



Natura, Janeiro 2017

Morgan Stanley  
9ª Conferência Executiva Anual da  
América Latina



# Contexto, estratégias e prioridades

José Roberto Lettiere, VP Finanças & DRI  
Marcel Goya, Diretor Financeiro & RI

# Mapa estratégico

Os objetivos estratégicos são os mesmos.

BRASIL

LATAM

INTERNACIONAL

REPOSICIONAMENTO DA  
MARCA NATURA

REVISÃO DE ESTRATÉGIA  
DE CATEGORIAS E MARCAS

REVITALIZAÇÃO  
VENDA DIRETA

EXPERIÊNCIA DE  
COMPRA MULTICANAL

FORTALECER POSIÇÃO  
CFT LATAM

EXPANSÃO PARA MERCADOS  
DESENVOLVIDOS E EM  
DESENVOLVIMENTO

SUSTENTABILIDADE (Impacto Positivo)

HABILITADORES DA ESTRATÉGIA

INOVAÇÃO

SERVIÇOS DE OPERAÇÕES  
E LOGÍSTICA

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

PESSOAS E CULTURA

EFICIÊNCIA E  
PRODUTIVIDADE

# Prioridades 2017

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

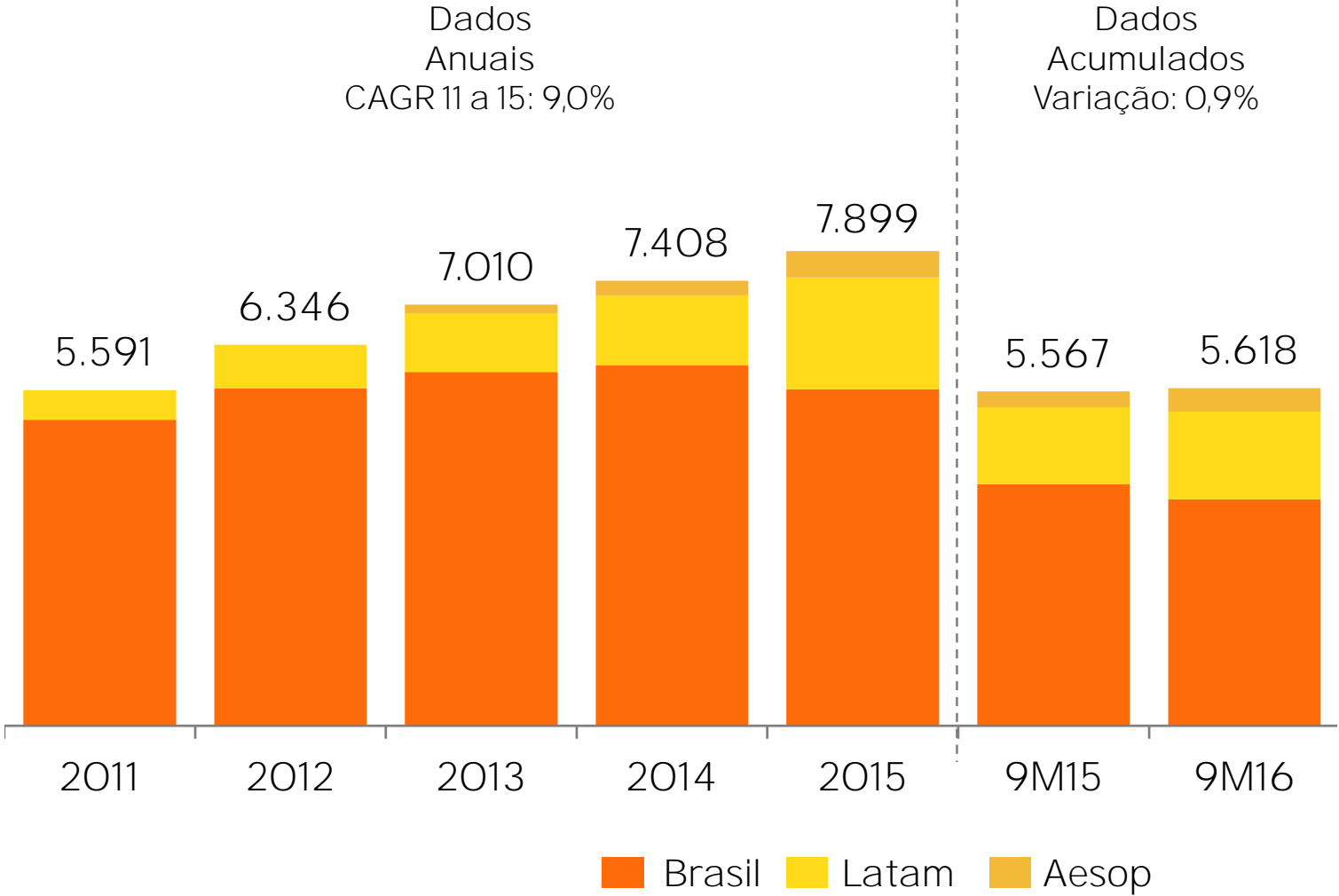




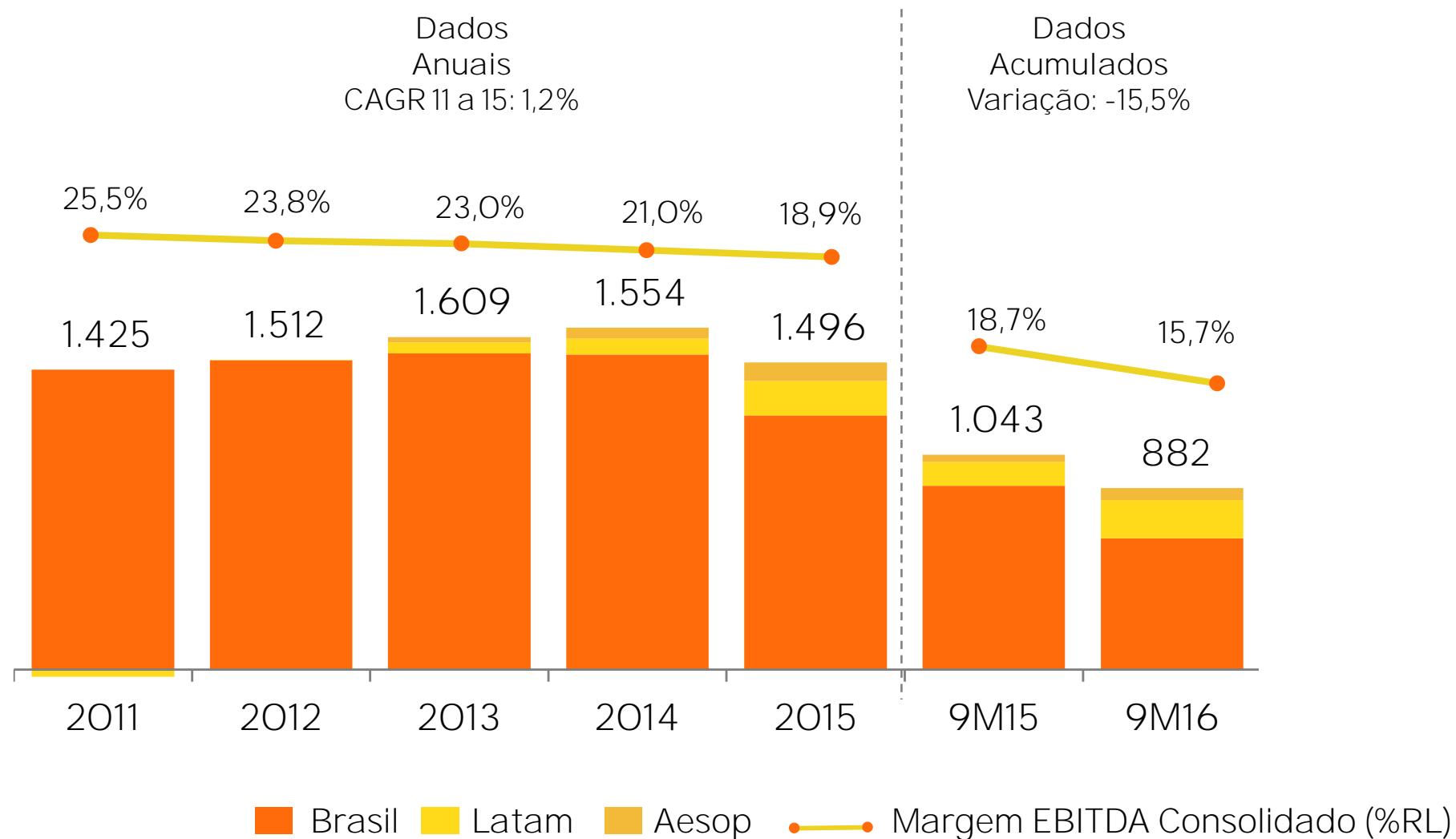
# Resultados

## 9M YTD – 2016

# Receita Líquida Consolidada (R\$MM)

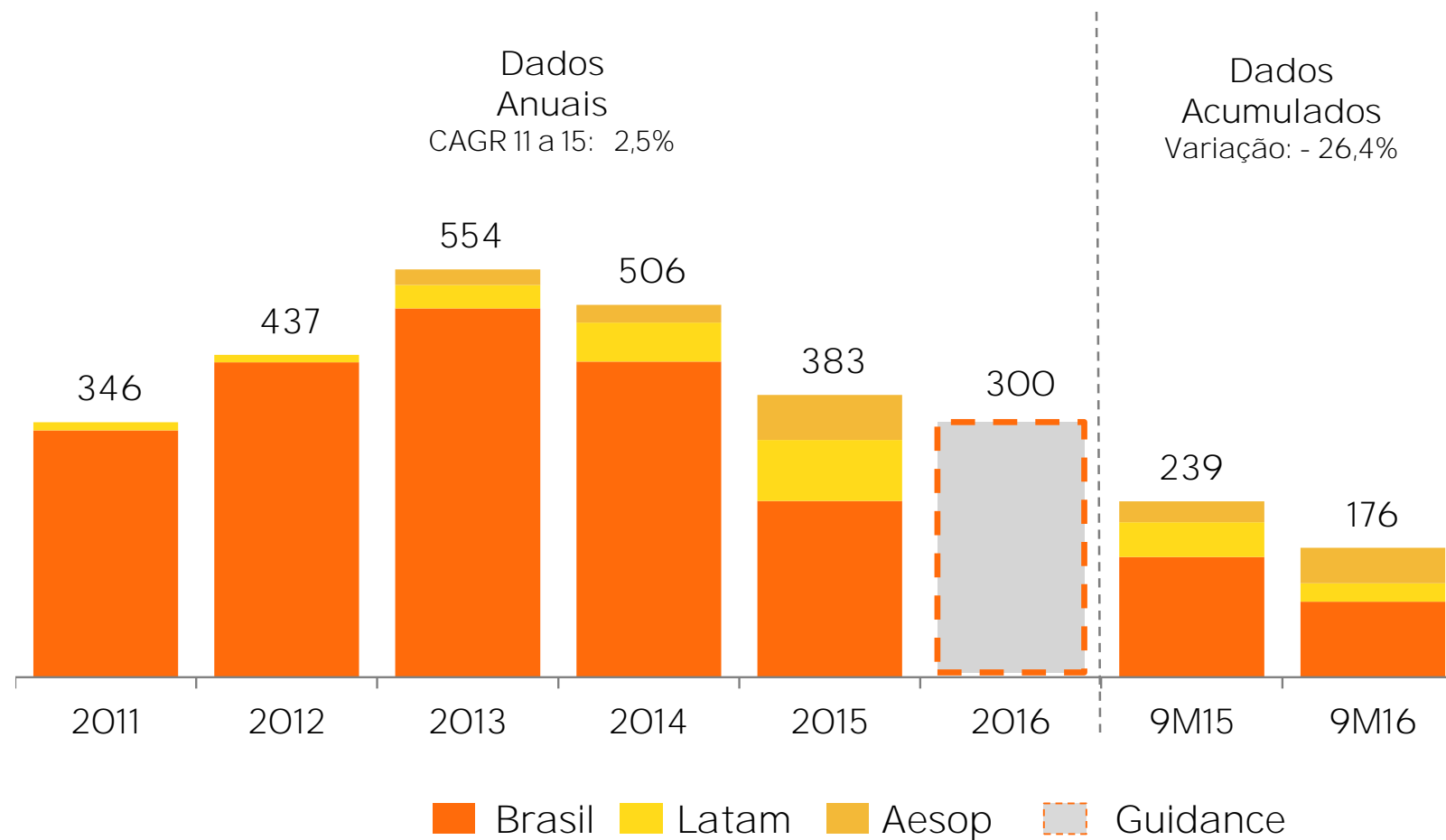


# Ebitda Consolidado (R\$MM)



# Capex Consolidado (R\$MM)

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





# Sustentabilidade

- ▶ Uso sustentável da sociobiodiversidade brasileira (re-certificação UEBT\*)
- ▶ Relançamento de Ekos com embalagens 100% PET reciclado
- ▶ Lançamento do Desafio Natura Amazônia: Negócios para a Floresta em Pé
- ▶ Programa Carbono Neutro
- ▶ IDH CN e Benefícios para nossas consultoras
- ▶ Linha Crer para Ver
- ▶ Contabilidade Ambiental (EP&L)

\* Union for Ethical BioTrade



# Perfumaria

# Perfumaria

Maior categoria do CFT no Brasil

Natura é o décimo player global, sendo:

