

São Paulo, 24 de abril de 2013 – A Natura Cosméticos S.A. (BM&FBOVESPA: NATU3) anuncia hoje os resultados do primeiro trimestre de 2013 (1T13). As informações financeiras e operacionais a seguir, exceto onde indicado o contrário, são apresentadas em base consolidada, de acordo com as normas internacionais de relatório financeiro IFRS.

# RESULTADOS



# 1T13

## ***Trimestre desafiador no Brasil, avanços na lucratividade das Operações Internacionais e perspectiva de melhora ao longo do ano***

O crescimento de 6,4% das vendas consolidadas<sup>1</sup> ficou abaixo de nossas expectativas, principalmente no Brasil, onde além de um mercado mais competitivo, nossa estratégia promocional mostrou-se pouco atrativa para incentivar nossas consultoras e CNOs a serem mais ativas no período que antecedeu o Carnaval, provocando um crescimento significativamente desigual das vendas entre a primeira e a segunda metade do trimestre.

Apesar de um início de ano mais desafiador, seguimos confiantes com o nosso plano para 2013 e 2014, pois temos um portfólio de iniciativas robustas que garantirá nossa competitividade no mercado. Continuamos com nossa estratégia de aumentar a cesta de compra dos nossos consumidores, com crescimento da produtividade<sup>2</sup> das vendas de nossas consultoras. Hoje, 40% dos pedidos já são entregues em até 48 horas, e este indicador seguirá evoluindo. No final do trimestre, implantamos o programa "Natura Eu Gosto", que busca incentivar a oferta entre categorias de nossos produtos a partir de alguns perfis de comportamento. Adicionalmente, o "Mais Natura", programa que tem como objetivo oferecer atratividade no tamanho do pedido, já trouxe resultados positivos desde que foi lançado no segundo semestre de 2012 e continuará a ser um importante instrumento para alavancar os negócios de nossas consultoras.

Estamos especialmente entusiasmados com nosso plano de inovação, com destaque para aqueles produtos que nos permitirão ocupar espaços de preços nos quais ainda não estamos presentes. A partir do final do segundo trimestre faremos lançamentos muito relevantes em higiene pessoal, apresentando novos conceitos, embalagens inovadoras e em diferentes posicionamentos de preços.

Em complemento a essas iniciativas estamos redirecionando e reforçando nossos investimentos no Brasil, financiados com o nosso programa de eficiência.

Já nas Operações Internacionais, a lucratividade do conjunto dos países evoluiu de forma significativa, com margem EBITDA<sup>3</sup> passando de 9,5% para 14,0% nas Operações em Consolidação e com um resultado positivo de 6,8% nas Operações em Implantação. O grupo de países em Consolidação apresentou um crescimento de 23% em moeda local, com destaque para a acelerada expansão do número de consultoras. Nas Operações em Implantação, o crescimento das vendas de 10% em moeda local mostrou-se inferior ao observado nos períodos anteriores, fruto de ajustes no modelo multinível (Rede de Relações Sustentáveis) no México, com expectativa de recuperação do crescimento de canal a partir do segundo trimestre.

Também promovemos avanços significativos nos projetos que impactarão o médio e o longo prazo, com destaque para a Rede Natura, que nos permitirá conectar e fortalecer nossas relações com nossas consultoras e consumidores com o uso de tecnologia digital. Em Campinas, onde desde novembro de 2012 iniciamos o piloto, ampliamos o convite da Rede Natura para todas as 6 mil consultoras daquela cidade. Além disso, a conclusão da aquisição da empresa australiana AESOP em 28 de fevereiro de 2013 confirma nossa ambição de alavancarmos a oferta da proposta de valor do bem estar bem por meio de novas marcas, e eventualmente outras categorias.

<sup>1</sup> Crescimento de 6,4% receita bruta consolidada, excluindo impactos de aquisição.

<sup>2</sup> Produtividade a preços de varejo = (receita bruta do período/número de consultoras média do período)/(1- %lucro da consultora)

<sup>3</sup> Considera EBITDA pró- forma

Em fevereiro, concluímos a aquisição da empresa Australiana AESOP. Para fins de melhor comparação, o quadro abaixo não inclui os efeitos da consolidação desta operação e dos custos desta transação.

Valores em R\$ milhões	1T13	1T12	Var. (%)
Receita Bruta Brasil	1.596,7	1.540,1	3,7
Receita Bruta Internacionais	225,2	172,0	30,9
<b>Receita Bruta ex. Aquisição</b>	<b>1.821,8</b>	<b>1.712,1</b>	<b>6,4</b>
Receita Líquida Brasil	1.164,5	1.140,2	2,1
Receita Líquida Internacionais*	176,2	135,6	29,9
<b>Receita Líquida ex. Aquisição</b>	<b>1.340,7</b>	<b>1.275,8</b>	<b>5,1</b>
<b>% Participação Receita Líquida Internacionais</b>	<b>13,1%</b>	<b>10,6%</b>	<b>2,5 pp</b>
EBITDA Brasil pró-forma	269,5	284,8	(5,4)
% Margem EBITDA Brasil	23,1%	25,0%	(1,8) pp
EBITDA Internacionais pró-forma	(3,1)	(12,7)	(75,9)
% Margem EBITDA Internacionais	(1,7)%	(9,4)%	7,6 pp
<b>EBITDA ex. Aquisição</b>	<b>266,5</b>	<b>272,1</b>	<b>(2,1)</b>
% Margem EBITDA ex. Aquisição	19,9%	21,3%	(1,5) pp

\*Crescimento em Moeda Local: 17,5% em 1T13 vs. 1T12

O quadro a direita apresenta os dados consolidados incluindo os efeitos da consolidação da AESOP e os custos com a aquisição.

Valores em R\$ milhões	1T13	1T12	Var. (%)
<b>Receita Líquida Consolidada</b>	<b>1.351,3</b>	<b>1.275,8</b>	<b>5,9</b>
<b>EBITDA Consolidado</b>	<b>262,1</b>	<b>272,1</b>	<b>(3,7)</b>
% Margem EBITDA Consolidado	19,4%	21,3%	(1,9) pp
<b>Lucro Líquido Consolidado</b>	<b>124,6</b>	<b>151,5</b>	<b>(17,7)</b>
% Margem Líquida Consolidada	9,2%	11,9%	(2,7) pp
<b>Geração de Caixa</b>	<b>(110,0)</b>	<b>127,4</b>	<b>(186,4)</b>
<b>Dívida Líquida / EBITDA</b>	<b>0,53</b>	<b>0,32</b>	

Além dos impactos anteriormente mencionados, o lucro líquido do 1T13 foi influenciado negativamente em R\$ 8,4 milhões pelo resultado do *hedge* relacionado à compra de 65% da AESOP, que foi contratado para evitar flutuações de câmbio do preço acordado entre a data do compromisso e liquidação do pagamento. Tivemos também uma despesa de R\$ 4,7 milhões pelo ajuste contábil da marcação a mercado dos derivativos para a proteção dos passivos financeiros atrelados à moeda estrangeira, este último somente efeito contábil que se anulará no vencimento da dívida.

Reafirmamos, assim, nossa convicção que durante 2013 colheremos resultados concretos de nossa estratégia no Brasil, em especial pelo nosso plano de inovação. Em nossas Operações Internacionais, já temos uma plataforma de negócios robusta e consolidada, que nos permitirá alcançar uma posição relevante e lucrativa nesses países. Continuaremos avançando com projetos que nos permitam por um lado evoluir e modernizar as relações de nossa rede com a utilização dos meios digitais e por outro expandir a oferta de valor por meio de novas marcas e categorias conectadas com o bem estar bem.

# 1. mercado de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos (HPPC)

Segundo os dados divulgados pela consultoria Euromonitor referentes ao ano passado, o Brasil segue como terceiro maior mercado de HPPC, e pelo oitavo ano consecutivo mantivemos a liderança neste mercado, apesar da retração de 1pp da nossa participação em 2012.

No conjunto de nossas Operações Internacionais na América Latina passamos da décima para a oitava posição, com expansão de 0,3pp e 0,2pp respectivamente nas Operações em Consolidação e Implantação.

Para o Brasil, os dados da Euromonitor são confirmados pelos resultados publicados pela SIPATESP/ABHIPEC<sup>4</sup> referentes ao nosso mercado alvo, que mostram um crescimento vigoroso, com destaque para Higiene Pessoal, em especial as categorias cabelos e desodorantes. Nas categorias de

	Mercado Total (US\$ Milhões)	Variação (%)	Market Share Natura (%)		Variação (pp)
	2012	12 x 11	2012	2011	12 x 11
Operação Brasil	41.750	16,7%	13,4%	14,4%	(1,0) pp
Operação em Consolidação	10.345	18,5%	4,3%	4,0%	0,3 pp
Operação em Implantação	13.911	7,2%	1,3%	1,1%	0,2 pp
<b>Total</b>	<b>66.006</b>	<b>14,8%</b>	<b>9,4%</b>	<b>9,8%</b>	<b>(0,4) pp</b>

Fonte: Euromonitor 2012

i. Euromonitor considera mercado total de cosméticos, perfumes e higiene pessoal a preços de varejo

ii. Vendas em dólares constantes 2012

iii. Valor do mercado e market share de 2011 foram revisados

iv. Operação em Consolidação considera Argentina, Chile e Peru

v. Operação em Implantação considera Colômbia e México

	Mercado Alvo (R\$ Milhões)	Variação (%)	Market Share Natura (%)		Variação (pp)
	2012	12 x 11	2012	2011	12 x 11
Cosméticos e Fragrâncias	11.614	12,3%	34,0%	34,3%	(0,3) pp
Higiene Pessoal	12.636	18,8%	11,8%	13,2%	(1,5) pp
<b>Total</b>	<b>24.250</b>	<b>15,6%</b>	<b>22,4%</b>	<b>23,6%</b>	<b>(1,2) pp</b>

Fonte: Sipesp

Cosméticos e Fragrâncias, tradicionais da venda direta, apresentamos uma leve retração na participação de mercado.

## 2. destaques socioambientais

No dia 23 de abril de 2013 fomos agraciados com o Prêmio Nacional de Inovação, organizado pela CNI (Confederação Nacional da Indústria) na categoria "Modelo de Negócios", com o projeto "Strategic Sourcing Triple Bottom Line". Este projeto foi baseado em um método para a monetização de externalidades sócio-ambientais, incorporados em um processo de seleção, gestão e desenvolvimento de fornecedores.

Com relação ao acompanhamento trimestral de nossas metas sócio-ambientais, a partir deste ano, incluiremos também o indicador chamado "volume de negócios na região amazônica", que inclui compras de matérias primas, repartição de benefícios, investimentos em pesquisa e tecnologia, manufatura local, entre outros, em linha com nossa estratégia de ampliar nossa presença na região e buscar novos modelos de desenvolvimento sustentável.

Apresentamos a seguir as metas socioambientais acordadas para 2013, bem como o resultado acumulado do trimestre:

<sup>4</sup> Sipesp/Abihpec: Sindicato da Indústria de Perfumarias de Artigos de Toucador no Estado de São Paulo / Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos.

Indicador	Resultado 2012	Compromisso 2013	Resultado 1T13
Gases de efeito estufa (Mudanças Climáticas)	Redução de 28,4% vs. 2006	Reduzir 33% as emissões relativas de GEE, vs 2006	Não disponível*
Consumo de Água	0,40 litro / unidade produzida	Reduzir o consumo de água em 0,39 litro por unidade produzida no Brasil	0,39 litro / unidade produzida
Geração de Resíduos	25,56 gramas / unidade produzida	Reduzir para 24,70 gramas por unidade produzida a quantidade de resíduos gerada no Brasil	22,16 gramas/unidade produzida
Arrecadação Crer para Ver (Educação)	R\$ 12,8 milhões	Arrecadar R\$ 14,0 milhões com a venda dos produtos Crer para Ver no Brasil	R\$ 2,9 milhões
Recursos Destinados às Comunidades Fornecedoras **	R\$ 12,1 milhões	Destinar R\$ 13,6 milhões em riquezas para as comunidades fornecedoras.	R\$ 1,6 milhões
Volume de negócios na região amazônica***	R\$ 121,8 milhões	Aumentar em 56,0% o volume de negócios na região amazônica, chegando a R\$ 190 milhões em 2013	R\$ 33 milhões

\*Resultado a ser disponibilizado no próximo trimestre

\*\* Indicador composto principalmente por repartição de benefícios e valores pagos pela compra de matéria-prima.

\*\*\* Considera a Natura e outros parceiros

Destaque positivo para a geração de resíduos sólidos que está beneficiada pelo menor nível de perdas no processo. Demais indicadores socioambientais apresentam resultado em linha com o previsto para o trimestre.

