

Natura &Co aumenta un 26% en ingresos en el primer trimestre, con un fuerte crecimiento de las ventas digitales y un salto de más del 400% en Ebitda

Entre los aspectos más destacados se encuentra el éxito de la emisión de US\$ 1,000 millones en títulos vinculados a metas de sustentabilidad y el aumento de las sinergias que se obtendrán con Avon, entre US\$ 350 y 450 millones.

Natura &Co (NYSE – NTCO; B3 – NTCO3), grupo del que forman parte las marcas Avon, Natura, The Body Shop y Aēsop, registró otro trimestre de crecimiento de ingresos por encima de los dos dígitos, superando el desempeño del mercado de Cosméticos, Fragancias e Higiene Personal (CFT) en el primer trimestre de 2021. El resultado fue impulsado por un fuerte aumento en las ventas digitales del grupo, mientras que el Ebitda creció más de 400% en el período.

Los ingresos netos consolidados en el primer trimestre fueron de R\$9,500 millones, un alza de 25.8% en Reales y 8.1% en moneda constante, con un crecimiento de las ventas en moneda brasileña en las cuatro marcas icónicas que forman parte del grupo.

El Ebitda reportado aumentó 470.7%, a R\$ 829.1 millones, con un alza desde 6.9 % de margen, a 8.8%. El Ebitda ajustado, que excluye los costos de transformación y los efectos relacionados con la adquisición de Avon, aumentó un 68.5% en el periodo hasta los R\$963.2 millones, con un margen del 10.2% (2.6 puntos porcentuales más que en el mismo trimestre de 2020).

El sólido desempeño observado en el primer trimestre del año fue impulsado por el crecimiento de las ventas digitales (a través del *social selling* y el comercio electrónico) en todas las marcas. Teniendo en cuenta el rendimiento general del grupo, las ventas online aumentaron 166%. En **Natura**, las ventas digitales aumentaron un 253%, mientras que en **Avon** el crecimiento también fue de tres dígitos, del 132% (considerando las operaciones globales, que incluyen América Latina).

Las ventas digitales de **Aēsop** se duplicaron, un 102% más en el trimestre, y hoy representan el 29% de su facturación. **Body Shop** continúa con su exitosa expansión de comercio electrónico y canales de venta directa, que avanzó en un 119% y un 251%, respectivamente. Combinados, estos dos canales ya representan la mitad de las ventas del negocio. El uso de las aplicaciones para aumentar las ventas de consultoras y representantes también ganó fuerza, con un aumento del 175% en las ventas a través del catálogo virtual de Avon, teniendo en cuenta la operación global. Considerando la marca Natura en América Latina, el número medio de

consultoras que comparten contenidos aumentó en más de un 350%, y los pedidos a través de más de 1.3 millones de tiendas virtuales en la región crecieron un 80% en comparación con el mismo período de 2020.

El grupo Natura &Co ha avanzado en su integración con Avon, con la adopción de un nuevo modelo comercial. En el "Investor Day" en abril, Natura &Co también aumentó la estimativa de sinergias a ser logradas con el negocio en US\$50 millones, para una franja de entre US\$350 millones y US\$450 millones para 2024.

En mayo, Natura &Co también realizó una exitosa emisión de bonos de US\$ 1,000 millones vinculada a metas de sustentabilidad. La emisión fue llevada a cabo por su filial, Natura Cosméticos S.A. ("Natura"), con garantía de Natura &Co Holding S.A. Con la operación, Natura se comprometió con dos indicadores materiales de performance ambiental, a ser cumplidos a fin de 2026: i) reducir la intensidad relativa de las emisiones de gases de efecto invernadero en un 13%, teniendo en cuenta los alcances 1, 2 y 3; y ii) lograr un 25% de plástico reciclado postconsumo ("PRPC") en envases que contengan este material. Estos objetivos están alineados con el Compromiso por la Vida, la visión de sustentabilidad del grupo para 2030, y refuerzan el compromiso de la organización para abordar la crisis climática global y avanzar hacia una total circularidad.