- » Líder na perfumaria masculina no Brasil
- » Vice Líder na feminina no Brasil



# Natura Perfumaria

Nossos diferenciais



Qualidade



Inovações Sustentáveis



Arte da Perfumaria



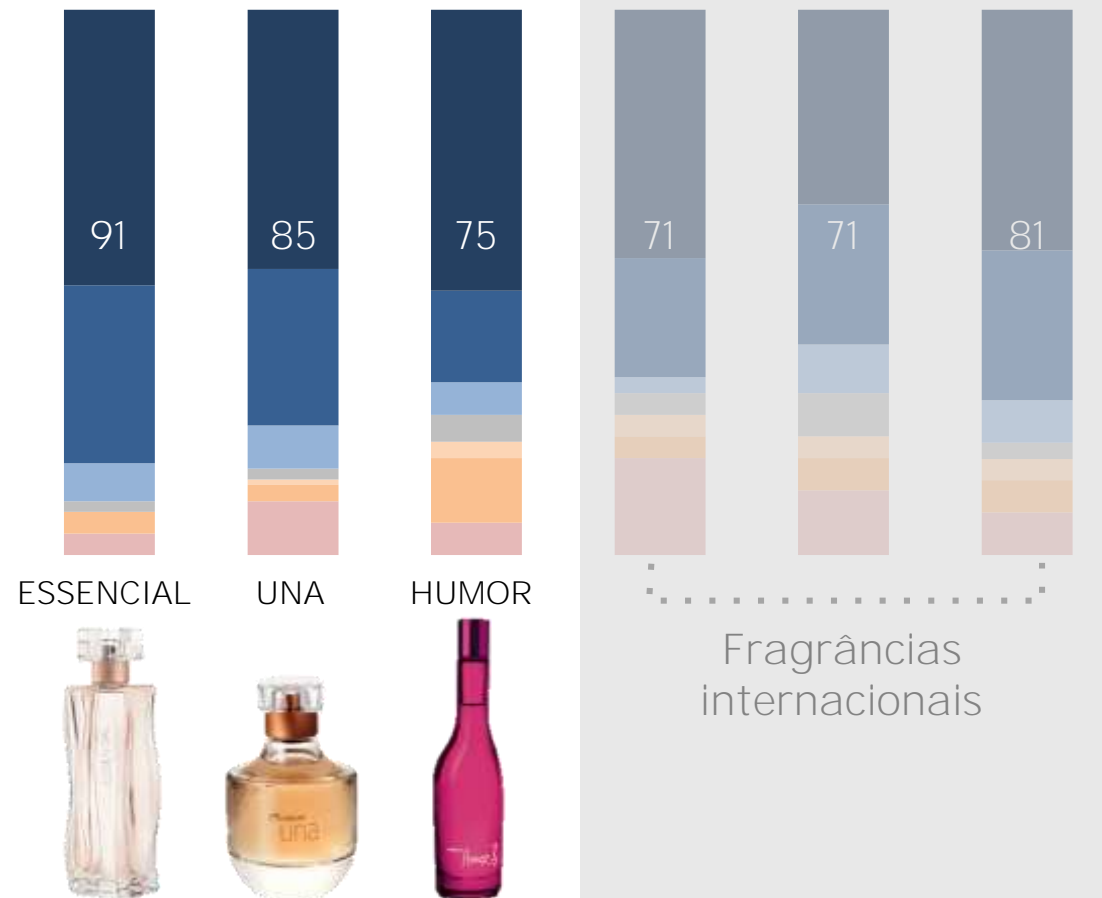
Nossas Marcas

# Qualidade

Perfumaria Natura com agradabilidade em linha ou superior a importados

## Aceitação

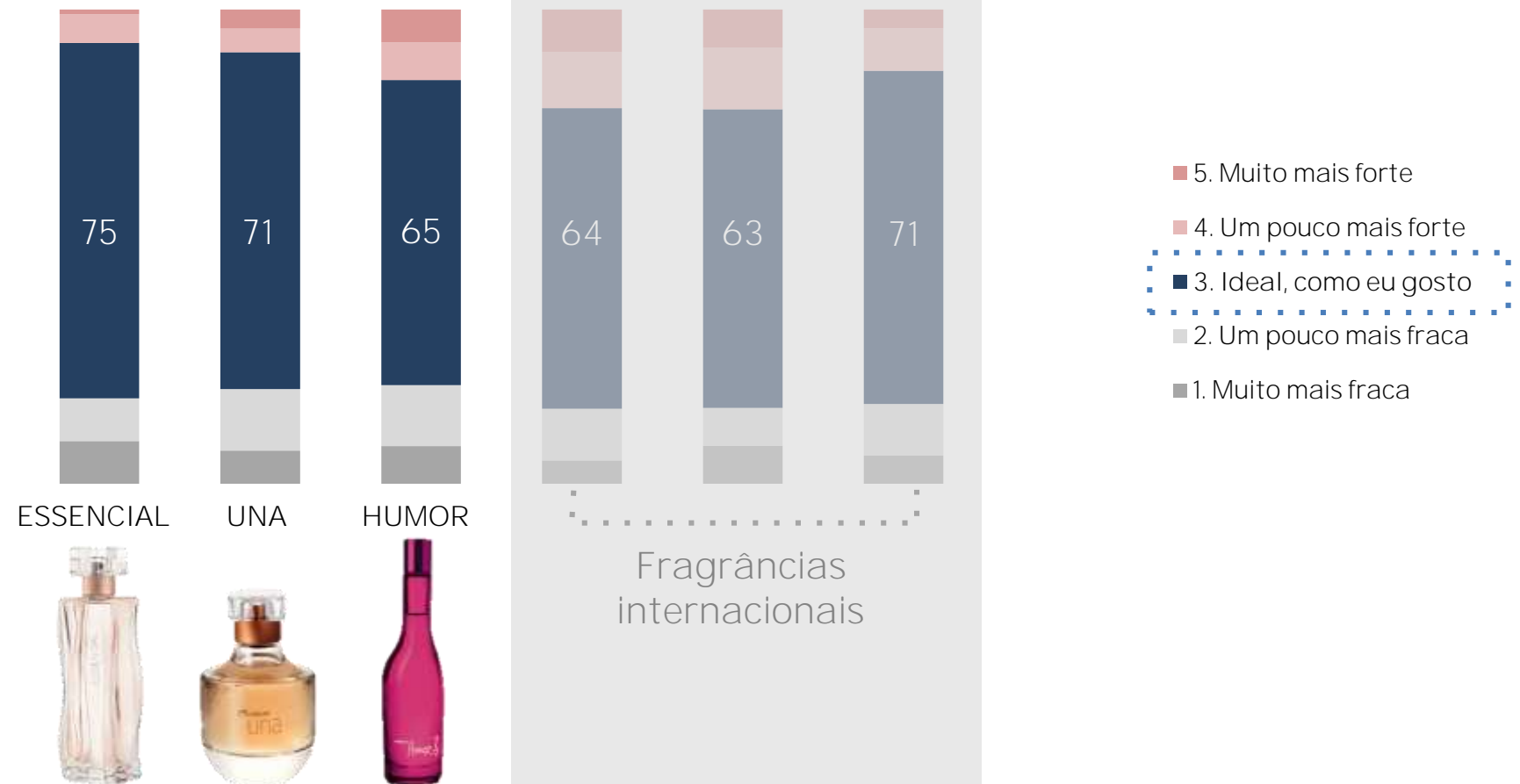
(Top 3 box)



# Qualidade

Perfumaria Natura com intensidade ideal e em linha ou superior a importados

## Intensidade ao longo do dia





# 2017

- ▷ Revisão da estratégia de marketing
- ▷ Iniciativas regionais
- ▷ Incentivos à força de vendas
- ▷ Melhoria de portfolio
- ▷ Novo estilo de comunicação

The logo for the brand 'natura' is located in the top right corner. It features a stylized white flower icon above the word 'natura' in a lowercase, sans-serif font.

LUNA. VIVA A BELEZA QUE É SÓ SUA.

Viva sua  
beleza viva

DESCUBRA OS MISTÉRIOS  
DO JARDIM MAIS RICO  
DO PLANETA, A AMAZÔNIA.

Viva sua  
beleza viva

Compre com sua Consultora  
ou acesse [redenatura.net](http://redenatura.net)

EKOS

FLOR DO LUAR



A Flor do Luar, que floresce  
uma única noite de lua cheia  
durante o ano, inspirou  
NATURA EKOS a criar  
esta fragrância floral  
exclusiva e sofisticada.  
Uma tradução surpreendente  
e refinada dessa natureza  
esuberante e misteriosa.

  
natura





natura

Essencial  
é ser você.





