	-	-	n/a	-
Corporate Expenses ^(d)		(15.8)	(7.2)	119.6	-	-	n/a	-	-	n/a	-
Depreciation		128.3	67.3	90.5	67.4	56.6	19.1	12.6	10.7	17.8	48.2
EBITDA		318.9	364.6	(12.5)	250.6	359.6 (e)	(30.3)	27.0	12.2	121.4	57.1
Depreciation		(128.3)	(67.3)	90.5	-	-	-	-	-	-	-
Financial Income / (Expenses), net		(63.6)	(12.6)	403.5	-	-	-	-	-	-	-
Acquisition related Expenses in Financial Income ^(c)		(92.6)	-	n/a	-	-	-	-	-	-	-
Earnings Before Taxes		34.3	284.6	(87.9)	-	-	-	-	-	-	-
Income Tax and Social Contribution		(10.0)	(95.6)	(89.6)	-	-	-	-	-	-	-
Consolidated Net Income		24.4	189.0	(87.1)	-	-	-	-	-	-	-
Gross Margin		72.6%	69.9%	2.7 pp	69.1%	68.2%	0.9 pp	88.7%	89.1%	(0.4) pp	76.0%
Selling, Marketing and Logistics Expenses/Net Revenue		47.7%	46.3%	1.5 pp	42.7%	45.3%	(2.6) pp	50.9%	57.2%	(6.3) pp	57.5%
Administrative, R&D, IT and Projects Expenses/Net Revenue		16.7%	16.5%	0.2 pp	14.9%	15.2%	(0.3) pp	28.7%	30.9%	(2.2) pp	17.5%
EBITDA Margin		11.9%	21.1%	(9.2) pp	14.9%	22.7% (e)	(7.8) pp	13.4%	8.4%	5.0 pp	7.1%
Net Margin		0.9%	10.9%	(10.0) pp	-	-	-	-	-	-	-

(a) TBS acquisition expenses and corporate expenses were included in the consolidated Profit & Loss.

(b) TBS acquisition expenses and corporate expenses were excluded from Natura's Profit & Loss.

(c) TBS acquisition related expenses.

(d) Expenses related to management and integration of the Group.

(e) Natura's Q1-17 EBITDA includes the positive effects of PIS/COFINS tax reversal of R\$154.8 million

Link to the historical data series since 2011: [Historical data series](#)

⁵ Consolidated figures include Brazil, Latam, France, United States, Aesop, Netherlands and The Body Shop.

⁶ Position at the end of cycle 4 in Brazil, Argentina, Peru and Mexico; cycle 3 in Chile and Colombia.

Performance by brand and business

Natura – Brazil

Natura posted a quarter of good performance, amid an increasingly competitive landscape and soft consumption market. Top line was impacted by our commercial calendar as the Mothers' Day campaign was shifted to Q2 from Q1 last year.

Productivity per consultant was again a highlight, increasing 21.8% on top of 9.2% productivity gains in Q1-17. While the total number of consultants declined, their migration to the upper-tier stages of our new model continued.

Our digital transformation advanced and more than 550,000 consultants, just over 50% of the channel, already use our exclusive mobile app, through which they can access a wide range of services and exclusive offers. This consultant base shows much higher interaction rates with Natura and, hence, higher productivity.

Online sales posted nearly doubled, reaching 3.6% of net sales, with increasing profitability. Higher traffic and high conversion rates were the key growth drivers.

As regards our retail activities, the Entrepreneur-Consultants, which operate under a franchise agreement, reached 64 stores and over 100 new contracts are on the way. Our own store network, which currently counts 19 units, will shortly expand to new locations beyond the states of São Paulo and Rio de Janeiro.

After regaining leadership in the Brazilian CFT market in 2017, our key categories continued to perform well in Q1-18, especially in gifts.