### 3. desempenho econômico-financeiro<sup>5</sup>

Trimestre (R\$ milhões)	Consolidado <sup>6</sup>			Pró-Forma								
	IT13	IT12	Var%	Brasil			Consolidação			Implantação		
	IT13	IT12	Var%	IT13	IT12	Var%	IT13	IT12	Var%	IT13	IT12	Var%
Consultoras - final do período ('000) <sup>7</sup>	1.556,8	1.434,8	8,5	1.257,6	1.178,6	6,7	188,8	158,2	19,3	108,2	95,1	13,8
Consultoras Média do período ('000)	1.557,2	1.418,8	9,8	1.256,2	1.165,4	7,8	189,7	157,7	20,3	108,8	92,7	17,4
Unidades de produtos para revenda (milhões)	111,6	112,5	(0,8)	98,2	100,6	(2,4)	9,1	7,6	19,7	4,2	4,0	4,5
<b>Receita Bruta</b>	<b>1.832,4</b>	<b>1.712,1</b>	<b>7,0</b>	<b>1.596,7</b>	<b>1.540,1</b>	<b>3,7</b>	<b>155,1</b>	<b>114,5</b>	<b>35,4</b>	<b>65,2</b>	<b>52,0</b>	<b>25,4</b>
<b>Receita Líquida</b>	<b>1.351,3</b>	<b>1.275,8</b>	<b>5,9</b>	<b>1.164,5</b>	<b>1.140,2</b>	<b>2,1</b>	<b>115,8</b>	<b>86,1</b>	<b>34,6</b>	<b>56,0</b>	<b>44,7</b>	<b>25,2</b>
<b>Lucro Bruto</b>	<b>951,3</b>	<b>910,5</b>	<b>4,5</b>	<b>820,4</b>	<b>820,1</b>	<b>0,0</b>	<b>81,2</b>	<b>57,5</b>	<b>41,2</b>	<b>38,4</b>	<b>29,9</b>	<b>28,4</b>
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(503,4)	(488,3)	3,1	(414,6)	(413,0)	0,4	(55,9)	(42,8)	30,5	(28,6)	(29,0)	(1,2)
Despesas Adm., P&D, TI e Projetos	(222,2)	(177,5)	25,2	(169,9)	(148,6)	14,3	(10,4)	(6,9)	51,0	(7,2)	(5,5)	31,6
Remuneração dos Administradores	(5,5)	(4,0)	38,1	(5,5)	(4,0)	38,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Outras Receitas / (Despesas) Operacionais, líquidas	(0,3)	(2,1)	(86,0)	(0,3)	(1,3)	(74,2)	0,2	(0,7)	n/d	0,5	(0,1)	n/d
Receitas / (Despesas) Financeiras, líquidas	(37,8)	(15,2)	n/d	(37,3)	(16,4)	n/d	(0,4)	0,3	n/d	(0,0)	0,9	n/d
Imposto de Renda e Contribuição Social	(57,4)	(71,9)	(20,2)	(55,8)	(71,8)	(22,2)	(1,4)	(0,1)	n/d	(0,1)	(0,0)	54,9
<b>Lucro Líquido</b>	<b>124,6</b>	<b>151,5</b>	<b>(17,7)</b>	<b>137,0</b>	<b>165,1</b>	<b>(17,0)</b>	<b>13,2</b>	<b>7,2</b>	<b>83,5</b>	<b>3,0</b>	<b>(3,8)</b>	<b>n/d</b>
<b>EBITDA*</b>	<b>262,1</b>	<b>272,1</b>	<b>(3,7)</b>	<b>269,5</b>	<b>284,8</b>	<b>(5,4)</b>	<b>16,2</b>	<b>8,2</b>	<b>98,2</b>	<b>3,8</b>	<b>(4,0)</b>	<b>n/d</b>
Margem Bruta	70,4%	71,4%	(1,0) pp	70,5%	71,9%	(1,5) pp	70,1%	66,8%	3,3 pp	68,6%	66,9%	1,7 pp
Despesas Vendas, Marketing e Logística/Receita Líquida	37,3%	38,3%	(1,0) pp	35,6%	36,2%	(0,6) pp	48,3%	49,8%	(1,5) pp	51,1%	64,8%	(13,7) pp
Despesas Adm., P&D, TI e Projetos/Receita Líquida	16,4%	13,9%	2,5 pp	14,6%	13,0%	1,6 pp	9,0%	8,0%	1,0 pp	12,9%	12,2%	0,6 pp
Margem Líquida	9,2%	11,9%	(2,7) pp	11,8%	14,5%	(2,7) pp	11,4%	8,3%	3,0 pp	5,4%	n/d	n/d
Margem EBITDA	19,4%	21,3%	(1,9) pp	23,1%	25,0%	(1,8) pp	14,0%	9,5%	4,5 pp	6,8%	n/d	n/d

(\*) EBITDA = Lucro operacional antes dos efeitos financeiros, impostos, depreciação e amortização.

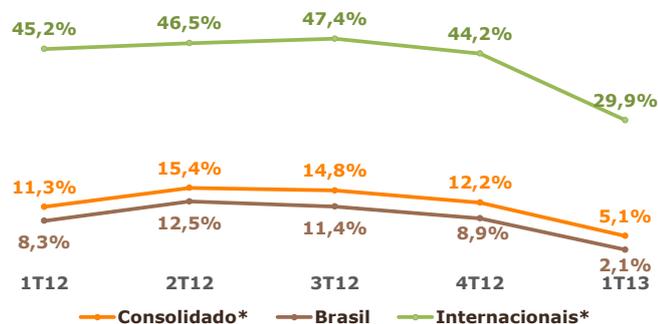
<sup>5</sup> Nos resultados pró-formas, a margem de lucro alcançada nas exportações do Brasil para as Operações Internacionais foi subtraída do CPV das respectivas operações, demonstrando o real impacto dessas subsidiárias no resultado consolidado da empresa. Desta forma, a Demonstração de Resultados pró-forma Brasil apresenta somente o resultado das vendas realizadas no mercado interno.

<sup>6</sup> Consolidado inclui Brasil, Operação em Consolidação, Operações em Implantação e outros Investimentos Internacionais, incluindo impacto de aquisições.

<sup>7</sup> Posição ao final do Ciclo: **Brasil** – Ciclo 4. **Consolidação** – Argentina Peru e Chile Ciclo 3. **Implantação** – México Ciclo 04 e Colômbia Ciclo 03.

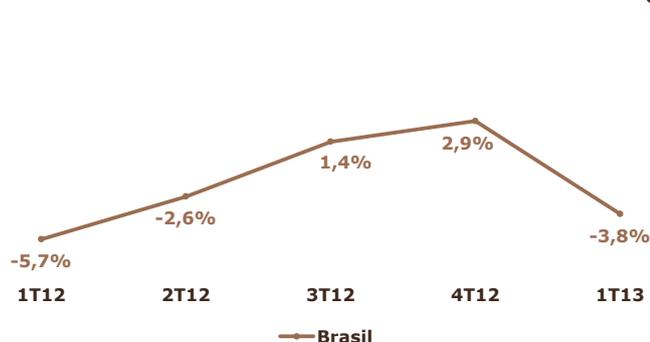
### 3.1 receita líquida

Crescimento Receita Líquida (R\$ - % vs ano anterior)

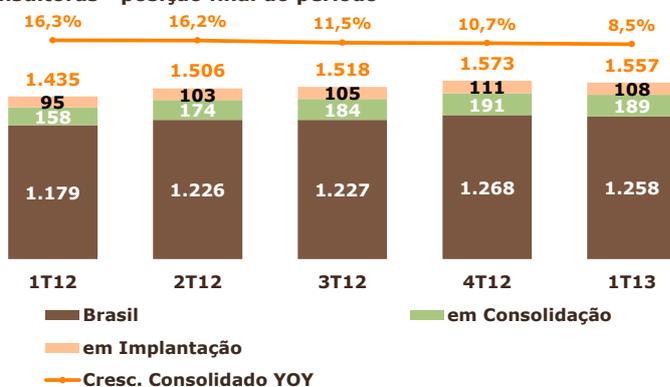


\* ex. Aquisições

Produtividade (% vs ano anterior)



Consultoras - posição final do período



No 1T13, como descrito na tabela ao lado e também relatado no 4T12, o crescimento da receita líquida inferior ao crescimento da receita bruta foi resultado do aumento da carga tributária – elevação da MVA<sup>8</sup> de São Paulo desde 1 de agosto de 2012 – impactando o crescimento da receita líquida do trimestre.

Brasil (R\$ milhões)	1T12	4T12	1T13	1T13 vs. 1T12
<b>Receita Bruta</b>	<b>1.540,1</b>	<b>2.257,8</b>	<b>1.596,7</b>	<b>3,7%</b>
Impostos	399,8	612,8	432,1	8,1%
Carga Tributária	26,0%	27,1%	27,1%	1,1 pp
<b>Receita Líquida</b>	<b>1.140,2</b>	<b>1.645,0</b>	<b>1.164,5</b>	<b>2,1%</b>

As **Operações Internacionais**, sem impacto de aquisições, representaram 13,1% da receita líquida consolidada do 1T13 e foram alavancadas principalmente pelo crescimento da base de consultoras. Nas Operações em Consolidação o crescimento foi de 23,4% em moeda local, com a base de consultoras crescendo 20,3% e leve ganho de produtividade, especialmente na Argentina. Nas Operações em Implantação, que apresentaram 9,8% de crescimento em moeda local, destacamos o México, onde seguimos fazendo alguns ajustes necessários em nosso modelo multinível, principalmente para retomar o crescimento acelerado do número de CNs.

<sup>8</sup> MVA (Margem de Valor Agregado): percentual utilizado para estimar a margem média praticada pelas consultoras, parâmetro para a formação da base de cálculo do ICMS-ST (substituição tributária).

## 3.2 inovação & produtos

O índice de inovação<sup>9</sup>, com base em março de 2013, mostrou-se um pouco abaixo dos trimestres anteriores, porém dentro do patamar esperado. Os lançamentos mais relevantes em termos de volume de vendas foram nas categorias de perfumaria e desodorante. Neste trimestre, investimos 2,7% da receita líquida em P&D versus 3,0% no 1T12.

Inovação (%RL)



## 3.3 margem bruta

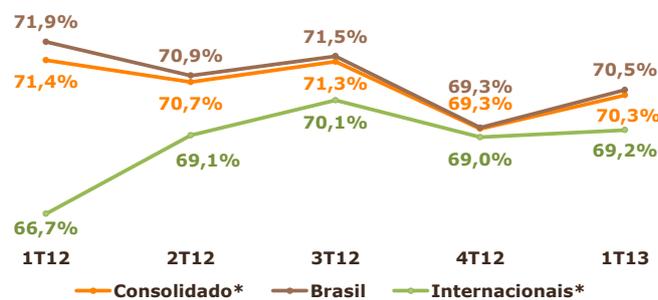
No **Brasil**, apresentamos uma retração de 1,5pp na margem bruta do trimestre. Tivemos um impacto negativo de aproximadamente 0,7pp na relação preço-custo e aumento da carga tributária. O impacto do aumento de preço implementado em março se refletirá integralmente no segundo trimestre. Outro 0,8pp de impacto desfavorável refere-se a ajustes contábeis como por exemplo a variação de estoques em trânsito.

O quadro abaixo exhibe o custo aberto em seus principais componentes:

	1T13	1T12
MP / ME / PA*	80,3	79,3
Mão de Obra	10,9	11,5
Depreciação	2,9	2,9
Outros	5,9	6,3
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

\*Matéria - Prima, Material de Embalagem e Produto Acabado

Margem Bruta (%RL)

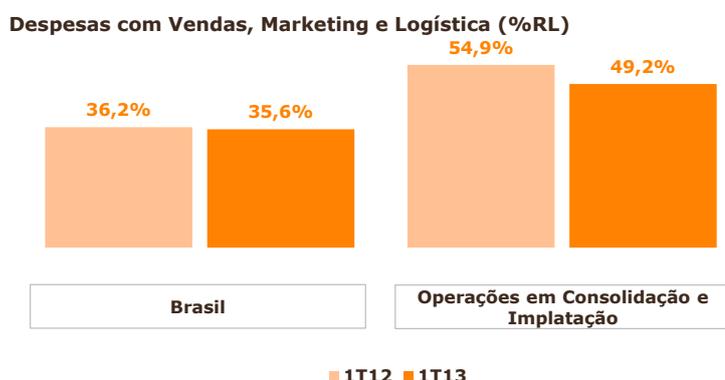


\* ex. Aquisições

Em nossas Operações Internacionais, nos países em Consolidação e em Implantação, registramos respectivamente aumentos de 3,3pp e 1,7pp na margem bruta do trimestre, resultado de um efeito favorável do câmbio, maior eficiência promocional e aumento do volume de produção local.