# Revitalização da Venda Direta

# Segmentação do canal



Empresárias de Beleza Natural



Especialistas de Beleza Natural



Consultoras de Beleza Natural

# Empresárias de Beleza Natura

Microempresárias com ponto de venda físico

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





Loja anterior



Nova loja



# Especialistas de Beleza Natural

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

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





## Consultoras de Beleza Natural

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

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



# Digitalização

# Rede Natura

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

- 1,5MM consumidores cadastrados
- 90K CNDs
- 50% do canal é incremental: CN puramente digital
- 2x receita em 2016 vs. 2015 (previsão)



A Natura é um negócio digital: 99,65% de todos os pedidos são captados digitalmente.



## APP CONSULTORIA

Captação de Pedidos

Pedidos por Voz

Promoções / Revista Digital

Pagamentos

8,3% de incremento médio de produtividade

270k consultoras ativas

12% dos pedidos via app

2% de incremento médio nas vendas com ativação via push

70% do tráfego aos sistemas de captação

O volume de visitantes únicos em nossos ativos digitais passou de 7MM para 33MM, ao ano, entre 2014 e 2016



## App Natura (CF)

Compra online

Realidade Aumentada

Localizar consultoras e lojas

AssiNatura

+130k instalações ativas

12% de crescimento no último mês

25% de retenção (média mercado: 18%)



# Varejo Brasil



# Lojas Natura

- ▷ Público AB1
- ▷ 5 lojas em SP em 2016
- ▷ Aceleração em 2017 (20 – 30 novas lojas)
- ▷ Maquiagem e rosto
- ▷ Mix mais premium: Ekos, Chronos e Una



Natura Shopping Anália Franco, SP

# Farmácia

- ▶ Linha Sou ~2.000 lojas
- ▶ Ampliação para outras redes em 2017
- ▶ Piloto de Tez iniciado

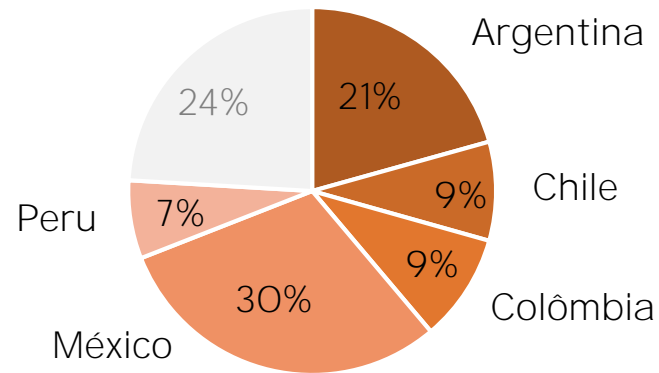




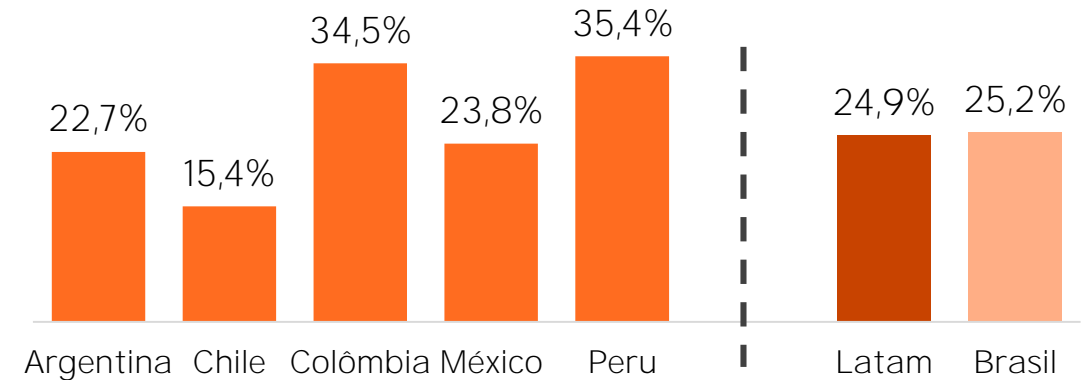
Latam

# Mercado Latam

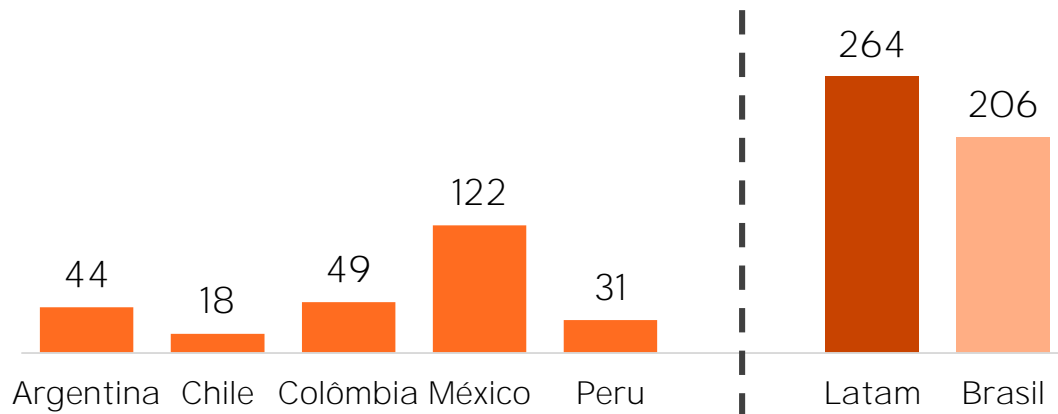
Mercado de Beleza e Cuidados pessoais na Latam é quase tão grande quanto no Brasil (~US\$ 30bi)