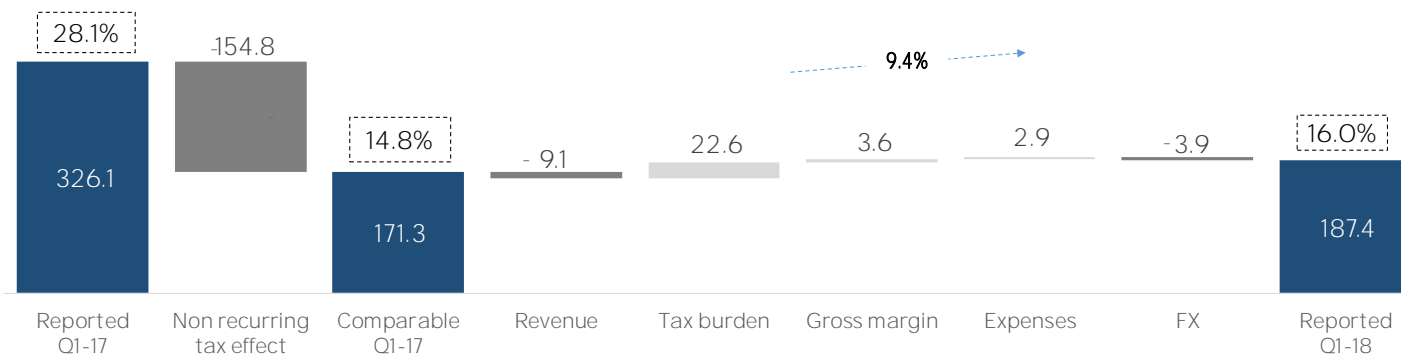
Quarter	Profit and Loss		
	R\$ million	Natura Brazil	
	Q1-18 ^(a)	Q1-17 ^(a)	% Change
Total Consultants - end of period ('000)	1,046,5	1,297,3	(19,3)
Total Consultants - average of period ('000)	1,040,6	1,281,5	(18,8)
Units sold – items for resale (in million)	72,8	73,7	(1,2)
Gross Revenue	1.663,7	1.682,8	(1,1)
Net Revenue	1.168,4	1.159,0	0,8
COGS	(354,5)	(358,3)	(1,1)
Gross Profit	813,9	800,7	1,6
Selling, Marketing and Logistics Expenses	(494,8)	(521,9)	(5,2)
Administrative, R&D, IT and Projects Expenses	(184,4)	(181,1)	1,8
Other Operating Income / (Expenses), net	(7,9)	179,4	(104,4)
Depreciation	60,5	49,0	23,5
EBITDA	187,4	326,1 (b)	(42,5)
Gross Margin	69,7%	69,1%	0,6 pp
Selling, Marketing and Logistics Expenses/Net Revenue	42,3%	45,0%	(2,7) pp
Administrative, R&D, IT and Projects Expenses/Net Revenue	15,8%	15,6%	0,2 pp
EBITDA Margin	16,0%	28,1% (b)	(12,1) pp

(a) TBS acquisition related expenses and corporate expenses were excluded from Natura Profit & Loss.

(b) Natura's Q1-17 EBITDA includes the positive effects of PIS/COFINS tax reversal of R\$154.8 million

EBITDA at Natura Brazil stood at R\$187.4 million, reaching a margin of 16.0%. In Q1-17, comparable EBITDA ex-PIS/COFINS reversal (R\$154.8 million) was R\$171.3 million. Therefore, comparable EBITDA growth in Q1-18 was 9.4%, as follows:

Brazil EBITDA Q1-18 (R\$ million)



Natura continues to push for efficiency gains. Selling, Marketing and Logistics expenses declined 5.2% in the quarter, a 270 bps reduction from Q1-17 in relation to net sales, driven by the higher productivity of the new Relationship Selling model. These savings compensated the higher marketing investments made in the period, in line with our plan.

Administrative, R&D, IT and Projects Expenses increased slightly in the quarter, to 1.8%, due to higher depreciation and amortization (revised useful lives of intangible assets), consulting fees and other effects. Excluding these, expenses would have declined versus Q1-17.

Natura – Latam

At constant exchange rates, net revenue in the quarter grew 23.1%, while EBITDA grew 88.7%, resulting in sharp EBITDA margin improvement of 470 bps against Q1-17, to 13.6%.

The region saw all its operations grow, with Argentina, Mexico and now Chile the highlights. Growth was driven by channel expansion, higher productivity and the introduction of the Relationship Selling model in Chile.

As recently disclosed, Natura's market share in the region improved once again, from 4.7% to 5.1% in 2017 (Source: Euromonitor). Our brand keeps gaining strength, already enjoying very high consumer awareness levels, and occupies top 3 positions in brand preference in all markets, including number one ranking in Colombia, Chile and Peru (Source: Equity Millward Brown, 2017).