<sup>9</sup> Índice de Inovação: participação nos últimos 12 meses da venda dos produtos lançados nos últimos 24 meses.

### 3.4 despesas operacionais

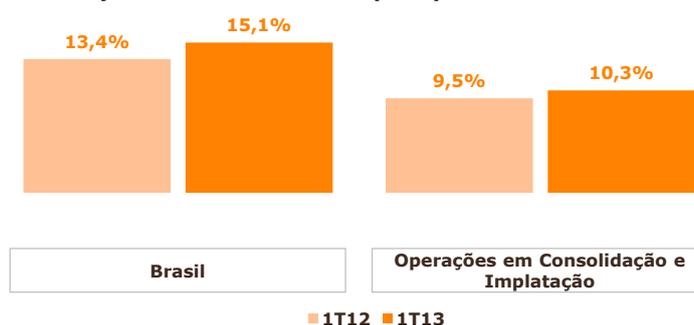


No Brasil apresentamos redução relativa (%RL) das **despesas com vendas, marketing e logística**. Em logística, a renegociação de alguns contratos e ganhos de eficiência compensaram a inflação observada no período. Registramos um volume menor de despesas com marketing devido a um faseamento diferente em relação ao ano anterior. Este ganho foi compensado por maiores investimentos em propaganda. Resultado da melhora do nível de serviços, observamos também a redução

do volume de descontos concedidos às consultoras e consumidores em função de reclamações. Estes efeitos positivos foram parcialmente compensados por um aumento no incentivo médio por CNO proporcionado pelo programa de produtividade. Nas Operações Internacionais, as despesas ficaram dentro do planejado, porém com menor alavancagem nas Operações em Consolidação em função do ambiente inflacionário na Argentina.

No Brasil, as **despesas administrativas, P&D, TI e Projetos** apresentaram um aumento em função dos investimentos em tecnologia digital, bem como a manutenção de investimentos em projetos para o médio e longo prazos. Nas Operações Internacionais, o aumento relativo das despesas administrativas foi resultado, principalmente, de investimentos em sistemas no México contribuindo com a evolução do modelo de Rede de Relações Sustentáveis.

**Despesas Administrativas, P&D, TI, Projetos, PLR e Remuneração dos Administradores (%RL)**



### 3.5 outras despesas e receitas operacionais

No 1T13, contemplando o Brasil e as Operações Internacionais, tivemos despesas de R\$ 0,3 milhões frente a despesas de R\$ 2,1 milhões no 1T12. Durante os dois períodos não houve nenhuma movimentação relevante.

### 3.6 outros investimentos internacionais

Os outros investimentos internacionais, que dizem respeito à operação na França, aos gastos com projetos, à estrutura corporativa internacional baseada em Buenos Aires e à operação AESOP (somente para o mês de março) acrescidos dos custos relacionados à aquisição, registraram prejuízo (EBITDA) de R\$ 27,5 milhões no 1T13 (prejuízo de R\$ 16,8 milhões no 1T12).

Retirando o efeito de custos de transação da aquisição e o resultado positivo da operação da AESOP, os outros investimentos internacionais totalizaram um prejuízo de R\$23,1 milhões, influenciados

principalmente pela desvalorização do Real frente ao Peso Argentino nos custos da estrutura corporativa baseada em Buenos Aires, assim como maiores investimentos em projetos locais.

### 3.7 EBITDA

A contração do EBITDA Consolidado foi resultado do crescimento das vendas no Brasil aquém das nossas expectativas, diminuindo a alavancagem operacional das despesas administrativas, P&D, TI e projetos, em especial, dos investimentos em tecnologia digital e em projetos para o médio e longo prazos. Além disso, a contração de 1,5pp na margem bruta no Brasil frente ao mesmo período do ano anterior influenciou negativamente o EBITDA Consolidado.

Neste trimestre, a margem EBITDA foi impactada favoravelmente em 0,2pp pela evolução significativa da margem das Operações Internacionais. Apesar da operação Aesop apresentar resultados positivos, os custos da aquisição de 65% da AESOP somados ao resultado da operação, impactaram negativamente a margem EBITDA consolidada em 0,5pp.

#### EBITDA (R\$ milhões)

Dados contemplam operação e custo de transação da AESOP

	1T13	1T12	Var %
Receita Líquida	1.351,3	1.275,8	5,9
(-) Custos e Despesas	1.131,4	1.037,2	9,1
<b>EBIT</b>	<b>219,8</b>	<b>238,6</b>	<b>(7,9)</b>
(+) Participação Minoritário	0,2	0,0	0,0
(+) Depreciação / amortização	42,1	33,5	25,6
<b>EBITDA</b>	<b>262,1</b>	<b>272,1</b>	<b>(3,7)</b>

#### EBITDA pró-forma por bloco de operações (R\$ milhões)

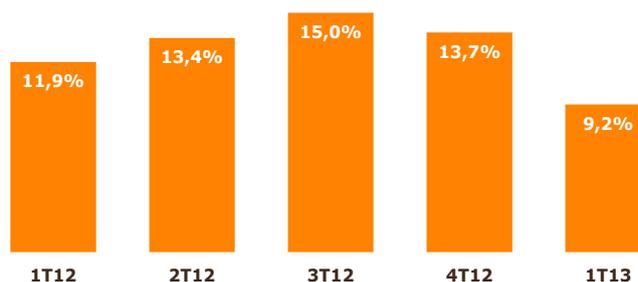
Dados contemplam operação e custo de transação da AESOP

	1T13	1T12	Var %
Brasil	269,5	284,8	(5,4)
Argentina, Chile e Peru	16,2	8,2	98,2
México, Colômbia	3,8	(4,0)	n/d
Outros Investimentos	(27,5)	(16,8)	63,2
<b>EBITDA</b>	<b>262,1</b>	<b>272,1</b>	<b>(3,7)</b>

### 3.8 Lucro líquido

A **margem líquida** consolidada apresentou retração de 2,7pp como efeito de, como já explicado no item anterior, menor crescimento das vendas e de alguns fatores que geraram impactos negativos no resultado financeiro.

Margem Líquida (%RL)



Valores em R\$ milhões	1T13	1T12	Var %
Receitas financeiras	66,2	35,2	88,3
Despesas financeiras	(104,0)	(50,4)	106,4
<b>Receitas / (Despesas) Financeiras, líquidas</b>	<b>(37,8)</b>	<b>(15,2)</b>	<b>148,4</b>

O **Resultado Financeiro** do 1T13 totalizou uma despesa de R\$ 37,8 milhões frente a uma despesa de R\$ 15,2 milhões no mesmo período do ano anterior. As despesas financeiras foram impactadas por dois fatores: marcação a mercado de derivativos e perdas com *hedge*. O balanço entre juros sobre empréstimos e receita de juros de aplicações se manteve nos mesmos patamares do 1T12, pois o aumento da dívida líquida média foi compensada pela redução da taxa Selic.

A marcação a mercado dos derivativos contratados para a proteção dos passivos financeiros atrelados à moeda estrangeira totalizou um prejuízo R\$ 4,7 milhões frente a uma receita de R\$ 4,9 milhões no mesmo período anterior. Este ajuste reflete as condições de mercado no fechamento do trimestre, em que foi observado, principalmente, um aumento do cupom cambial se comparado às taxas pactuadas nos contratos destes empréstimos. Este ajuste não afeta o caixa e será zerado na vida destes empréstimos, dado que as operações são levadas a vencimento.

Além disso, observamos um impacto negativo de R\$ 8,4 milhões no 1T13 pela despesa com o *hedge* contratado para a proteção do compromisso relacionado à compra de 65% da Emeis Holding (AESOP) no valor de AU\$ 69 milhões. Este *hedge* foi contratado para evitar flutuações de câmbio do preço acordado entre a data do compromisso e liquidação do pagamento, conforme a nossa política de exposição cambial.

### 3.9 fluxo de caixa

No 1T13, a **geração interna de caixa** cresceu 4,5% e houve **consumo de caixa livre** de R\$ 110,0 milhões, principalmente pela variação desfavorável de capital de giro e aumento dos investimentos em imobilizado e intangível.

Em março de 2013 a posição do capital de giro ficou em linha com o plano e 8% melhor do que a posição de março de 2012 fruto de uma melhor gestão de estoques e fornecedores. A variação do capital de giro quando comparada com dez/12 foi influenciada por impactos pontuais favoráveis de cerca de R\$ 80 milhões na posição de Dezembro/2012, resultado de uma calendarização favorável além de uma maior concentração de gastos com

R\$ milhões	1T13	1T12	Var. R\$	Var. %
<b>Lucro líquido do período</b>	<b>124,6</b>	<b>151,5</b>	<b>(26,9)</b>	<b>(17,7)</b>
Depreciações e amortizações	42,1	33,5	8,6	25,6
Itens não caixa / Outros*	31,9	5,1	26,8	529,4
<b>Geração interna de caixa</b>	<b>198,6</b>	<b>190,0</b>	<b>8,6</b>	<b>4,5</b>
(Aumento) / Redução do Capital de Giro	(247,9)	(29,6)	(218,3)	737,1
<b>Geração operacional de caixa</b>	<b>(49,3)</b>	<b>160,4</b>	<b>(209,8)</b>	<b>(130,8)</b>
Adições do imobilizado e intangível	(60,7)	(33,1)	(27,6)	83,6
<b>Geração de caixa livre**</b>	<b>(110,0)</b>	<b>127,4</b>	<b>(237,4)</b>	<b>(186,4)</b>

Favorável / (desfavorável)

(\*) Para efeito de melhor divulgação, alguns saldos de 2012 foram reclassificados

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

mídia e capex naquele período, conforme comentamos no trimestre passado. Lembramos também que a variação do capital de giro do 1T12 foi beneficiada pela posição desfavorável no final de 2011,

devido a não provisão de PLR, créditos de impostos de PIS/COFINS sobre serviços, além de uma maior cobertura dos estoques

No 1T13, investimos R\$ 60,7 milhões em **imobilizado e intangível**, concentrado principalmente na expansão de nossa capacidade produtiva, incluindo nossa fábrica no Pará e moldes de futuros lançamentos, e em tecnologia da informação.

### 3.10 endividamento

O aumento do endividamento total reflete o planejamento para amortizar empréstimos que terão vencimentos próximos, principalmente em maio/13, a necessidade de investimento em capital de giro e a aquisição de 65% da AESOP. Vale ressaltar que mesmo com o aumento dos empréstimos, o múltiplo Dívida Líquida / EBITDA foi de 0,53x em mar/13, conforme nosso planejamento.

Endividamento R\$ Mil	mar/13	Part (%)	mar/12	Part (%)	Var. (%)
Curto Prazo	968,3	41,6	136,8	13,1	607,9
Longo Prazo	1.648,3	70,9	987,3	94,4	67,0
Instrumentos financeiros derivativos	(54,3)	(2,3)	(22,1)	(2,1)	146,2
Arrendamentos Mercantis - Financeiros	(236,6)	(10,2)	(56,0)	(5,4)	322,7
<b>Total da Dívida</b>	<b>2.325,6</b>	<b>100,0</b>	<b>1.046,0</b>	<b>100,0</b>	<b>122,3</b>
(-) Caixa e Aplicações Financeiras	1.536,0		587,5		161,5
<b>(=) Endividamento Líquido - Caixa Líquido</b>	<b>789,6</b>		<b>458,6</b>		<b>72,2</b>
Dívida Líquida / Ebitda	0,53		0,32		
Total Dívida / Ebitda	1,55		0,73		

## 4. recompra de ações

O Conselho de Administração da companhia, em reunião realizada em 23 de abril de 2013, aprovou um Programa de Recompra de Ações, a serem mantidas em tesouraria, para atender ao exercício das opções de compra de ações pelos beneficiários dos Planos de Outorga de Opção de Compra ou Subscrição de Ações Ordinárias aprovados pela Companhia, no limite de 2,5 milhões de ações ordinárias, representando 1,4% do total de ações em circulação.

As operações de aquisição serão realizadas a preço de mercado no pregão da BM&FBOVESPA, com a intermediação das seguintes instituições financeiras: Itaú Corretora de Valores S.A. e BTG Pactual, no prazo máximo de 365 dias, contados a partir de 29 de abril de 2013 até 29 de abril de 2014, cabendo à Diretoria definir as datas em que a recompra será efetivamente executada.