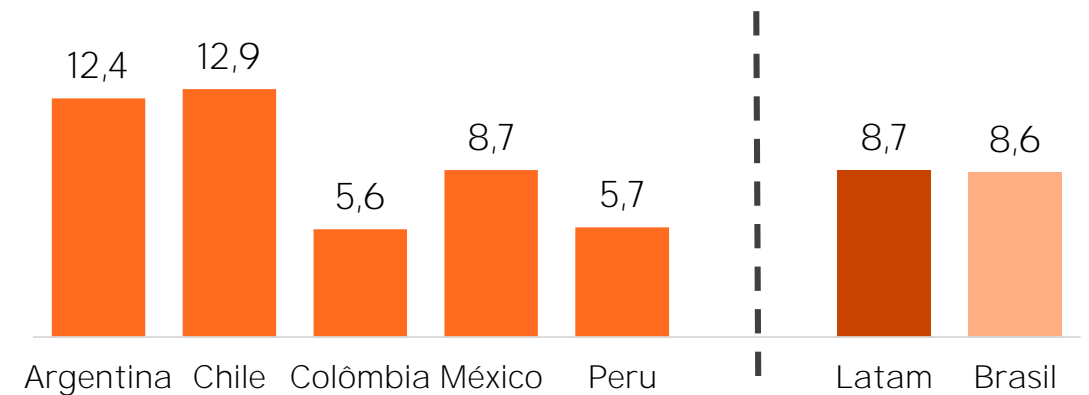
% Venda Direta no Mercado de Beleza e Cuidados pessoais é semelhante no Brasil e na Latam



População (MM)

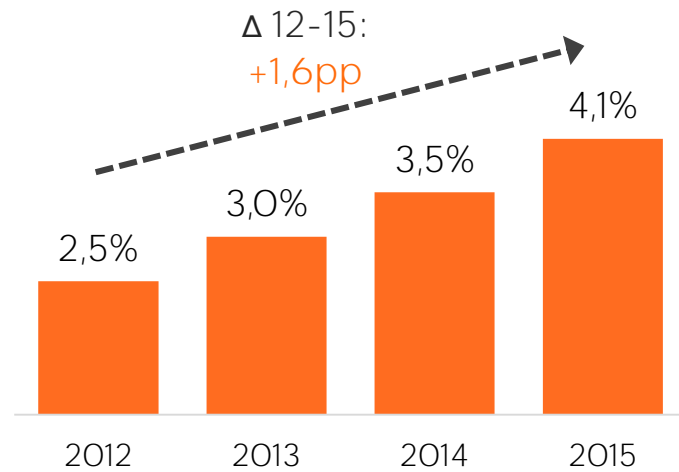


PIB per capita (US\$ '000)