Right after the quarter-ended we reached the mark of 600,000 consultants, an important milestone in our expansion in the region.

Quarter	Profit and Loss		
	R\$ million	Natura Latam	
	Q1-18	Q1-17	% Change
Total Consultants - end of period ('000)	596.8	540.6	10.4
Total Consultants - average of period ('000)	592.6	541.0	9.5
Units sold – items for resale (in million)	29.7	26.3	13.0
Gross Revenue	661.8	551.8	19.9
Net Revenue	509.0	423.6	20.2
COGS	(164.6)	(145.6)	13.0
Gross Profit	344.4	277.9	23.9
Selling, Marketing and Logistics Expenses	(216.3)	(191.6)	12.9
Administrative, R&D, IT and Projects Expenses	(63.7)	(56.6)	12.6
Other Operating Income / (Expenses), net	(1.8)	0.6	(383.2)
Depreciation	6.8	7.4	(8.0)
EBITDA	69.4	37.8	83.3
Gross Margin	67.7%	65.6%	2.0 pp
Selling, Marketing and Logistics Expenses/Net Revenue	42.5%	45.2%	(2.7) pp
Administrative, R&D, IT and Projects Expenses/Net Revenue	12.5%	13.4%	(0.8) pp
EBITDA Margin	13.6%	8.9%	4.7 pp

Aesop

At constant exchange rates, Aesop's net revenue advanced 30.8% vs. Q1-17, thanks to robust like-for-like sales growth in signature stores of 18.0% (LTM), in addition to 28 net new signature stores and 12 department stores, for a total of 305 stores (208 signature stores, 97 department stores). EBITDA increased 118.4%³ vs. Q1-17, reaching a margin of 13.4%, already including the key executive, acquisition-linked retention plan effect in both periods.

The Body Shop

In Q1-18, early signs of recovery continued. The Body Shop posted net revenue of R\$807.3 million and EBITDA of R\$57.1 million. This represents an 8.5% growth in sales and a R\$65.7 million increase in EBITDA, compared with Q1-17 (pro forma, at constant exchange rates), supported by growth in EMEA and APAC, stronger sales in online and phasing of the franchise channel. The improvement in EBITDA is due to lower discounts and occupancy costs in owned stores, as well as higher franchisee sales. The Body Shop ended the quarter with 1,068 owned stores (down 31 from December 2017), and 1,938 franchised stores (down 12 from December 17).

2. Social and environmental performance

In the first quarter of 2018, in addition to the announcement of the Acolher Award, which rewards social and environmental projects by Natura Beauty Consultants, we launched the Acolher Neighboring Communities prize. It is an evolution of Natura's local development program, focused on direct investment and technical support for projects with social impact in the districts of Cajamar, Benevides and Jaguara (in the city of São Paulo), where we have operations.

We also were awarded the LEED® (Leadership in Energy and Environmental Design) GOLD certification, an internationally recognized label for sustainable construction developed by an American NGO, for NASP, our new administrative headquarters in São Paulo.

The expansion of the Ekos sub-brand's portfolio to Latam led to an increase in the consumption of ingredients from the Amazon and expanded the use of packaging with bottles that use 100% post-consumer recycled material or 100% green plastic.

Indicator	Unit	2020 ambition	Results		Destakes
			1T18	2017	
Relative carbon emissions (scopes 1, 2 & 3)	kg CO2/kg prod billed	2,15	3,37	3,2	Lower sales volumes in the period due to lack of commemorative dates
Eco-efficient packaging ^(b)	% (eco-efficient packaging units billed/ total units billed)	40,0	21,7	21,0	Performance in line with last year
Consumption of Amazon inputs in relation to Natura's overall inputs	% (R\$ Amazon inputs/R\$ total inputs)	30,0	19,1	18,1	Rise due to Mothers' Day campaign and Ekos expansion into Latam
Cumulative volume of business in the Pan-Amazon region ^(c)	R\$ millions	1.000,0	1.294,8	1.222,0	Payment of benefits sharing to cooperative members
Collection from the "Crer Para Ver" (education) line - Global ^(d)	R\$ millions	41,0	15,5	35,6	Increase in the number of engaged consultants in Brazil. Successful launches in Latam
Women in leadership index (director level and above)	%	50,0	32,7	32,7	In line with 2017 results
Employees with disabilities	%	8,0	6,3	6,1	Successful recruitment campaigns

(a)The indicator considers the % of packaging materials sourced from post-consumer recycling in relation to total mass of packaging billed.