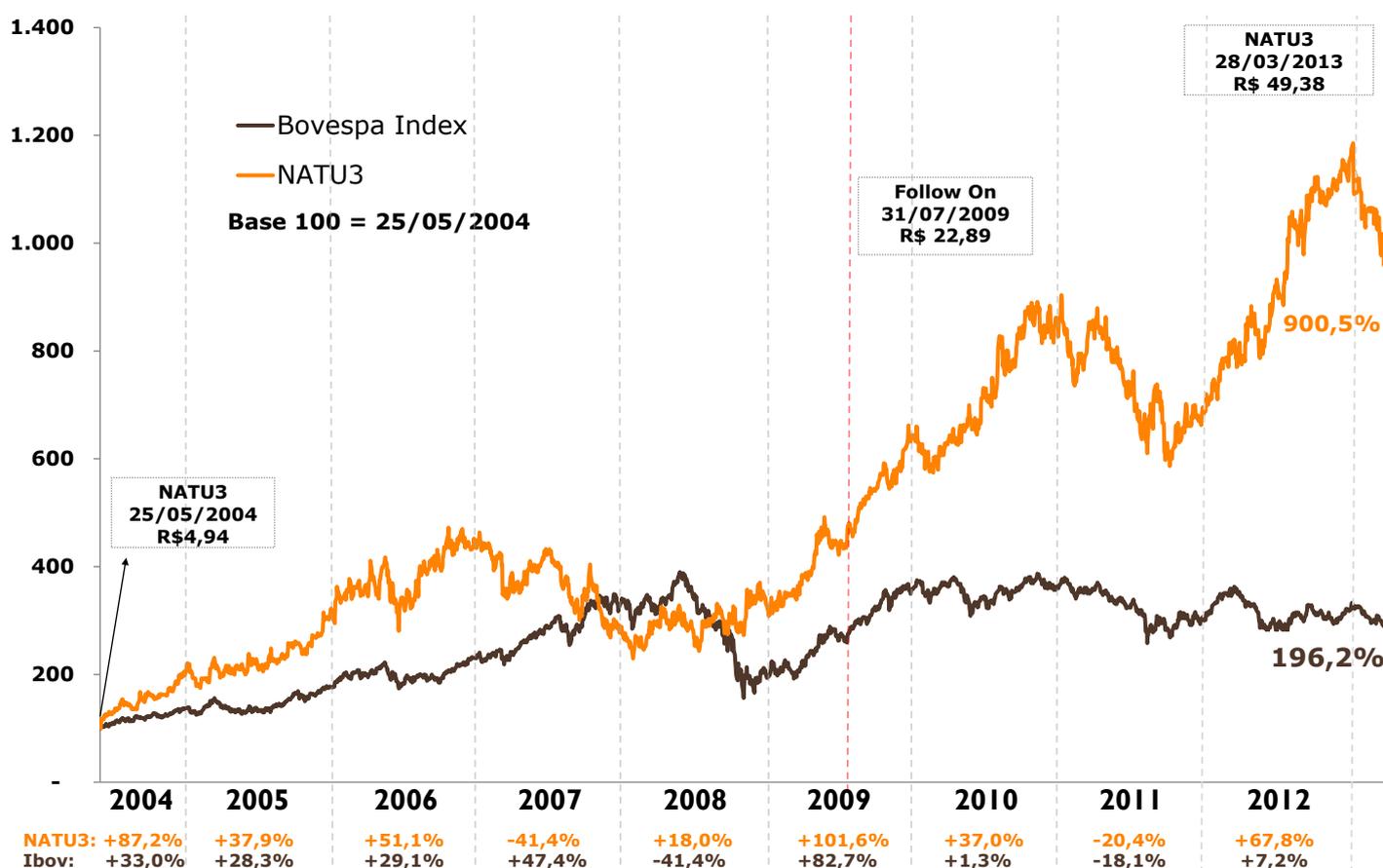
## 5. desempenho

### NATU3

No 1T13, as ações da Natura tiveram uma desvalorização de 13,9% frente a 31 de dezembro de 2012, enquanto o Ibovespa desvalorizou-se 7,5%, no período de 12 meses as ações valorizaram 29,1% NATU3 versus a variação de -12,6% da Ibovespa. O volume médio diário negociado no 1T13 foi de R\$ 78,3 milhões frente a R\$ 42,0 milhões no mesmo período do ano anterior.

Neste trimestre, nossa posição média no Índice de Negociabilidade da BOVESPA foi 27º.

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



## teleconferência & webcast

**PORTUGUÊS:** Sexta-feira, 26 de abril de 2013

10h00 – horário de Brasília

**INGLÊS:** Sexta-feira, 26 de abril de 2013

12h00 – horário de Brasília

Participantes do Brasil: **+55 11 4688 6341**

Participantes dos EUA: Toll Free **+ 1 855 281 6021**

Participantes de outros países: **+1 786 924 6977**

Senha para os participantes: **Natura**

Transmissão ao vivo pela internet:

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

## relações com investidores

**Telefone: (11) 4196-1421**

Fabio Cefaly, [fabiocefaly@natura.net](mailto:fabiocefaly@natura.net)

Tatiana Bravin, [tatianabravin@natura.net](mailto:tatianabravin@natura.net)

Taísa Hernandez, [taisahernandez@natura.net](mailto:taisahernandez@natura.net)

Yakatherine Menendez, [yakatherinemenendez@natura.net](mailto:yakatherinemenendez@natura.net)



# balanços patrimoniais

em março de 2013 e dezembro de 2012

(em milhões de reais - R\$)

ATIVO	mar/13	dez/12	PASSIVO	mar/13	dez/12
<b>CIRCULANTE</b>			<b>CIRCULANTE</b>		
Caixa e equivalentes de caixa	1.229,6	1.144,4	Empréstimos e financiamentos	968,3	999,5
Títulos e valores mobiliários	306,4	498,7	Fornecedores e outras contas a pagar	624,8	649,9
Contas a receber de clientes	604,2	651,4	Salários, participações nos resultados e encargos sociais	151,1	211,8
Estoques	805,1	700,7	Obrigações tributárias	479,5	501,5
Impostos a recuperar	136,8	144,5	Outras obrigações	74,2	52,0
Instrumentos financeiros derivativos	54,3	80,9	Dividendos e juros sobre o capital próprio a pagar	491,3	0,0
Outros ativos circulantes	224,5	157,8	<b>Total do passivo circulante</b>	<b>2.789,2</b>	<b>2.414,7</b>
<b>Total do ativo circulante</b>	<b>3.361,0</b>	<b>3.378,3</b>			
<b>NÃO CIRCULANTE</b>			<b>NÃO CIRCULANTE</b>		
Realizável a longo prazo:			Empréstimos e financiamentos	1.648,3	1.325,1
Impostos a recuperar	191,3	151,4	Obrigações tributárias	161,2	177,3
Imposto de renda e contribuição social diferidos	219,7	214,2	Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	60,4	63,3
Depósitos judiciais	367,5	349,5	Outras provisões	189,6	89,0
Outros ativos não circulantes	46,7	41,3	<b>Total do passivo não circulante</b>	<b>2.059,5</b>	<b>1.654,6</b>
Imobilizado	1.210,0	1.012,1			
Intangível	342,1	228,5	<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>		
<b>Total do ativo não circulante</b>	<b>2.377,3</b>	<b>1.997,1</b>	Capital social	427,1	427,1
			Reservas de capital	155,5	155,9
			Reservas de lucros	435,6	308,1
			Ações em tesouraria	(54,3)	(66,1)
			Dividendo adicional proposto	0,0	491,3
			Outros resultados abrangentes	(9,8)	(10,2)
			Reserva para aquisição de não controladores	(83,2)	0,0
			<b>Total do patrimônio líquido - acionistas controladores</b>	<b>870,9</b>	<b>1.306,1</b>
			<b>Participação dos acionistas não controladores no patrimônio líquido das controladas</b>	<b>18,7</b>	<b>0,0</b>
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>5.738,3</b>	<b>5.375,4</b>	<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>5.738,3</b>	<b>5.375,4</b>

# demonstrações dos resultados

para os exercícios findos em 31 de março de 2013 e de 2012

(R\$ milhões)	1T13	1T12
<b>RECEITA LÍQUIDA</b>	<b>1.351,3</b>	<b>1.275,8</b>
Custo dos produtos vendidos	(400,0)	(365,3)
<b>LUCRO BRUTO</b>	<b>951,3</b>	<b>910,5</b>
<b>(DESPESAS) RECEITAS OPERACIONAIS</b>		
Com vendas	(503,4)	(488,3)
Administrativas e gerais	(222,2)	(177,5)
Remuneração dos administradores	(5,5)	(4,0)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	(0,3)	(2,1)
<b>LUCRO OPERACIONAL ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO</b>	<b>219,8</b>	<b>238,6</b>
Receitas financeiras	66,2	35,2
Despesas financeiras	(104,0)	(50,4)
<b>LUCRO ANTES DO IMPOSTO DE RENDA E DA CONTRIBUIÇÃO SOCIAL</b>	<b>182,0</b>	<b>223,4</b>
Imposto de renda e contribuição social	(57,4)	(71,9)
<b>LUCRO LÍQUIDO</b>	<b>124,6</b>	<b>151,5</b>
ATRIBUÍVEL A		
Acionistas da Sociedade	124,8	151,5
Não controladores	(0,2)	0,0
	<b>124,6</b>	<b>151,5</b>

# demonstrações dos fluxos de caixa

para os exercícios findos em

31 de março de 2013 e de 2012

(R\$ milhões)	1T13	1T12
<b>FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS</b>		
<b>Lucro líquido do período</b>	<b>124,6</b>	<b>151,5</b>
Ajustes para reconciliar o lucro líquido do exercício com o caixa líquido gerado pelas atividades operacionais:		
Depreciações e amortizações	42,1	33,5
Provisão (Reversão) decorrente dos contratos de operações com derivativos "swap" e "forward"	50,6	6,6
Provisões (Reversão) para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	(2,0)	1,9
Atualização monetária de depósitos judiciais	(3,8)	(5,2)
Imposto de renda e contribuição social	57,0	71,9
Resultado na venda e baixa de ativo imobilizado e intangível	7,1	2,0
Juros e variação cambial sobre empréstimos e financiamentos	(5,3)	(0,2)
Variação cambial sobre outros ativos e passivos	1,2	(0,4)
Despesas com planos de outorga de opções de compra de ações	3,4	3,4
Provisão (Reversão) para créditos de liquidação duvidosa	(7,8)	3,6
Provisão (Reversão) para perdas nos estoques	3,4	(3,3)
Provisão com plano de assistência médica e créditos carbono	(1,0)	2,4
	<b>269,4</b>	<b>267,8</b>
<b>(AUMENTO) REDUÇÃO DOS ATIVOS</b>		
Contas a receber de clientes	55,0	111,9
Estoques	(107,8)	(75,8)
Impostos a recuperar	(32,4)	(18,0)
Outros ativos	(72,1)	(18,0)
<b>Subtotal</b>	<b>(157,3)</b>	<b>0,1</b>
<b>AUMENTO (REDUÇÃO) DOS PASSIVOS</b>		
Fornecedores nacionais e estrangeiros	(25,9)	(22,3)
Salários, participações nos resultados e encargos sociais, líquidos	(60,7)	(4,8)
Obrigações tributárias	(11,5)	32,4
Outros passivos	40,6	7,1
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	(1,0)	(1,5)
<b>Subtotal</b>	<b>(58,5)</b>	<b>11,0</b>
<b>CAIXA GERADO PELAS ATIVIDADES OPERACIONAIS</b>	<b>53,7</b>	<b>278,9</b>

**OUTROS FLUXOS DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS**

Pagamentos de imposto de renda e contribuição social	(89,0)	(114,4)
Levantamento (pagamento) de depósitos judiciais	(14,2)	(6,0)
Pagamentos de recursos por liquidação de operações com derivativos	(24,0)	(4,4)
Pagamento de juros sobre empréstimos e financiamentos	(14,1)	(0,7)

**CAIXA LÍQUIDO GERADO PELAS ATIVIDADES OPERACIONAIS** **(87,6)** **153,4**

**FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO**

Adições de imobilizado e intangível	(60,7)	(33,1)
Imobilizado incorporado pela Compra AESOP	(129,1)	0,0
Recebimento pela venda de ativo imobilizado e intangível	1,1	0,7
Aplicação em títulos e valores mobiliários	962,3	0,0
Resgate de títulos e valores mobiliários	(770,1)	0,0
Participação de não controladores	18,7	0,0

**CAIXA LÍQUIDO UTILIZADO NAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO** **22,2** **(32,4)**

**FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO**

Amortização de empréstimos e financiamentos - principal	(56,4)	(70,0)
Captações de empréstimos e financiamentos	196,1	6,9
Utilização de ações em tesouraria pelo exercício de opções de compra de ações	10,9	14,7

**CAIXA LÍQUIDO GERADO (UTILIZADO) NAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO** **150,6** **(48,4)**

Efeito de variação cambial sobre o caixa e equivalentes de caixa	0,0	(0,8)
--	-----	-------

**AUMENTO (REDUÇÃO) NO CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA** **85,2** **71,9**

Saldo inicial do caixa e equivalentes de caixa	1.144,4	515,6
Saldo final do caixa e equivalentes de caixa	1.229,6	587,5

**AUMENTO (REDUÇÃO) NO CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA** **85,2** **71,9**

**Informações adicionais às demonstrações dos fluxos de caixa:**

Numerários com utilização restrita	0,0	6,8
Limites de contas garantidas sem utilização	117,9	235,5

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações contábeis consolidadas condensadas.