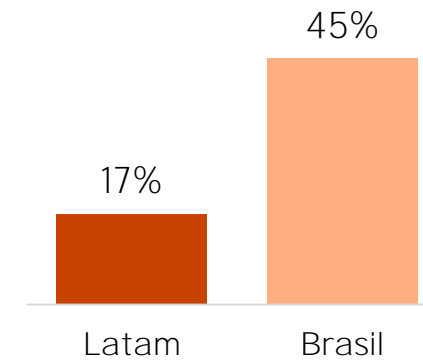


# Natura Latam

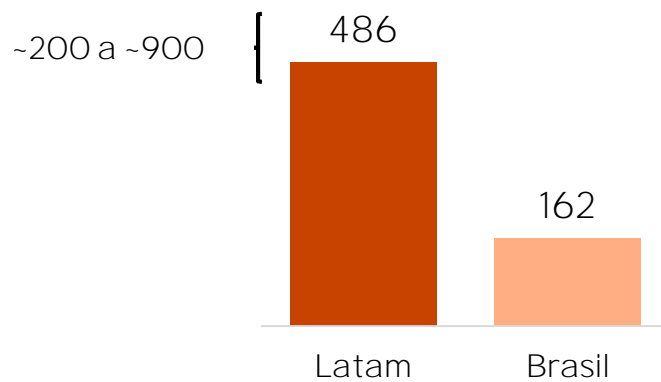
## Market Share CFT



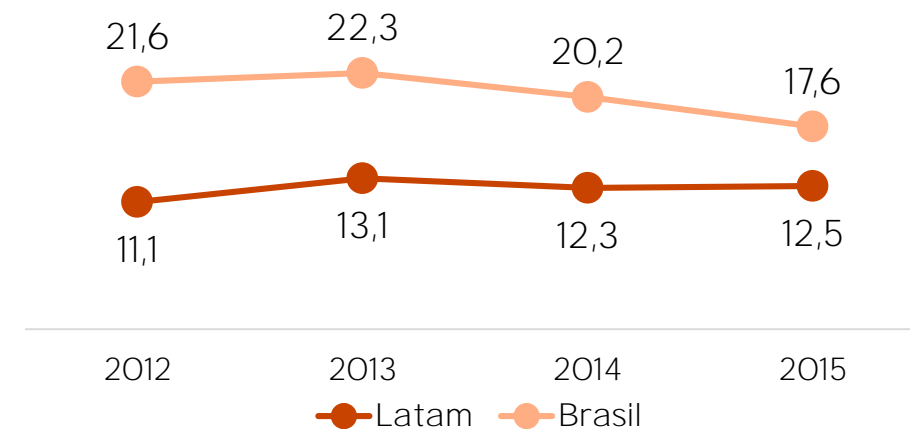
## Market Share Natura CFT Venda Direta



## População / Consultora Natura



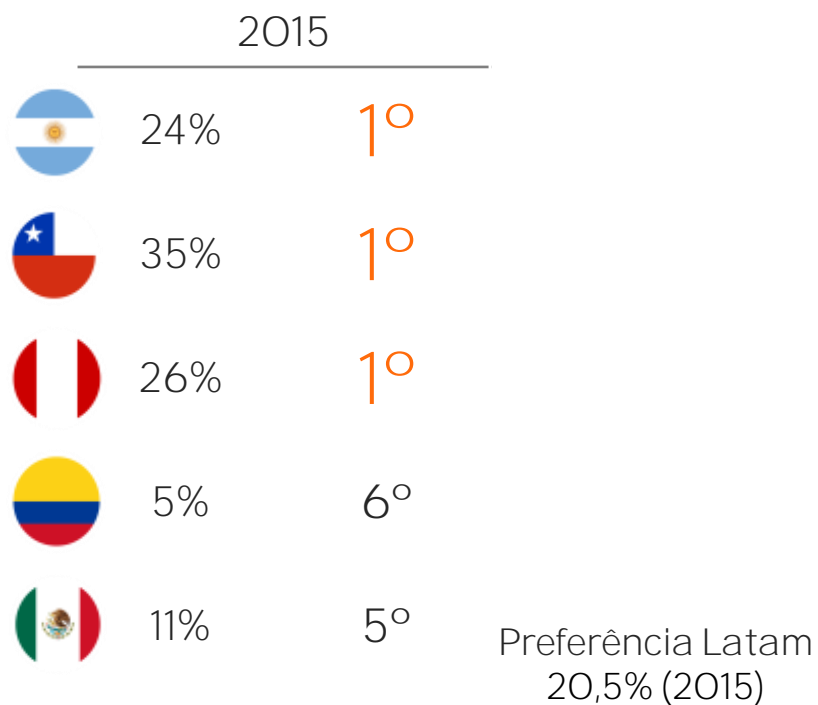
## Produtividade / Consultora Natura (Itens/NC)



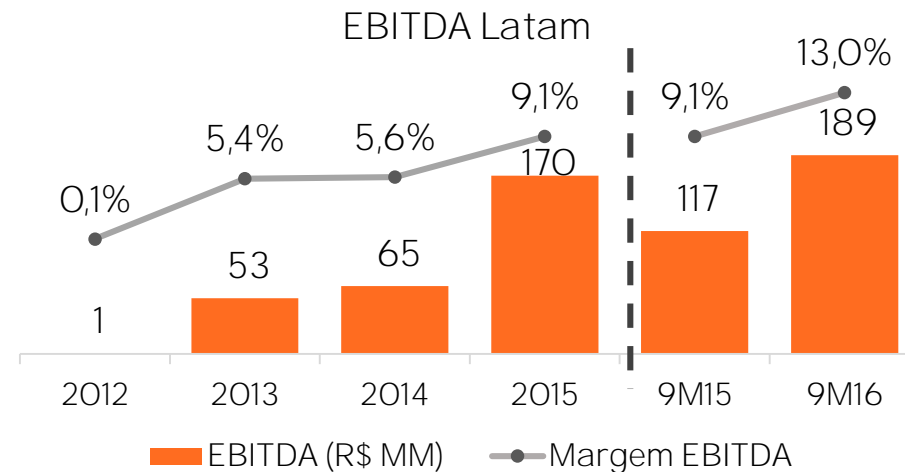
# Natura Latam

## Preferência de Marca

Forte construção dos atributos “brasilidade” e “conexão com a natureza”.