(b)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.

(c)Cumulative amounts since 2011.

(d)Refers to the year to date earnings before income tax attributed to the Crer Para Ver product line.

Relative carbon emissions (Scope 1, 2 and 3):

The impact of carbon emissions in the first quarter of each year is usually higher due to the absence of commemorative dates that drive sales and increase the productivity of logistics processes.

When compared to Q1-17 (3.34 kgCO₂ per kg product), the result is practically in line, with a slight overrun of + 0.7%. In relation to the consolidated 2017 numbers, the increase of 5.2% is mainly due to higher sales of items with higher relative emissions, such as Perfumery products, and the growth of exports and circulation of magazines in Latam.

We will seek to reverse this result by optimizing our logistics processes and increasing the use of post-consumer recycled glass in all perfumery products.

All carbon emissions we could not avoid were offset by support for projects with a positive impact on climate and society, such as reforestation and waste management initiatives.

Eco-efficient packaging:

Results in line with the previous year. It is necessary to continue with the initiative to revise the remediation strategy, already in progress, and to expand the development of a greater number of packages with renewable source material and with post-consumption recycled material in the portfolio.

Consumption of Amazonian inputs in relation to Natura's overall consumption:

Inventory build-up for Mother's Day, expansion of the Ekos sub-brand's portfolio for Latam and sales of Mamãe e Bebê products that exceeded expectations resulted in an increase in the consumption of passion fruit oil.

Cumulative volume of business in the Pan-Amazon region:

All Latam countries performed well due to good productivity of launches, cross-category promotions and the Valentine's Day kit.

Collection from the Crer para Ver (Education) line:

In Brazil, revenue from sales of Crer para Ver closed at R \$ 11.8 million in the quarter, up from the previous year (+ 2.5%). There was also a 28.2% increase in the number of consultants engaged in the sale of this special line of non-cosmetic products. The pre-tax profits from Crer para Ver are directed to the Natura Institute, which works to achieve a strong positive impact in basic public education in Brazil and education projects for Natura Beauty Consultants.

Women in leadership index (management level and above)

The result remained stable since the last reading in 2017.

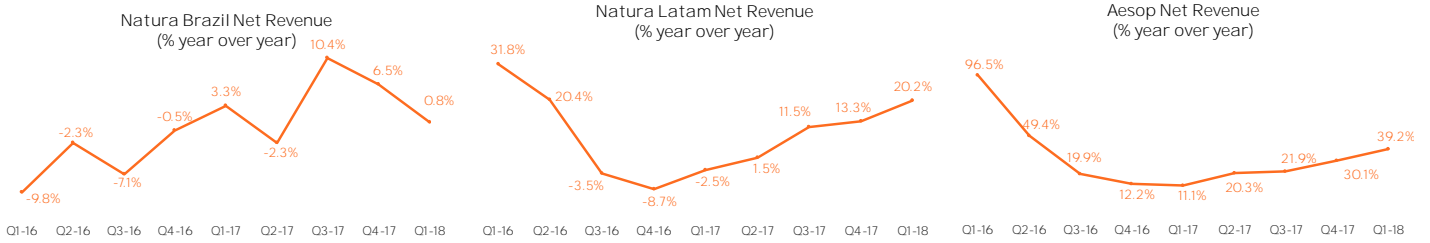
Employees with disabilities

Strong improvement in the indicator. Constant affirmative action initiatives in recruitment and selection.