## Glossário

**\_CDI:** Certificado de depósito interbancário.

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

**\_CNO:** Revendedoras autônomas, que não têm relação de emprego conosco, e apoiam as Gerentes de Relacionamento em suas atividades, também chamadas de **Consultoras Natura Orientadoras**.

**\_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 pelo preço justo, repartição de benefícios pelo acesso ao patrimônio genético e aos conhecimentos tradicionais associados e apoio a projetos de desenvolvimento sustentável local. Esse modelo de negócio tem se mostrado efetivo na geração de valor social, econômico e ambiental para a Natura e para as comunidades.

**\_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.

**\_Operações em Consolidação:** Agrupamento das operações: Argentina, Chile e Peru.

**\_Operações em Implantação:** Agrupamento das Operações: Colômbia e México.

**\_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. 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.

**\_Sipatesp/Abihpec:** Sindicato da Indústria de Perfumarias de Artigos de Toucador do Estado de São Paulo / Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos.

## reapresentações

**\_Produtividade com nova metodologia de cálculo:** a preços de varejo = (receita bruta/número de consultoras média)/(1- % lucro da consultora).

**\_Unidades de produtos para revenda:** Reapresentação dos valores referentes ao 1T12 para Consolidado e Natura Implantação, número que já havia sido corrigido no 6M12 na divulgação do 2T12.

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.



São Paulo, April 24, 2013 – Natura Cosméticos S.A. (BM&FBOVESPA: NATU3) announces today its results for the first quarter of 2013 (1Q13). Except where stated otherwise, the financial and operating information in this release is presented on a consolidated basis, in accordance with International Financial Reporting Standards (IFRS).

**1Q13**



**natura**  
bem estar bem

**Results**

***Challenging quarter in Brazil, higher profitability in the International Operations and improvement expectations along the year***

The growth of 6.4% in consolidated sales<sup>1</sup> in the first quarter of the year was below our expectations, primarily in Brazil, which was affected not only by the more competitive market, but also by our promotional strategy, which proved only somewhat successful in encouraging our consultants and super consultants (CNOs) to be more active in the period leading up to the Carnival holiday in the second week of February and in turn led sales to grow unevenly between the first and second halves of the quarter.

Despite the challenging start of the year, we remain confident in our plan for 2013 and 2014, given the portfolio of robust initiatives aimed at ensuring our competitiveness in the market. We continue to make progress in our strategy of expanding the shopping basket of our consumers and increasing the sales productivity<sup>2</sup> of our consultants. Today, 40% of orders are delivered within 48 hours and this metric should continue to improve. At the end of the quarter, we launched the "Natura Eu Gosto" program, which creates incentives for purchases in cross categories based on certain behavioral profiles. In addition, the "Mais Natura" program, which seeks to make larger orders more attractive to consultants, has already brought positive results since its launch in the second half of 2012 and will continue to serve as an important instrument for leveraging business for our consultants.

We are especially enthusiastic about our innovation plan, especially the products that will enable us to occupy previously unexplored price points. The end of the second quarter of the year will mark the start of very important launches in the Toiletries segment that will feature new concepts, innovative packaging and different price points.

Complementing these initiatives that make up our productivity program, we are also strengthening our marketing investments in Brazil, which will be financed by our efficiency program.

In the International Operations, the profitability of the various countries improved significantly, with EBITDA<sup>3</sup> margin expanding from 9.5% to 14.0% in the Operations in Consolidation and positive EBITDA margin of 6.8% in the Operations in Implementation. The group of countries in Consolidation registered 23% growth in local currency, which was accompanied by strong growth in the number of consultants. In the Operations in Implementation, the sales growth in local currency of 10% was lower than in prior quarters due to the adjustments in the multilevel model (Sustainable Relations Network) in Mexico, with growth in the channel expected to recover as of the second quarter.

We also made significant progress on projects with impacts over the medium and long term, especially the Natura Network, which will enable us to connect with our consultants and consumers and strengthen these relationships through the use of digital technologies. In Campinas, São Paulo, where we launched the pilot project in November 2012, we extended invitations to the Natura Network to all 6,000 consultants in the city. Moreover, the conclusion of the acquisition of the Australian company Aesop on February 28 confirmed our ambition to leverage the well being well value proposition by offering new brands and eventually new categories.

---

<sup>1</sup> Growth of 6.4% in consolidated gross revenue, excluding the impacts from the acquisition.

<sup>2</sup> Productivity at retail prices = (gross revenue in the period/average number of consultants in the period)/(1%-consultant profit)

<sup>3</sup> Based on pro forma EBITDA.

In February, we concluded the acquisition of the Australian company Aesop. To improve comparisons, the table below does not include the effects from the consolidation of this acquisition or the associated transaction costs.

(R\$ million)	1Q13	1Q12	Change (%)
Brazil Gross Revenue	1,596.7	1,540.1	3.7
International Gross Revenue	225.2	172.0	30.9
<b>Consolidated Gross Revenue ex. Acquisition</b>	<b>1,821.8</b>	<b>1,712.1</b>	<b>6.4</b>
Brazil Net Revenue	1,164.5	1,140.2	2.1
International Net Revenue*	176.2	135.6	29.9
<b>Consolidated Net Revenue ex. Acquisition</b>	<b>1,340.7</b>	<b>1,275.8</b>	<b>5.1</b>
<b>% Share International Net Revenue</b>	<b>13.1%</b>	<b>10.6%</b>	<b>2.5 pp</b>
Brazil pro-forma EBITDA	269.5	284.8	(5.4)
% Brazil pro-forma EBITDA Margin	23.1%	25.0%	(1.8) pp
International pro-forma EBITDA	(3.1)	(12.7)	(75.9)
% International pro-forma EBITDA Margin	(1.7)%	(9.4)%	7.6 pp
<b>EBITDA ex. Acquisition</b>	<b>266.5</b>	<b>272.1</b>	<b>(2.1)</b>
<b>% Consolidated EBITDA Margin ex. Acquisition</b>	<b>19.9%</b>	<b>21.3%</b>	<b>(1.5) pp</b>

\*Growth in local currency of 17.5% in 1Q13 vs 1Q12

The table on the right presents consolidated figures that include the effects from the consolidation of Aesop and the acquisition costs.

(R\$ million)	1Q13	1Q12	Change (%)
<b>Consolidated Net Revenue</b>	<b>1,351.3</b>	<b>1,275.8</b>	<b>5.9</b>
<b>Consolidated EBITDA</b>	<b>262.1</b>	<b>272.1</b>	<b>(3.7)</b>
% Consolidated EBITDA Margin	19.4%	21.3%	(1.9) pp
<b>Consolidated Net Income</b>	<b>124.6</b>	<b>151.5</b>	<b>(17.7)</b>
% Consolidated Net Margin	9.2%	11.9%	(2.7) pp
<b>Cash Generation</b>	<b>(110.0)</b>	<b>127.4</b>	<b>(186.4)</b>
<b>Net Debt / EBITDA</b>	<b>0.53</b>	<b>0.32</b>	

In addition to the impacts mentioned above, net income in 1Q13 suffered a negative impact of R\$8.4 million from the loss on financial hedge operations related to the acquisition of the 65% interest in Aesop, which were contracted to mitigate any currency translation impacts on the agreed price between the commitment date and the settlement date. We also incurred a R\$4.7 million impact from the accounting adjustment involving the marking to market of derivative instruments contracted to hedge our foreign-denominated financial liabilities, which is merely an accounting effect that will be offset by the maturity of the debt.

In this light, we reaffirm our belief that in 2013, we will reap concrete results from our strategy in Brazil, especially through our innovation plan. In our International Operations, we already have a strong and consolidated business platform in place that will enable us to attain a significant and profitable position in these countries. We continue to advance projects that will enable us, on the one hand, to evolve and modernize the relationships with our network through the use of digital technologies and, on the other hand, expand Natura's value proposition through new brands and categories connected with the concept of well being well.

# 1. cosmetics, fragrance and toiletries industry (CFT)

According to data for last year released by Euromonitor, Brazil remains the world's largest CFT market, and for the eighth year in a row Natura maintained its leadership in this market, despite the contraction of 1 p.p. in our market share in 2012.

In our combined International Operations in Latin America, we went from the tenth to the eighth position in the ranking, with market share gains of 0.3 p.p. and 0.2 p.p. in the Operations in Consolidation and in Implementation, respectively.

For Brazil, the Euromonitor data were confirmed by the results published by SIPATESP/ABHIPEC<sup>4</sup> for our target market, which showed robust growth led by the Toiletries segment, especially in the hair care and deodorant categories. In the Cosmetics and Fragrances categories, which traditionally operate under a direct sales model, we registered slight contraction in market share.

	Total Market (US\$ Million)	Change (%)	Market Share Natura (%)		Change (pp)
	2012	12 x 11	2012	2011	12 x 11
Brazilian Operations	41,750	16.7%	13.4%	14.4%	(1.0) pp
Consolidation Operations	10,345	18.5%	4.3%	4.0%	0.3 pp
Implementation Operations	13,911	7.2%	1.3%	1.1%	0.2 pp
<b>Total</b>	<b>66,006</b>	<b>14.8%</b>	<b>9.4%</b>	<b>9.8%</b>	<b>(0.4) pp</b>

Source: Euromonitor 2012

i. Euromonitor believes the total market for cosmetics, perfumes and toiletries at retail prices

ii. Values in constant dollars, 2012

iii. Market value and market share for 2011 were reviewed by the consulting firm

iv. Consolidation Operations: Argentina, Chile and Peru

v. Implementation Operations: Colombia and Mexico

	Target Market (R\$ Million)	Change (%)	Market Share Natura (%)		Change (pp)
	2012	12 x 11	2012	2011	12 x 11
Cosmetics and Fragrances	11,614	12.3%	34.0%	34.3%	(0.3) pp
Toiletries	12,636	18.8%	11.8%	13.2%	(1.5) pp
<b>Total</b>	<b>24,250</b>	<b>15.6%</b>	<b>22.4%</b>	<b>23.6%</b>	<b>(1.2) pp</b>

Source: Sipatesp

## 2. social and environmental highlights

On April 23, 2013, we were recognized by the National Innovation Award sponsored by the National Industry Confederation (CNI) in the category "Business Model" for the project "Strategic Sourcing Triple Bottom Line". The project was based on a method for monetizing the social and environmental externalities that are incorporated in the supplier selection, management and development process.

Regarding the quarterly data to monitor our social and environmental targets, this year we are also including the indicator "Business volume in the Amazon Region", which includes raw material purchases, sharing of benefits with communities, investments in research and technology, local manufacturing and other items. The indicator's introduction is aligned with the strategy of expanding our presence in the region and pursuing new sustainable-development models.

The social and environmental targets set for 2013 and the results for each quarter follow:

<sup>4</sup> Sipatesp/Abihpec: São Paulo State Perfumery and Toiletry Association / Brazilian Cosmetic, Fragrance and Toiletry Industry Association.

Indicator	2012 Results	2013 Commitment	1Q13 Results
Greenhouse gas (GHG) emissions	Reduction of 28.4% over 2006	Reduce relative greenhouse gas (GHC) emissions by 33% over 2006	Not available*
Water consumption	0.40 liter/ unit produced	Reduce 0.39 liter/ unit produced in Brazil	0.39 liter / unit produced
Solid Waste	25.56 grams / unit produced	Maintain quantity of solid waste generated per unit produced in Brazil at 24.70 grams	22.16 grams/unit produced
Collections Crer para Ver	R\$ 12.8 million	Achieve R\$14.0 million sales from Crer para Ver product line in Brazil	R\$ 2.9 million
Funding to Supplier Communities **	R\$ 12.1 million	Destined R\$13.6 million in wealth to supplier communities	R\$ 1.6 million
Business volume in the Amazon region***	R\$ 121.8 million	56.0% increase in business volume in the Amazon region to R\$190 million in 2013	R\$ 33 million

\*Result to be made available in the coming quarter

\*\*Indicator refers to compensation and purchase of raw materials.

\*\*\* Considers Natura and other partners

An important development was the reduction in solid waste generation, which benefitted from lower losses in production processes. The results of other social and environmental indicators remained in line with the expectations for the quarter.