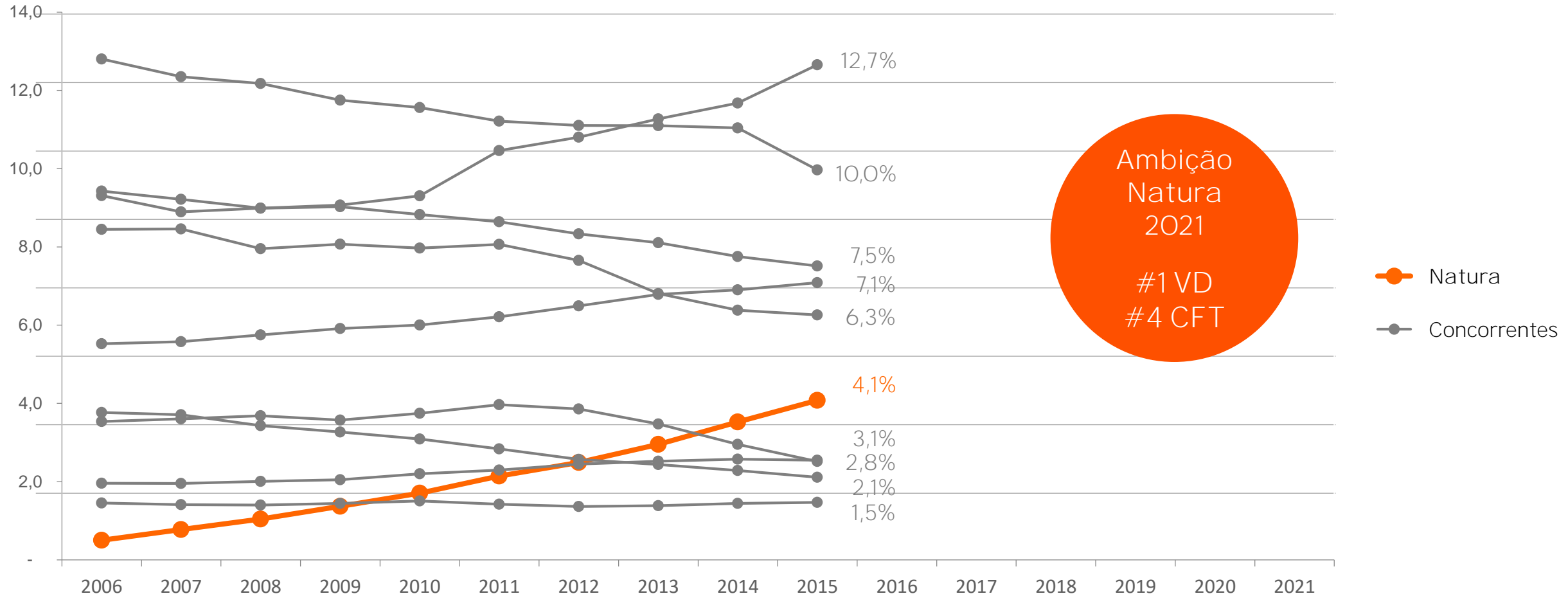
## Rentabilidade



Natura está preparada para manter o ritmo de crescimento

- Serviços de operações e logística (34% produção local)
- Time local e reputação positiva
- Multicanalidade

# Market Share Total Latam



A ambição  
Natura  
2021  
#1 VD  
#4 CFT

Natura  
Concorrentes

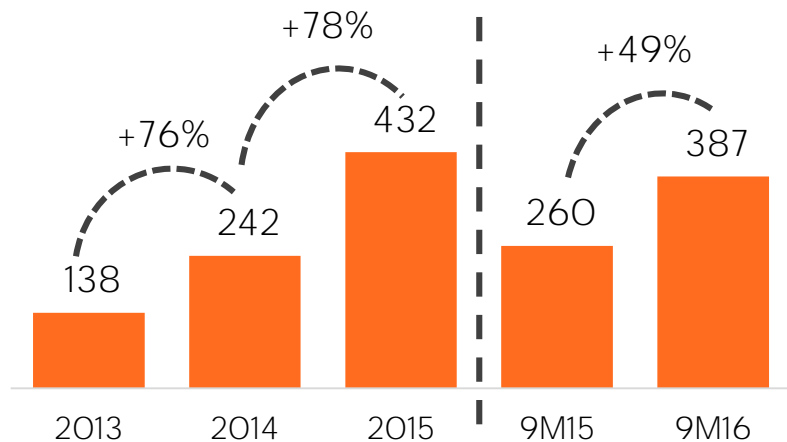
FONTE: Euromonitor - Beauty and Personal Care – Market Sizes - Historic Retail Value RSP Current Prices | Fx Exchange Rates



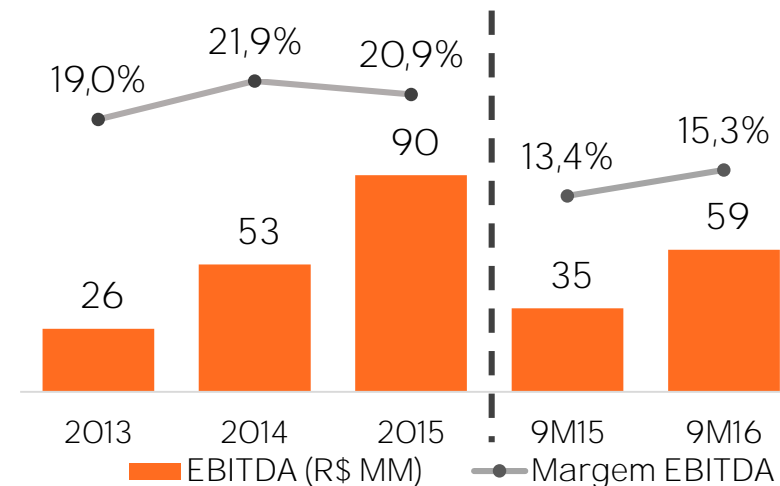
Aesop

# Aesop

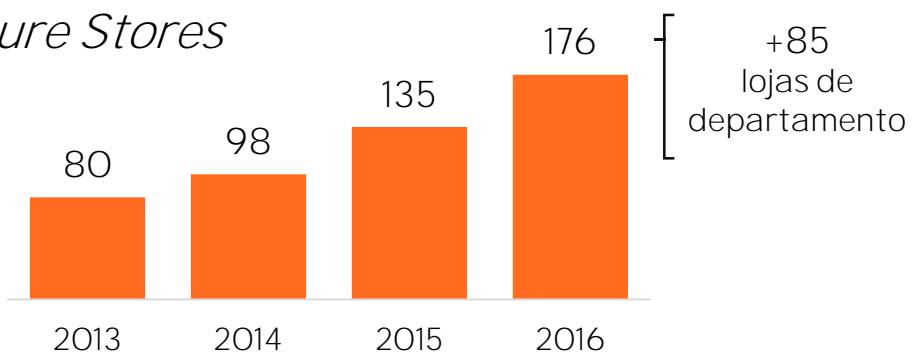
## Receita líquida (R\$ MM)



## EBITDA



## Signature Stores



Países:	2013	2014	2015	2016
	10	14	18	20*

- Mercado nicho promovendo excelente experiência de compra e lealdade
- Alto crescimento em *same store sales*
- Foco em cuidados com a pele
- *Break-even* no primeiro ano
- Cada loja é exclusiva, projetada por arquitetos/designers com um orçamento relativamente baixo (US\$300K – 350K) e staff de loja bem treinado

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

Obrigado