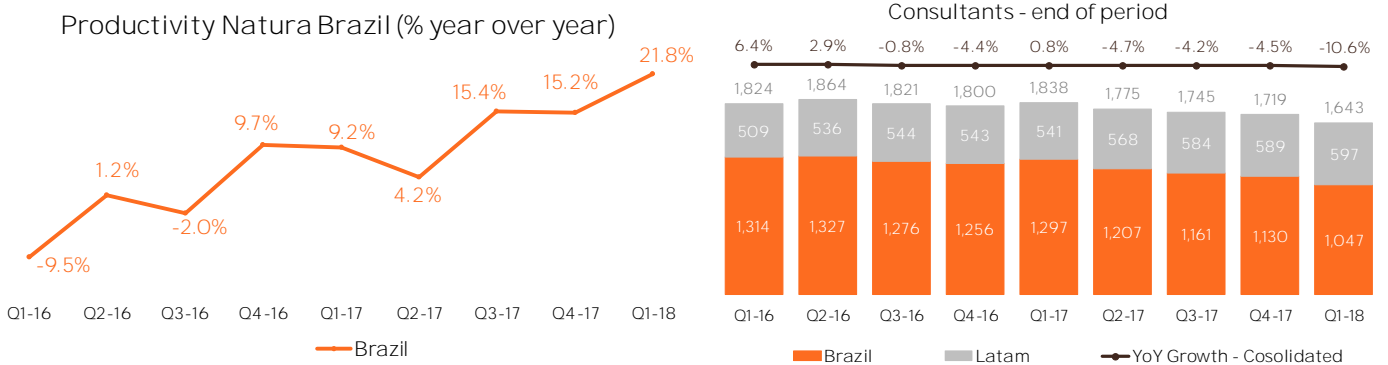
Appendices

1. Net revenue

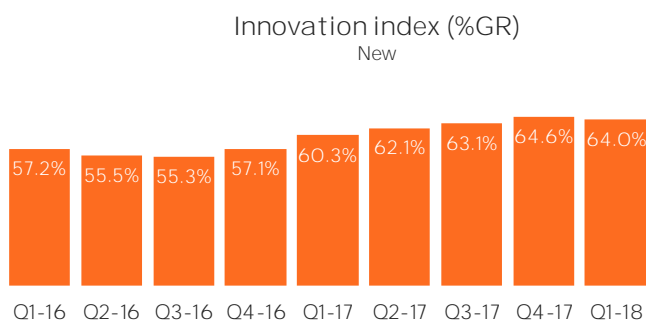
Quarterly data in BRL (reported)



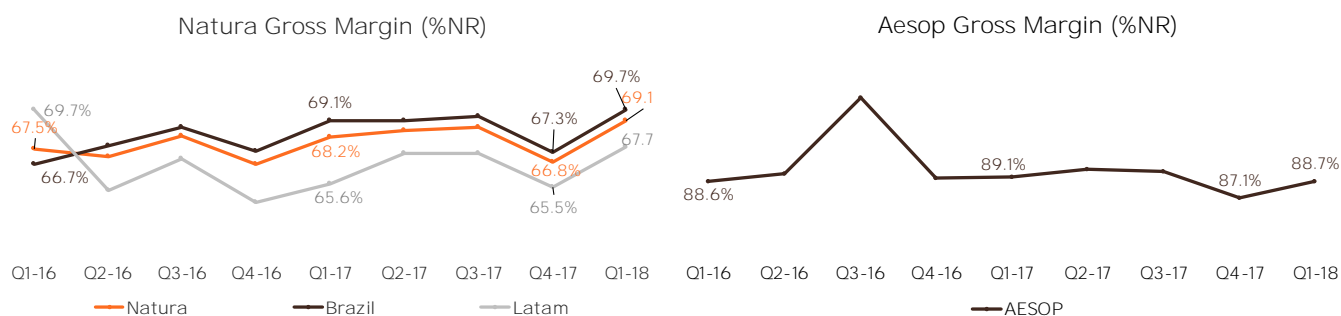
2. Relationship selling



3. Innovation index (Natura Brazil)



4. Gross margin



Natura's gross margin in Brazil was 69.7% in the quarter, 60 bps better than Q1-17, benefiting from the category mix and the reversal of PIS and Cofins excise tax provision last year. This was partially impacted by higher promotions in the period. Gross margin at Natura Latam was 210 bps higher than Q1-17, while Aesop's gross margin stood at 88.7%, 40 bps below Q1-17.

On the right-hand side, we present a chart with the main components of Natura's costs of goods sold, excluding The Body Shop and Aesop.