### 3. economic performance<sup>5</sup>

Quarter (R\$ million)	Pro-Forma											
	Consolidated <sup>4</sup>			Brazil			Consolidation			Implementation		
	1Q13	1Q12	Change%	1Q13	1Q12	Change%	1Q13	1Q12	Change%	1Q13	1Q12	Change%
Total Consultants - end of period ('000) <sup>5</sup>	1,556.8	1,434.8	8.5	1,257.6	1,178.6	6.7	188.8	158.2	19.3	108.2	95.1	13.8
Total Consultants - average of period ('000)	1,557.2	1,418.8	9.8	1,256.2	1,165.4	7.8	189.7	157.7	20.3	108.8	92.7	17.4
Units sold – items for resale	111.6	112.5	(0.8)	98.2	100.6	(2.4)	9.1	7.6	19.7	4.2	4.0	4.5
<b>Gross Revenue</b>	<b>1,832.4</b>	<b>1,712.1</b>	<b>7.0</b>	<b>1,596.7</b>	<b>1,540.1</b>	<b>3.7</b>	<b>155.1</b>	<b>114.5</b>	<b>35.4</b>	<b>65.2</b>	<b>52.0</b>	<b>25.4</b>
<b>Net Revenue</b>	<b>1,351.3</b>	<b>1,275.8</b>	<b>5.9</b>	<b>1,164.5</b>	<b>1,140.2</b>	<b>2.1</b>	<b>115.8</b>	<b>86.1</b>	<b>34.6</b>	<b>56.0</b>	<b>44.7</b>	<b>25.2</b>
<b>Gross Profit</b>	<b>951.3</b>	<b>910.5</b>	<b>4.5</b>	<b>820.4</b>	<b>820.1</b>	<b>0.0</b>	<b>81.2</b>	<b>57.5</b>	<b>41.2</b>	<b>38.4</b>	<b>29.9</b>	<b>28.4</b>
Selling, Marketing and Logistics Expenses	(503.4)	(488.3)	3.1	(414.6)	(413.0)	0.4	(55.9)	(42.8)	30.5	(28.6)	(29.0)	(1.2)
Administrative, R&D, IT and Projects Expenses	(222.2)	(177.5)	25.2	(169.9)	(148.6)	14.3	(10.4)	(6.9)	51.0	(7.2)	(5.5)	31.6
Management compensation	(5.5)	(4.0)	38.1	(5.5)	(4.0)	38.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Other Operating Income / (Expenses), net	(0.3)	(2.1)	(86.0)	(0.3)	(1.3)	(74.2)	0.2	(0.7)	n/a	0.5	(0.1)	n/a
Financial Income / (Expenses), net	(37.8)	(15.2)	n/a	(37.3)	(16.4)	n/a	(0.4)	0.3	n/a	(0.0)	0.9	n/a
Income Tax and Social Contribution	(57.4)	(71.9)	(20.2)	(55.8)	(71.8)	(22.2)	(1.4)	(0.1)	n/a	(0.1)	(0.0)	54.9
<b>Net Income</b>	<b>124.6</b>	<b>151.5</b>	<b>(17.7)</b>	<b>137.0</b>	<b>165.1</b>	<b>(17.0)</b>	<b>13.2</b>	<b>7.2</b>	<b>83.5</b>	<b>3.0</b>	<b>(3.8)</b>	<b>n/a</b>
<b>EBITDA*</b>	<b>262.1</b>	<b>272.1</b>	<b>(3.7)</b>	<b>269.5</b>	<b>284.8</b>	<b>(5.4)</b>	<b>16.2</b>	<b>8.2</b>	<b>98.2</b>	<b>3.8</b>	<b>(4.0)</b>	<b>n/a</b>
Gross Margin	70.4%	71.4%	(1.0) pp	70.5%	71.9%	(1.5) pp	70.1%	66.8%	3.3 pp	68.6%	66.9%	1.7 pp
Sales Expenses/Net Revenue	37.3%	38.3%	(1.0) pp	35.6%	36.2%	(0.6) pp	48.3%	49.8%	(1.5) pp	51.1%	64.8%	(13.7) pp
General and Admin. Expenses/Net Revenue	16.4%	13.9%	2.5 pp	14.6%	13.0%	1.6 pp	9.0%	8.0%	1.0 pp	12.9%	12.2%	0.6 pp
Net Margin	9.2%	11.9%	(2.7) pp	11.8%	14.5%	(2.7) pp	11.4%	8.3%	3.0 pp	5.4%	n/a	n/a
EBITDA Margin	19.4%	21.3%	(1.9) pp	23.1%	25.0%	(1.8) pp	14.0%	9.5%	4.5 pp	6.8%	n/a	n/a

(\*) EBITDA = Income from operations before financial effects + depreciation & amortization.

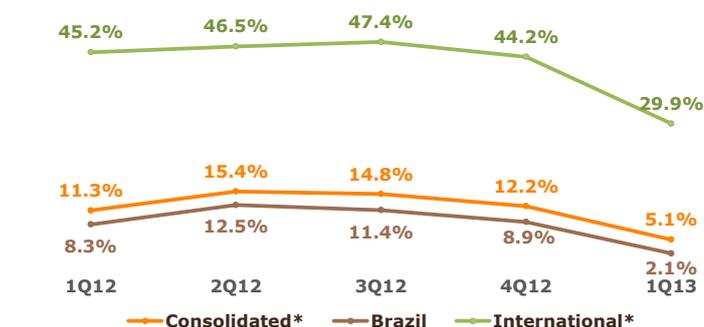
<sup>5</sup> In the pro-forma results, the profit margin obtained on exports from Brazil to the international operations was subtracted from the COGS of the respective operations in order to show the actual impact of these subsidiaries on the company's consolidated results. Accordingly, the pro-forma income statement for the Brazilian operations considers only the sales made in the domestic market.

<sup>6</sup> Consolidated figures include the Brazil Operations, the Operations in Consolidation, the Operations in Implementation and other International Investments, including acquisition impacts.

<sup>7</sup> Position at end of Cycle: **Brazil** – Cycle 4. **In consolidation:** Argentina Peru and Chile – Cycle 3. **In implementation:** Mexico – Cycle 4 and Colombia – Cycle 3.

### 3.1 net revenue

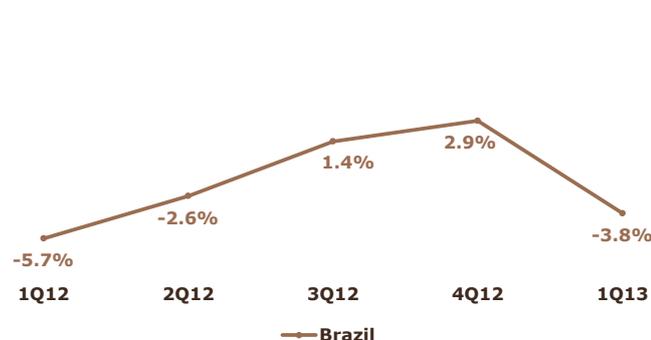
Net Revenue Growth (R\$ - % Year over Year)



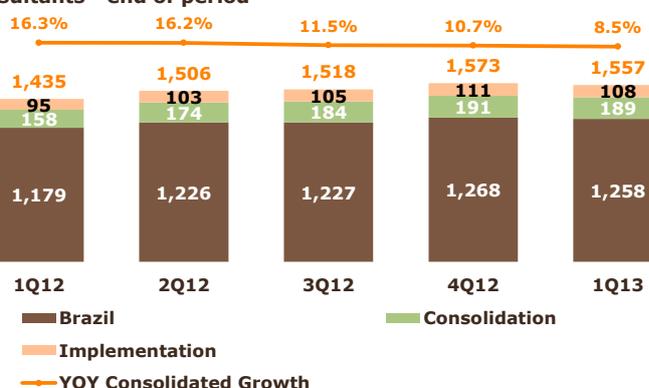
\* ex. Acquisition.

In **Brazil**, the below-expectation growth was due to the low attractiveness of the promotions campaign at the start of the year and an exceptionally longer summer holiday due to the Carnival holiday falling close to January. In this context, given the 7,8% expansion in the consultant base from the prior year, consultant productivity decreased 3.8%, from R\$1,888 in 1Q12 to R\$1,816 in 1Q13.

Productivity (% Year over Year)



Consultants - end of period



In 1Q13, as detailed in the following table and also reported in 4Q12, the growth in net revenue lagging the growth in gross revenue was due to the increase in the tax rate (due to the hike in the value added margin - MVA<sup>8</sup> in the state of São Paulo on August 1, 2012), which affected net revenue growth in the quarter.

Brazil (R\$ million)	1Q12	4Q12	1Q13	1Q13 vs. 1Q12
<b>Gross Revenue</b>	1,540.1	2,257.8	1,596.7	3.7%
Taxes on sales	399.8	612.8	432.1	8.1%
Taxes on sales rate (%)	26.0%	27.1%	27.1%	1.1 pp
<b>Net Revenue</b>	1,140.2	1,645.0	1,164.5	2.1%

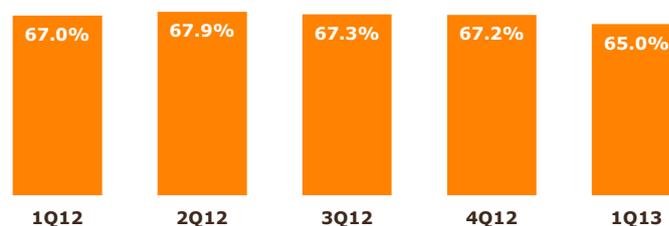
The **International Operations**, excluding the impact from acquisitions, accounted for 13.1% of consolidated net revenue in 1Q13, supported mainly by the expansion of the consultant base. In the Operations in Consolidation, consolidated net revenue grew by 23.4% in local currency, with the channel growing 20.3% and a slight gain in productivity, especially in Argentina. In the Operations in Implementation, consolidated net revenue grew by 9.8% in local currency, led by Mexico, where we are continuing to make certain adjustments required in our multilevel model with the main goal of resuming the channel's strong growth.

<sup>8</sup> Value Added Margin (MVA): percentage used to estimate the average margin practiced by consultants, which is a parameter used to form the base for calculating the payment of state value added tax (ICMS) owed by Natura's clients, known as ICMS-ST (tax substitution).

## 3.2 innovation & products

The innovation index<sup>9</sup> in March 2013 was slightly lower than in previous quarters, though within the expected range. The most significant launches in terms of sales volume were in the fragrance and deodorant categories. In 1Q13, we invested 2.7% of net revenue in R&D, compared to 3.0% in 1Q12.

Innovation (%NV)



## 3.3 gross margin

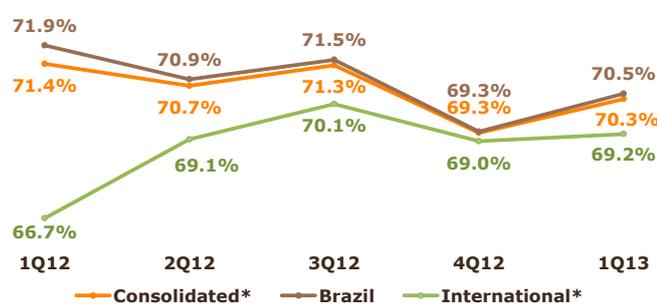
In **Brazil**, gross margin declined 1.5 p.p. in the quarter, which suffered a negative impact of around 0.7 p.p. caused by the price/cost ratio and the higher tax burden. Note that the impact of the price increases implemented in March will be fully reflected in the second quarter figures. Another 0.8 p.p. of the adverse impact refers to accounting adjustments such as the variation in inventories in transit.

The following table presents the main components of COGS:

	1Q13	1Q12
RM / PM / FP*	80.3	79.3
Labor	10.9	11.5
Depreciation	2.9	2.9
Other	5.9	6.3
<b>Total</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

\*Raw materials, packaging materials and finished products

Gross Margin (%NR)



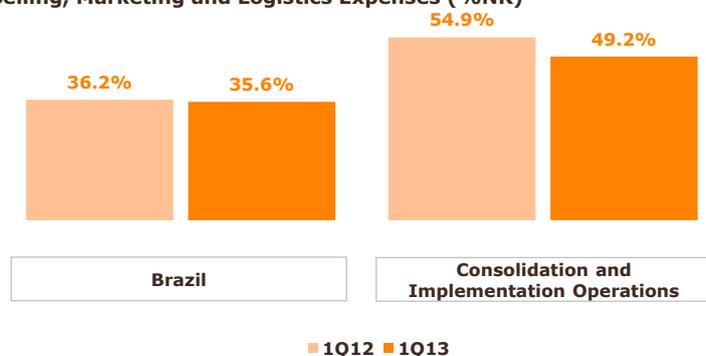
\* ex. Acquisition.

In our international operations, in the countries in consolidation and implementation, we registered gross margin expansions in the quarter of 3.3 p.p. and 1.7 p.p., respectively, which reflected the favorable currency effect, the higher efficiency of promotions and the higher volume of local production.