"Natura &Co tuvo otro trimestre de fuertes resultados en 2021, a pesar del entorno persistentemente desafiante, al demostrar, una vez más, la fuerza de su modelo multicanal, en relación directa con el consumidor. Todas nuestras marcas y negocios se expandieron en Reales en el período, y nuestro creciente énfasis en las ventas digitales y online ha superado una vez más el mercado global de CFT. La reciente finalización exitosa de la emisión de US\$1,000 millones en títulos vinculados a objetivos de sustentabilidad claros y ambiciosos también pone de relieve la coherencia del grupo para alinear los objetivos financieros y ambientales", afirma **Roberto Marques, Presidente Ejecutivo del Consejo de Administración y CEO de Natura &Co.**

Crecimiento en Latinoamérica

Teniendo en cuenta las unidades de negocio del grupo, Natura &Co Latinoamérica registró un aumento del 24.6% en los ingresos netos en el primer trimestre.

La marca Natura tuvo un aumento del 29.6% en sus ingresos en Reales, con una fuerte expansión tanto en Brasil (+12.6%) como en Hispanoamérica (+60.4%).

Los ingresos netos de la marca Avon en la región aumentaron 20% en Reales. La fuerte expansión en Hispanoamérica, de 35.1%, compensó la caída de

2.8% en Brasil. El Ebitda ajustado creció un 119.2% hasta los 630.3 millones de Reales, con un margen del 12.2%, lo que representa un crecimiento de 6.9 puntos porcentuales.

El claro liderazgo del grupo Natura &Co en el mercado CFT de la región también fue confirmado por Euromonitor, que mostró que la cuota de mercado del grupo alcanzó el 12.5%, un 0.7% más que el año anterior. En Brasil la participación alcanzó el 17%, 1 punto porcentual más que en 2019.

En **Avon International**, el primer trimestre creció un 11.4% en sus ingresos en Reales, con ganancias de participación en sus ocho principales mercados, incluido el Reino Unido. El Ebitda ajustado fue de R\$ 97.4 millones, con un margen del 4.1% (una retracción de 0.7 puntos porcentuales), como reflejo del impacto de la pandemia en las categorías clave, notablemente en Europa, además de las inversiones estratégicas en áreas como digital y comercial, para acelerar el crecimiento futuro.

The Body Shop, a su vez, mostró otro trimestre fuerte, con un aumento del 47.7% en los ingresos netos en Reales. El negocio logró compensar los efectos de la pandemia en el comercio minorista, especialmente en Europa, debido a la aceleración de las ventas en los canales de ventas directas y comercio electrónico. El Ebitda en el primer trimestre fue de R\$194.2 millones, con un margen del 14.7% (una reducción de 0.3 puntos porcentuales).

Aesop también tuvo un trimestre de excelente rendimiento, con crecimiento de dos dígitos de las ventas y de la rentabilidad en Reales. Los ingresos netos avanzaron un 71.9% en el primer trimestre, con expansión en todas las regiones, a pesar del cierre de tiendas en Europa, Canadá y partes de Australia. El excelente rendimiento en Asia y los fuertes aumentos de las ventas digitales han compensado con creces estos efectos. El Ebitda se duplicó hasta los 156.6 millones de Reales, con un margen del 26.7%, un incremento de 3.9 puntos porcentuales en relación con igual periodo del año anterior.

Sobre Natura &Co

Natura &Co es un grupo global de cosméticos, multicanal y multimarcas, que incluye Avon, Natura, The Body Shop e Aesop. El grupo registró facturación neta de R\$ 14.4 billones en 2019 (o R\$ 32.9 billones en base proforma, ya incluyendo a Avon). Las cuatro empresas que componen el grupo están empeñadas en generar impacto económico, social y ambiental positivo. Durante 130 años, Avon ha sido sinónimo de mujeres, ofreciendo productos de belleza innovadores y de calidad que son vendidos principalmente para mujeres, por mujeres. Fundada en 1969, Natura es una multinacional brasilera del segmento de cosméticos e higiene personal, líder en venta directa, reconocida globalmente por su actuación socioambiental. Creada en 1976 en Inglaterra por Anita Roddick, The Body Shop es una marca global de belleza que busca hacer diferencia positiva el mundo. La marca australiana

Aesop fue fundada en 1987, y desde entonces crearon productos superlativos para la piel, el cabello y el cuerpo.

Información para prensa

Heissel López | heissel.lopez@avon.com