	Q1-18	Q1-17
RM / PM / FP*	81.6%	78.3%
Labor	9.2%	11.7%
Depreciation	2.3%	3.3%
Other	7.0%	6.8%
Total	100.0%	100.0%

(*)Raw Material, Packaging Material and Finished Products

5. Financial income and expenses

The following chart demonstrates the main changes in our financial results:

R\$ million	Q1-18	Q1-17	Change R\$	Change (%)
Financial Result	(156,2)	(12,6)	(143,6)	1.137%
1. Borrowings/Financing (B/F) and Short-Term Investments	(125,1)	(62,1)	(63,0)	101%
Average Balance of STI	2.646,7	1.739,4	907,3	52%
Financial Income from STI	42,7	53,2	(10,5)	(20%)
Average Interest Rate Earned on STI as % of CDI rate	99,6%	102,2%	n/a	(2,6pp)
Average Balance of Treasury Debt	(8.494,1)	(3.763,1)	(4.731,0)	126%
Financial Expenses on B/F and Derivatives	(167,8)	(115,3)	(52,5)	46%
Weighted Average Cost of B/F as a % of CDI rate	119,8%	94,0%	n/a	25,8pp
Cumulative CDI rate	1,59%	3,03%	n/a	(1,4pp)
2. Operational FX gains/(losses) - Brazil	1,4	(3,9)	5,3	(137%)
3 International Operations	5,3	3,0	2,3	(76%)
4. Others	(37,8)	50,3	(88,2)	(175%)
TBS related financial expenses	(17,6)	-	(17,6)	100%
Contingencies and Judicial Deposits	(7,3)	69,5	(76,9)	(111%)
Others	(12,9)	(19,2)	6,2	(33%)

The net financial expense change of R\$143.6 million from Q1-17 was mainly due to effects resulting from the higher borrowing and finance balance and lower interest income on short-term investments, partially offset by lower tax contingency balance and lower CDI rate.

- Borrowings/financing and short-term investments in Brazil: Increase in net financial expense, primarily due to higher debt balance, as a result of the bond and debenture issues linked to The Body Shop acquisition, replacing the original bridge loan;

- Operating currency translation in Brazil: Reflects the BRL/USD exchange rate changes on export receivables;
- International operations: Predominantly reflects the BRL vs. Argentine Peso exchange rate change on imports payable from Argentina (to Brazil);
- Other financial expense/income: The net change of -R\$88.2 million since Q1-17 is explained by the following:
 - Reversal of PIS and COFINS tax provision in Q1-17, with positive impact on financial results;
 - The Body Shop-related financial expenses in Q1-18, which includes its own financial results along with other acquisition-related financing costs

6. Indebtedness

Another highlight in the period was the reported net-debt-to EBITDA ratio of 3.3 times which is below our expectations.

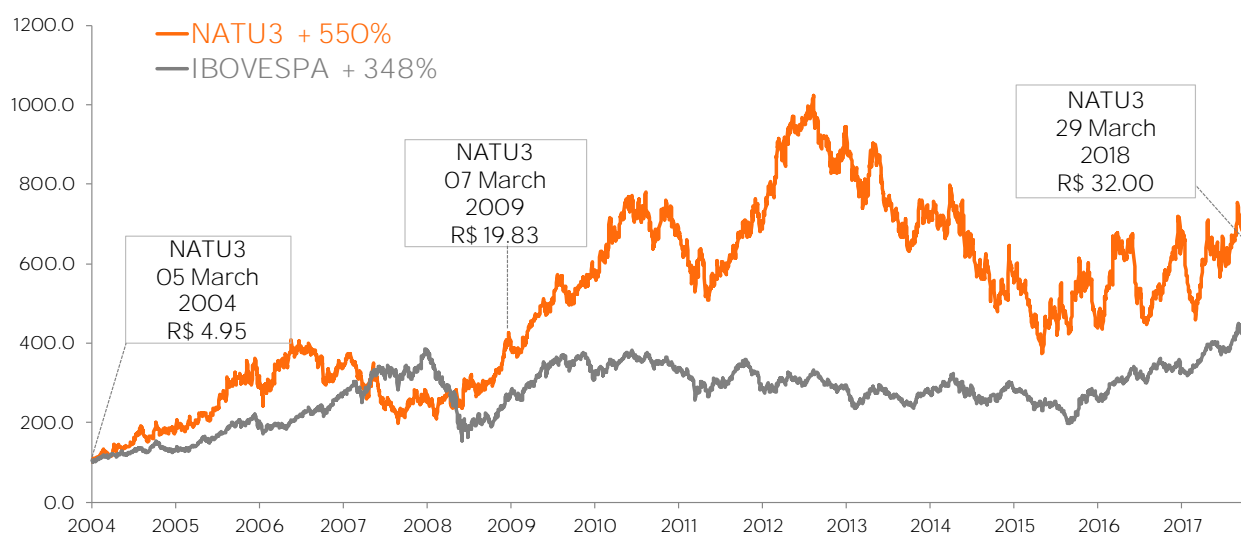
R\$ million	Dec17	Share (%)	Dec16	Share (%)	Change (%)
Short-Term	1,582.4	19.1	1,989.7	53.3	(20.5)
Long-Term	7,243.7	87.3	1,913.9	51.2	278.5
Derivatives*	(98.7)	(1.2)	117.2	3.1	184.2
Finance Leases / Others**	(432.5)	(5.2)	(284.4)	(7.6)	(52.0)
Total Debt	8,295.0		3,736.4		122.0
(-) Cash, cash equivalents and short-term investment	(2,655.1)		(1,788.4)		48.5
(=) Net Debt	5,639.9		1,947.9		189.5
Net Debt / Ebitda	3.32		1.31		
Total Debt / Ebitda	4.89		2.51		