<sup>9</sup> Innovation Index: share in the last 12 months of the sale of products launched in the last 24 months.

### 3.4 operating expenses

Selling, Marketing and Logistics Expenses (%NR)

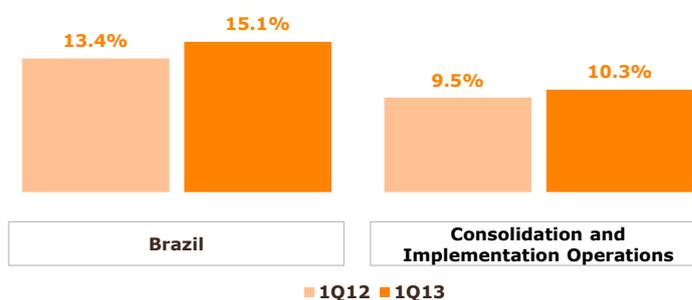


In Brazil, we registered a relative (% of net revenue) reduction in **Selling, Marketing and Logistics Expenses**. In logistics, the renegotiation of selected contracts and the efficiency gains mitigated the inflation accrued in the period. Marketing expenses decreased due to the change in phasing from the previous year, with this gain offset by the higher advertising expenses. As a result of the improvement in service quality, we observed a reduction in the amount of discounts granted to consultants

and consumers related to complaints. These positive effects were partially offset by an increase in the average incentive per Natura Super Consultant (CNO) structured under the productivity program. In the International Operations, expenses remained within budget, though with lower leverage in the Operations in Consolidation due to the inflationary environment in Argentina.

In Brazil, **Administrative, R&D, IT and Projects Expenses** increased slightly due to the investments in digital technologies and the continued investments in medium and long term projects. In the International Operations, the relative increase in administrative expenses was mainly due to the investments in systems in Mexico to advance the Sustainable Relations Network model.

Administrative, R&D, IT and Projects Expenses, Employee profit sharing and Management compensation (%NR)



### 3.5 other operating expenses and revenues

Considering the Brazil and International Operations, we registered an expense of R\$0.3 million in the quarter, compared to the expense of R\$2.1 million in 1Q12. There were no significant transactions during the period.

### 3.6 other international investments

Other international investments, which are basically formed by the operations in France, the expenses with projects, the international corporate structure based in Buenos Aires and the Aesop transaction (only for March) plus the costs associated with the transaction, posted an EBITDA loss of R\$27.5 million in 1Q13 (compared to the loss of R\$16.8 million in 1Q12).

Excluding the effects from the transaction costs and positive operating result of AESOP, other international investments registered an EBITDA loss of R\$23.1 million, which is explained mainly by

the impacts from the depreciation in the Brazilian Real against the Argentine Peso on the costs of the corporate structure based in Buenos Aires and by the higher investments in local projects. `

### 3.7 EBITDA

The decline in Consolidated EBITDA was due to the lower-than-expected sales growth in Brazil, which reduced the operating leverage of administrative expenses, and especially to the investments in digital technologies and in medium and long term projects. In addition, the 1.5 p.p. decrease in gross margin in Brazil from the same period last year adversely affected Consolidated EBITDA.

During the quarter, EBITDA Margin benefitted 0.2 p.p. from the significant improvement in EBITDA margin in the International Operations. The positive AESOP operating results and the transaction costs associated with the acquisition reduced consolidated EBITDA margin by 0.5 p.p..

#### EBITDA (R\$ million)

Figures include the operating result and transaction costs associated with Aesop

	1Q13	1Q12	Change %
Net Revenue	1,351.3	1,275.8	5.9
(-) Cost of Sales and Expenses	1,131.4	1,037.2	9.1
<b>EBIT</b>	<b>219.8</b>	<b>238.6</b>	<b>(7.9)</b>
(+) Non-controlling interest	0.2	0.0	0.0
(+) Depreciation/Amortization	42.1	33.5	25.6
<b>EBITDA</b>	<b>262.1</b>	<b>272.1</b>	<b>(3.7)</b>

#### Pro-forma EBITDA by operational bloc (R\$ million)

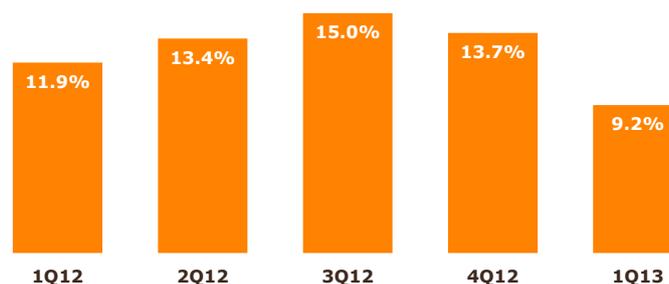
Figures include the operating result and transaction costs associated with Aesop

	1Q13	1Q12	Change %
Brazil	269.5	284.8	(5.4)
Argentina, Chile and Peru	16.2	8.2	98.2
Mexico and Colombia	3.8	(4.0)	n/a
Other Investments	(27.5)	(16.8)	63.2
<b>EBITDA</b>	<b>262.1</b>	<b>272.1</b>	<b>(3.7)</b>

### 3.8 net income

Consolidated **net margin** contracted by 2.7p.p. due to, as explained in the previous section, the lower sales growth and certain factors that adversely affected the financial result.

Net Margin (%NR)



(R\$ million)	1Q13	1Q12	Change %
Financial Income	66.2	35.2	88.3
Financial Expenses	(104.0)	(50.4)	106.4
<b>Financial Income/ (Expenses).net</b>	<b>(37.8)</b>	<b>(15.2)</b>	<b>148.4</b>

The **Financial Result** in 1Q13 was an expense of R\$37.8 million, compared to an expense of R\$15.2 million in 1Q12. The financial expense was impacted by two factors: the marking to market of derivative instruments and the losses from financial hedge operations. The balance of interest charges on borrowings and interest income from investments remained stable in relation to 1Q12, since the growth in net debt was offset by the reduction in the Selic basic interest rate.

The marking to market of derivative instruments contracted to protect financial liabilities pegged to foreign currencies resulted in a loss of R\$4.7 million, compared to the gain of R\$4.9 million in the same period last year. The adjustment reflects the market conditions at the close of the quarter, when in particular the currency coupon exceeded the rates agreed upon in the contract. Note that this adjustment is noncash and will be zeroed over the life of the loans, since the operations are held to maturity.

We also registered a negative impact of R\$8.4 million in 1Q13 from the expenses with financial hedge operations contracted to protect the obligations related to the acquisition of the 65% interest in Emeis Holding (Aesop) for AU\$69 million. The financial hedge operations were contracted to mitigate any currency translation impacts on the agreed price between the commitment date and the settlement date, in accordance with our foreign currency exposure policy.

### 3.9 cash flow

In 1Q13, **internal cash generation** increased by 4.5% and **free cash flow consumption** amounted to R\$110.0 million, mainly due to the unfavorable variation in working capital and the higher investments in property, plant and equipment and intangible assets.

In March 2013, the working capital position was in line with our planning and improved 8% from the position in March 2012, due to the better management of inventories and suppliers. The variation in working capital from December 2012 was influenced by the favorable nonrecurring impacts of approximately R\$80 million on the position at December 2012, which were associated with the favorable calendar and the higher concentration of costs with media and capital expenditure in that period, as

R\$ million	1Q13	1Q12	Change R\$	Change %
<b>Net Income</b>	<b>124.6</b>	<b>151.5</b>	<b>(26.9)</b>	<b>(17.7)</b>
Depreciation and amortization	42.1	33.5	8.6	25.6
Non-cash / Other*	31.9	5.1	26.8	529.4
<b>Internal cash generation</b>	<b>198.6</b>	<b>190.0</b>	<b>8.6</b>	<b>4.5</b>
Working Capital (Increase)/Decrease	(247.9)	(29.6)	(218.3)	737.1
<b>Operating cash generation</b>	<b>(49.3)</b>	<b>160.4</b>	<b>(209.8)</b>	<b>(130.8)</b>
CAPEX	(60.7)	(33.1)	(27.6)	83.6
<b>Free cash flow**</b>	<b>(110.0)</b>	<b>127.4</b>	<b>(237.4)</b>	<b>(186.4)</b>

Favorable/ (unfavorable)

(\*) Some 2012 figures were adjusted for proper disclosure

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

we commented last quarter. Note also that the variation in working capital in 1Q12 benefitted from the unfavorable position at the close of 2011 due to the lack of provisioning for the profit-sharing plan for 2011, the use of tax credits (PIS/COFINS on services) and the higher inventory coverage.

In 1Q13, investments in **property, plant and equipment** and **intangible assets** amounted to R\$60.7 million, which were concentrated primarily in capacity expansion projects (including our plant in the state of Pará and molds for future launches) and information technology projects.

### 3.10 debt

The increase in total debt reflects the plan to amortize short-term borrowings (especially in May 2013), the investment in working capital and the acquisition of the 65% interest in Aesop. Note that despite the increase in borrowings, the Net Debt/EBITDA ratio stood at 0.53x in March 2013, in line with our planning.

Debt (R\$ million)	mar/13	Share (%)	mar/12	Share (%)	Change (%)
Short-Term	968.3	41.6	136.8	13.1	607.9
Long-Term	1,648.3	70.9	987.3	94.4	67.0
Derivatives	(54.3)	(2.3)	(22.1)	(2.1)	146.2
Finance Leases	(236.6)	(10.2)	(56.0)	(5.4)	322.7
<b>Total Debt</b>	<b>2,325.6</b>	<b>100.0</b>	<b>1,046.0</b>	<b>100.0</b>	<b>122.3</b>
(-) Cash, cash equivalents and short-term investment	1,536.0		587.5		161.5
<b>(=) Net Debt - Net Cash</b>	<b>789.6</b>		<b>458.6</b>		<b>72.2</b>
Net Debt / Ebitda	0.53		0.32		
Total Debt / Ebitda	1.55		0.73		

## 4. share buyback program

In a meeting held on April 23, 2013, the Board of Directors of the Company approved a Share Buyback Program, with the shares repurchased to be held in treasury, which will be used to fulfill the exercise of the stock options by the beneficiaries of the Stock Option Plan approved by the Company, limited to 2.5 million common shares, which represents 1.4% of the total shares outstanding.

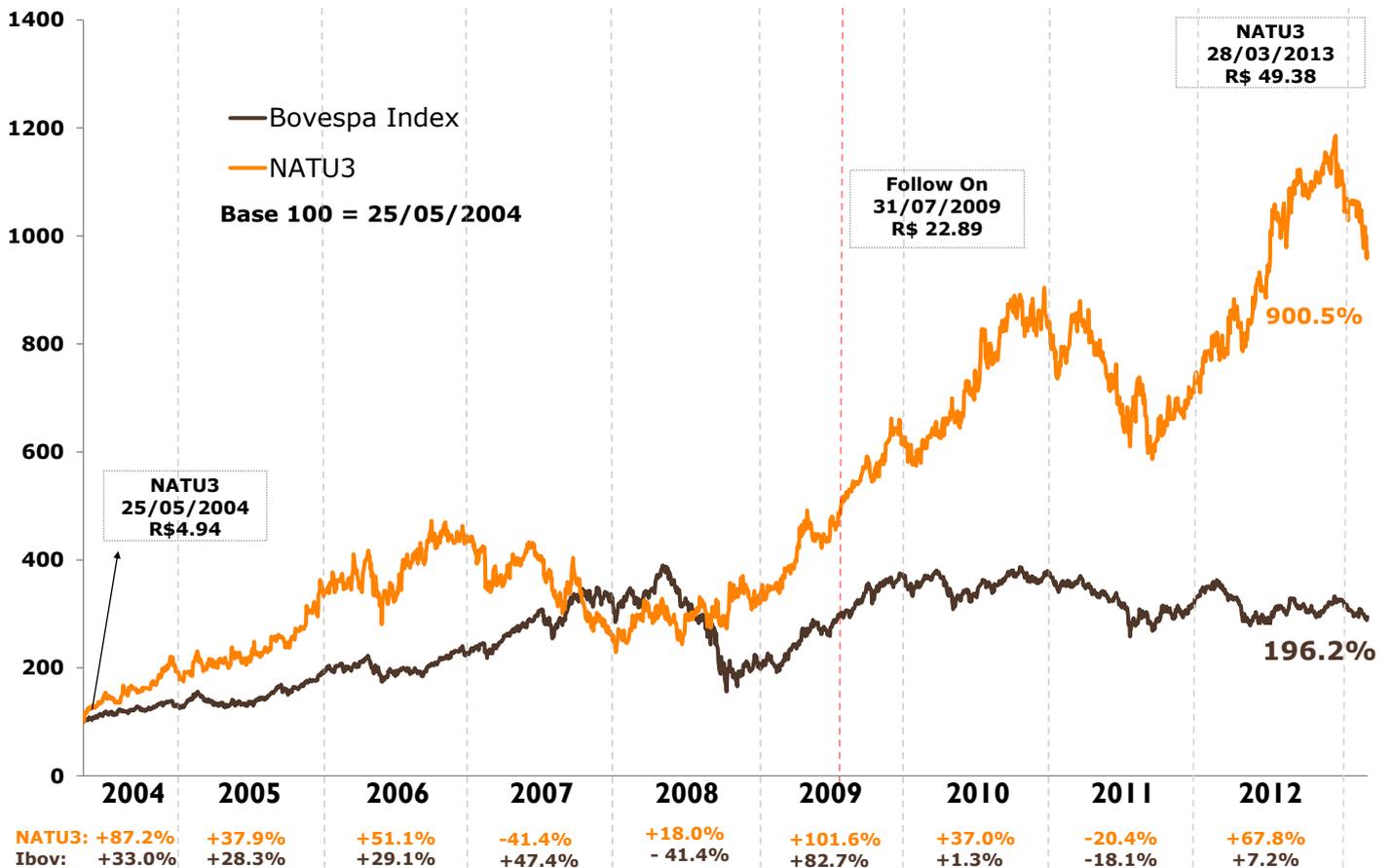
The transactions for the acquisition of shares will be made at market price on the BM&FBOVESPA and be intermediated by the financial institutions Itaú Corretora de Valores S.A. and BTG Pactual, within a maximum period of 365 days, from April 29, 2013 to April 29, 2014, with Management charged with defining the dates on which the repurchase transactions are executed.