(*)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.

7. NATU3 performance

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



8. Conference call and webcast

The Q1-18 Results Conference Call with Webcast will be held on May 11, 2018 (Friday)

The call will be held in English with simultaneous translation to Portuguese

Times:

11:00 a.m. Brasilia Time

10:00 a.m. NY Time

03:00 p.m. London Time

Access numbers:

Brazil: +55 11 3193 1001

USA: Toll Free + 1 800 492 3904

+55 11 2820 4001

UK: Toll Free + 0808 234 8680

Other Countries: +1 646 828 8246

Conference call ID: Natura

Live webcast: www.natura.net/investor



9. Balance sheet

At March 2018 and 2017:

(In millions of Brazilian Real – R\$)

ASSETS	Mar 18	Dec 17	LIABILITIES AND SHAREHOLDERS' EQUITY	Mar 18	Dec 17
CURRENT ASSETS			CURRENT LIABILITIES		
Cash and cash equivalents	798.6	1,693.1	Borrowings, financing and debentures	1,582.4	4,076.7
Securities	1,856.5	1,977.3	Trade and other payables	1,346.8	1,553.8
Trade receivables	1,371.9	1,507.9	Payroll, profit sharing and social charges	309.0	366.0
Inventories	1,455.1	1,243.9	Tax liabilities	250.5	269.9
Recoverable taxes	240.1	210.6	Income tax and social contribution	159.5	147.9
Income tax and social contribution	216.8	197.5	Dividends and interest on shareholders' equity payable	134.6	201.7
Derivative financial instruments	35.3	14.8	Provision for tax, civil and labor risks	16.7	17.4
Other current assets	215.1	211.2	Other current liabilities	283.9	278.7
Total current assets	6,189.4	7,056.3	Total current liabilities	4,083.3	6,912.0
NON CURRENT ASSETS			NON CURRENT LIABILITIES		
Recoverable taxes	436.0	439.1	Borrowings, financing and debentures	7,243.7	5,255.2
Deferred income tax and social contribution	396.0	344.2	Tax liabilities	198.2	195.1
Judicial deposits	324.7	319.4	Deferred income tax and social contribution	433.8	422.4
Other non-current assets	46.4	46.1	Provision for tax, civil and labor risks	271.1	264.7
Total long term assets	1,203.1	1,148.9	Other non-current liabilities	227.4	273.3
			Total non current liabilities	8,374.2	6,410.7
Property, plant and equipment	2,257.6	2,276.7	SHAREHOLDERS' EQUITY		
Intangible assets	4,539.0	4,475.6	Capital stock	427.1	427.1
Total noncurrent assets	7,999.7	7,901.2	Treasury shares	(24.3)	(32.5)
			Capital reserves	135.8	155.7
			Profit reserves	1,140.6	1,123.2
			Retained earnings	24.4	0.0
			Losses on capital transactions	(92.1)	(92.1)
			Equity valuation adjustment	120.1	53.3
			Total equity attributable to owners of the Company	1,731.6	1,634.7
TOTAL ASSETS	14,189.1	14,957.5	TOTAL LIABILITIES AND SHAREHOLDERS' EQUITY	14,189.1	14,957.5