## 5. stock performance

In 1Q13, the price of Natura stock declined by 13.9% from December 31, 2012, while the Bovespa Index fell by 7.5%. Meanwhile, in the 12 months to March 31, 2013, our stock gained 29.1%, versus the variation of -12.6% in the Bovespa Index. Average daily trading volume in 1Q13 was R\$78.3 million, compared to R\$42.0 million in the prior-year period.

Our average ranking in the Bovespa Liquidity Index in the quarter was 27<sup>th</sup>.

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



# conference call & webcast

**PORTUGUESE:** Friday, April 26, 2013  
10:00 a.m. (Brasília time)

**ENGLISH:** Friday, April 26, 2013  
12:00 p.m. (Brasília time)

From Brazil: **+55 11 4688 6341**

From the U.S. (toll free): **+ 1 855 281 6021**

From other countries: **+1 786 924 6977**

Code: **Natura**

Live webcast:

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

## investor relations

**Phone: +55 (11) 4196-1421**

Fabio Cefaly, [fabiocefaly@natura.net](mailto:fabiocefaly@natura.net)

Tatiana Bravin, [tatianabravin@natura.net](mailto:tatianabravin@natura.net)

Taísa Hernandez, [taisahernandez@natura.net](mailto:taisahernandez@natura.net)

Yakatherine Menendez, [yakatherinemenendez@natura.net](mailto:yakatherinemenendez@natura.net)



# balance sheets

on March 31, 2013 and December 31, 2012

(in millions of Brazilian real - R\$)

ASSETS	mar/13	dec/12	LIABILITIES AND SHAREHOLDERS' EQUITY	mar/13	dec/12
<b>CURRENT ASSETS</b>			<b>CURRENT LIABILITIES</b>		
Cash and cash equivalents	1,229.6	1,144.4	Borrowings and financing	968.3	999.5
Short-term investments	306.4	498.7	Trade and other payables	624.8	649.9
Trade receivables	604.2	651.4	Payroll, profit sharing and related taxes	151.1	211.8
Inventories	805.1	700.7	Taxes payable	479.5	501.5
Recoverable taxes	136.8	144.5	Other payables	74.2	52.0
Derivatives	54.3	80.9	Dividends and interest on capital payable	491.3	0.0
Other receivables	224.5	157.8	<b>Total current liabilities</b>	<b>2,789.2</b>	<b>2,414.7</b>
<b>Total current assets</b>	<b>3,361.0</b>	<b>3,378.3</b>			
<b>NONCURRENT ASSETS</b>			<b>NONCURRENT LIABILITIES</b>		
Long-term assets:			Borrowings and financing	1,648.3	1,325.1
Recoverable taxes	191.3	151.4	Taxes payable	161.2	177.3
Deferred income tax and social contribution	219.7	214.2	Provision for tax, civil and labor risks	60.4	63.3
Escrow deposits	367.5	349.5	Others provisions	189.6	89.0
Other noncurrent assets	46.7	41.3	<b>Total noncurrent liabilities</b>	<b>2,059.5</b>	<b>1,654.6</b>
Property, plant and equipment	1,210.0	1,012.1			
Intangible assets	342.1	228.5	<b>SHAREHOLDERS' EQUITY</b>		
<b>Total noncurrent assets</b>	<b>2,377.3</b>	<b>1,997.1</b>	Capital	427.1	427.1
			Capital reserves	155.5	155.9
			Earnings reserves	435.6	308.1
			Treasury shares	(54.3)	(66.1)
			Proposed additional dividend	0.0	491.3
			Other comprehensive losses	(9.8)	(10.2)
			Reserve for acquisition of non - controlling	(83.2)	0.0
			<b>Total equity attributable to owners of the Company</b>	<b>870.9</b>	<b>1,306.1</b>
			<b>Non- controlling interests</b>	<b>18.7</b>	<b>0.0</b>
<b>TOTAL ASSETS</b>	<b>5,738.3</b>	<b>5,375.4</b>	<b>TOTAL LIABILITIES AND SHAREHOLDERS' EQUITY</b>	<b>5,738.3</b>	<b>5,375.4</b>

# statements of income

for the periods ended March 31, 2013 and 2012

(R\$ million)	1Q13	1Q12
<b>NET REVENUE</b>	<b>1,351.3</b>	<b>1,275.8</b>
Cost of sales	(400.0)	(365.3)
<b>GROSS PROFIT</b>	<b>951.3</b>	<b>910.5</b>
<b>OPERATING (EXPENSES) INCOME</b>		
Selling expenses	(503.4)	(488.3)
Administrative and general expenses	(222.2)	(177.5)
Management compensation	(5.5)	(4.0)
Other operating income (expenses), net	(0.3)	(2.1)
<b>INCOME FROM OPERATIONS BEFORE FINANCIAL INCOME (EXPENSES)</b>	<b>219.8</b>	<b>238.6</b>
Financial income	66.2	35.2
Financial expenses	(104.0)	(50.4)
<b>INCOME BEFORE INCOME TAX AND SOCIAL CONTRIBUTION</b>	<b>182.0</b>	<b>223.4</b>
Income tax and social contribution	(57.4)	(71.9)
<b>NET INCOME</b>	<b>124.6</b>	<b>151.5</b>
<b>ATTRIBUTABLE TO</b>		
Owners of the Company	124.8	151.5
Noncontrolling	(0.2)	0.0
	<b>124.6</b>	<b>151.5</b>

# statements of cash flow

for the periods ended March 31, 2013 and 2012

(R\$ million)	1Q13	1Q12
<b>CASH FLOW FROM OPERATING ACTIVITIES</b>		
<b>Net income</b>	<b>124.6</b>	<b>151.5</b>
Adjustments to reconcile net income to net cash provided by operating activities:		
Depreciation and amortization	42.1	33.5
Provision for losses on swap and forward transactions	50.6	6.6
Provision (reversal) for tax, civil and labor contingencies	(2.0)	1.9
Interest and inflation adjustment of escrow deposits	(3.8)	(5.2)
Income tax and social contribution	57.0	71.9
(Gain) loss on sale on property, plant and equipment and intangible assets	7.1	2.0
Interest and exchange rate changes on borrowings and financing and other liabilities	(5.3)	(0.2)
Exchange rate changes on other assets and other liabilities	1.2	(0.4)
Stock options plans expenses	3.4	3.4
Allowance for doubtful accounts	(7.8)	3.6
Allowance for inventory losses	3.4	(3.3)
Provision for healthcare plan and carbon credits	(1.0)	2.4
	<b>269.4</b>	<b>267.8</b>
<b>(INCREASE) DECREASE IN ASSETS</b>		
Trade receivables	55.0	111.9
Inventories	(107.8)	(75.8)
Recoverable taxes	(32.4)	(18.0)
Other receivables	(72.1)	(18.0)
<b>Subtotal</b>	<b>(157.3)</b>	<b>0.1</b>
<b>INCREASE (DECREASE) IN LIABILITIES</b>		
Domestic and foreign suppliers	(25.9)	(22.3)
Payroll, profit sharing and related taxes, net	(60.7)	(4.8)
Taxes payable	(11.5)	32.4
Other payables	40.6	7.1
Payments of provision for tax, civil and labor contingencies	(1.0)	(1.5)
<b>Subtotal</b>	<b>(58.5)</b>	<b>11.0</b>
<b>CASH GENERATED BY OPERATING ACTIVITIES</b>	<b>53.7</b>	<b>278.9</b>

**OTHER CASH FLOWS FROM OPERATING ACTIVITIES**

Payments of income tax and social contribution	(89.0)	(114.4)
Withdrawal (payment) of escrow deposits	(14.2)	(6.0)
Payments of derivatives	(24.0)	(4.4)
Payment of interest on borrowings and financing	(14.1)	(0.7)

**NET CASH GENERATED BY OPERATING ACTIVITIES****(87.6) 153.4****CASH FLOW FROM INVESTING ACTIVITIES**

Acquisition of property, plant and equipment and intangible assets	(60.7)	(33.1)
Property, plan and equipment incorporated by acquisition AESOP	(129.1)	0.0
Proceeds from sale of property, plant and equipment and intangible assets	1.1	0.7
Short-term investments	962.3	0.0
Redemption of short-term investments	(770.1)	0.0
Noncontrolling interest	18.7	0.0

**NET CASH USED IN INVESTING ACTIVITIES****22.2 (32.4)****CASH FLOW FROM INVESTING ACTIVITIES**

Repayments of borrowings and financing - principal	(56.4)	(70.0)
Proceeds from borrowings and financing	196.1	6.9
Sale of treasury shares due to exercise of stock options	10.9	14.7

**NET CASH GENERATED (USED) IN FINANCING ACTIVITIES****150.6 (48.4)**

Gains (losses) arising on translating foreign currency cash and cash equivalents	0.0	(0.8)
--	-----	-------

**INCREASE (DECREASE) IN CASH AND CASH EQUIVALENTS****85.2 71.9**

Cash and cash equivalents at the beginning of the year/period	1,144.4	515.6
Cash and cash equivalents at the end of the year/period	1,229.6	587.5

**INCREASE IN CASH AND CASH EQUIVALENTS****85.2 71.9****Additional Statements of Cash Flows Information:**

Restricted cash	0.0	6.8
Bank overdrafts - unused	117.9	235.5

The Notes are an integral part of the consolidated financial statements

## Glossary

**\_Benefit Sharing:** based on 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 to biodiversity. Therefore, one of the practices that defines the way in which these resources will be shared 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.

**\_GHG:** Greenhouse gases.

**\_Innovation Index:** the percentage of revenue earned in the last 12 months from the sale of products launched in the last 24 months.

**\_Natura Crer Para Ver Program:** Crer Para Ver, which translates literally as "Believing is Seeing", is a special line of non-cosmetic products whose profits are transferred to the Natura Institute. Neither Natura nor Consultants earn money from sales of this line.

**\_Natura Consultant (CN):** independent sales representatives who do not have a formal labor relationship with Natura.

**\_Natura Institute:** is a non-profit 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.

**\_Natura Super Consultant (CNO):** independent sales representatives who do not have a formal labor relationship with Natura and support the Relationship Managers in their activities;

**\_Operations in Consolidation:** grouping of operations: Argentina, Chile and Peru

**\_Operations in Implementation:** grouping of operations: Colombia and Mexico

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

**\_Sipatesp/Abihpec:** São Paulo State Perfumery and Toiletry Association / Brazilian Cosmetics, Fragrance and Toiletry Industry Association.

**\_Supplier Communities:** the communities of people engaged in small-scale farming and extraction activities in a variety of locations in Brazil, especially in the Amazon Region, from which the inputs used in our products are extracted from the local 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, Natura Consultant Entrepreneur, Natura Trainer 1 and 2, Natura Transformer 1 and 2, Natura Inspirer and Natura Associate. To advance through the stages consultants must meet targets for sales volume and attracting new consultants and (unlike the models adopted in other countries) also for personal development and social and environmental engagement in the community.

**\_Target Market:** refers to the market 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.

## restated figures

**\_Productivity (new calculation method):** at retail prices = (gross revenue/average number of consultants in the period) / (1%-consultant profit).

**\_Product units for resale:** restatement of amounts related to 1Q12 to Consolidated and Operations in Implementation, which had already been corrected for 6M12 in the 2Q12 disclosures.

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.