10. Income statement

for the quarters ended March 31, 2018 and 2017:

	R\$ million	Mar 18	Mar 17
NET REVENUE		2,687.6	1,728.6
Cost of products sold		(735.9)	(519.9)
GROSS PROFIT		1,951.7	1,208.7
OPERATING (EXPENSES) INCOME			
Selling, Marketing and Logistics expenses		(1,283.0)	(799.6)
Administrative, R&D, IT and Project Expenses		(467.3)	(291.9)
Other operating income (expenses), net		(10.8)	180.1
INCOME FROM OPERATIONS BEFORE FINANCIAL RESULT		190.6	297.2
Financial income		263.1	273.3
Financial expenses		(419.3)	(285.9)
INCOME BEFORE INCOME TAX AND SOCIAL CONTRIBUTION		34.3	284.6
Income tax and social contribution		(10.0)	(95.6)
NET INCOME FOR THE PERIOD		24.4	189.0

11. Statement of cash flows

for the quarters ended March 31, 2018 and 2017:

	R\$ million	Mar 18	Mar 17
CASH GENERATED BY (USED IN) OPERATING ACTIVITIES		(99.5)	201.6
OTHER CASH FLOWS FROM OPERATING ACTIVITIES			
Payments of income tax and social contribution		(1.9)	(37.7)
Accruals (payments) of judicial deposits		(1.7)	(0.6)
Payments related to tax, civil and labor lawsuits		(3.5)	(2.8)
Payments of funds due to settlement of derivative transactions		(5.3)	(110.2)
Payment of interest on financial leases		(11.4)	0.0
Payment of interest on borrowings, financing and debentures		(300.6)	(127.3)
NET CASH PROVIDED BY (USED IN) OPERATING ACTIVITIES		(423.9)	(77.0)
CASH FLOW FROM INVESTING ACTIVITIES			
Acquisition of property, plant and equipment and intangible assets		(59.3)	(33.9)
Proceeds from sale of property, plant and equipment and intangible assets		2.4	7.7
Investment in securities		(3,543.6)	(1,117.0)
Redemption of securities		3,651.2	1,159.8
Redemption of interest on securities		62.7	46.7
NET CASH PROVIDED BY (USED IN) BY INVESTING ACTIVITIES		113.4	63.4
CASH FLOW FROM FINANCING ACTIVITIES			
Payment of financial leases - principal amount		(32.9)	0.0
Payment of borrowings, financing and debentures - principal amount		(4,375.3)	(445.7)
New borrowings, financing and debentures		3,883.8	34.6
Use of treasury shares to settle exercised stock options		(0.9)	0.0
Payment of dividends and interest on capital for the previous year		(67.1)	(47.4)
Receipts (payments) to settle derivative operations		8.6	(2.2)
NET CASH PROVIDED BY (USED IN) FINANCING ACTIVITIES		(583.9)	(460.7)
Effect of exchange variation on cash and cash equivalents		(0.1)	0.2
INCREASE (DECREASE) IN CASH AND CASH EQUIVALENTS		(894.5)	(474.1)
Opening balance of cash and cash equivalents		1,693.1	1,091.5
Closing balance of cash and cash equivalents		798.6	617.4
INCREASE (DECREASE) IN CASH AND CASH EQUIVALENTS		(894.5)	(474.1)

Additional information to the statements of cash flows:

Some comparison amounts were reclassified for better presentation

* The notes are an integral part of financial statements.

12. Glossary

_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.

_CDI: the overnight rate for interbank deposits.

_CFT: Cosmetics, Fragrances and Toiletries Market.

_COGS: Costs of Goods Sold

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

_EP&L: Environmental Profit & Loss.

_GHG: Greenhouse gases.

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

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

_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.

_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.

_PCRC: acronym for Post-Consumer Recycled Content.

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

_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.

_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.

_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.

_TBS: The Body Shop.

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.

Investor Relations Team

Tel.: +55 (11) 4389-7786

Marcel Goya, marcelgoya@natura.net

Luiz Palhares, luizpalhares@natura.net

Rodrigo Ishiwa, rodrigoishiwa@natura.net

Camila Soares Cabrera, camilacabrera@natura.net

Natura &co