São Paulo, 29 de abril de 2015 – A Natura Cosméticos S.A. (BM&FBOVESPA: NATU3) anuncia hoje os resultados do primeiro trimestre de 2015 (1T15) .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 1T15

Introdução

No primeiro trimestre de 2015, diante de um contexto bastante desafiador no Brasil, a receita líquida consolidada da Natura cresceu 5,5% frente ao 1T14 (-2,2% no Brasil e +39,6% nas operações internacionais[1]), o EBITDA consolidado cresceu 0,8%, o lucro líquido consolidado cresceu 2,1% e a geração de caixa livre foi de R$ 46,2 milhões frente a um consumo de R$ 194,8 milhões no 1T14.

Como comentamos no trimestre anterior, nossa prioridade é a retomada do crescimento das vendas no Brasil, e para isso, implantamos algumas iniciativas que reforçam a nossa proposta de valor. Ao longo do trimestre, lançamos a nova campanha intitulada "Chame Natura, Chame que Vem", uma nova política de crédito individualizado para as consultoras, lançamos uma linha de produtos para o público pré-adolescente (Amis) num segmento onde ainda não atuávamos e demos continuidade à expansão nacional da Rede Natura, que já conta com 32 mil CNDs[2] (15 mil em dez/14) e mantem um ritmo de crescimento acelerado.

Nos próximos meses, complementando as iniciativas já implantadas, aumentaremos as opções de meios de pagamentos para os nossos consumidores e, por meio da tecnologia, ofereceremos outras ferramentas às consultoras.

Já nas Operações Internacionais, a receita líquida na Latam cresceu 27,7% em moeda local (39,2% em BRL) e a Aesop encerrou o trimestre com 104 lojas em 14 países (82 lojas em 10 países no 1T14).

Valores em R$ milhões	1T15	1T14	Var. (%)
Receita Bruta Brasil	1.703,7	1.734,7	*-1,8*
Receita Bruta Internacionais	502,2	350,5	*43,3*
Receita Bruta Consolidada	**2.205,9**	**2.085,3**	***5,8***
Receita Líquida Brasil	1.242,9	1.270,5	*-2,2*
Receita Líquida Internacionais*	398,9	285,7	*39,6*
Receita Líquida Consolidada	**1.641,8**	**1.556,2**	***5,5***
% Participação Receita Líquida Internacionais	***24,3%***	***18,4%***	***5,9 pp***
EBITDA Brasil pró-forma	268,5	269,9	*(0,5)*
% Margem EBITDA Brasil	*21,6%*	*21,2%*	*0,4 pp*
EBITDA Internacionais pró-forma	17,4	13,7	*26,9*
% Margem EBITDA Internacionais	*4,4%*	*4,8%*	*(0,4) pp*
EBITDA Consolidado	**285,9**	**283,6**	***0,8***
% Margem EBITDA Consolidada	*17,4%*	*18,2%*	*(0,8) pp*
Lucro Líquido Consolidado	119,6	117,2	*2,1*
% Margem Líquida Consolidada	*7,3%*	*7,5%*	*(0,3) pp*
Geração Interna de Caixa	**186,4**	**176,4**	***5,7***
Geração de Caixa Livre	**46,2**	**(194,8)**	***(123,7)***
Dívida Líquida / EBITDA	**1,03**	**0,88**	

*Crescimento RL em Moeda Local ex Aesop: 27,7% em 1T15 vs. 1T14.

[1] Operações Internacionais inclui Operações em Consolidação, Operações em Implantação, França e Aesop.
[2] CND: Consultora Natura Digital

Nesse período, também avançamos no redesenho da organização de modo a torná-la mais ágil e eficiente. Simplificamos a estrutura, aumentamos o escopo de muitas funções, e como consequência 70 gestores saíram da empresa e 53 vagas foram eliminadas.

A gestão do orçamento, Capex e capital de giro é outra de nossas prioridades para 2015. No Brasil, a redução das despesas administrativas financiou os investimentos adicionais em marketing e inovação, especialmente para a nova campanha, enquanto que nas operações internacionais, o EBITDA cresceu 26,9% mesmo com maiores investimentos em marketing.

O lucro líquido do trimestre cresceu 2,1% frente ao 1T14. Ao excluirmos os impactos de marcação a mercado (+R$ 10 milhões) e o ajuste da provisão para aquisição da parcela remanescente de 28,66% da Aesop (-R$ 17,7 milhões), o lucro teria crescido 8,1% no trimestre.

A geração de caixa livre melhorou significativamente frente ao 1T14, fruto dos menores investimentos em Capex (R$ 50,2 milhões no 1T15 vs. R$ 134,5 milhões no 1T14) e em capital de giro. Em 2014 concluímos um ciclo de investimentos que destinou R$ 2 bilhões à ampliação da capacidade produtiva, logística e de tecnologia da informação no Brasil. Para 2015, como já informado no trimestre passado, o Capex será reduzido para R$ 385 milhões (R$ 505 milhões em 2014), com foco agora na evolução do modelo comercial no Brasil, e nas Operações Internacionais em tecnologia da informação (SAP) e logística.

Por fim, mesmo diante de um contexto adverso no Brasil, seguimos executando nosso plano e implantando as medidas necessárias para a retomada do crescimento e manutenção da lucratividade e retornos em patamares atrativos.

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

Segundo os dados divulgados pela consultoria Euromonitor referentes a 2014, o Brasil apresentou crescimento de 10,7%, segue como terceiro maior mercado de HPPC e a Natura encerrou o período com 11,3% de participação de mercado, retração de 1pp frente a 2013.

Já em nossas operações na Latam, aumentamos nossa participação de mercado em todos os países onde atuamos (Argentina, Chile, Peru, Colômbia e México).

	Mercado Total (US$ Milhões)			Market Share Natura (%)		
	2014	**2013**	**Var.**	**2014**	**2013**	**Var.**
Operação Brasil	43.454	39.260	*10,7%*	11,3%	12,3%	*(1,0) pp*
Operações em Argentina, Chile e Peru	11.412	9.518	*19,9%*	5,1%	4,7%	*0,4 pp*
Operações em Colombia e Mexico	14.362	13.839	*3,8%*	1,9%	1,5%	*0,4 pp*
Total	**69.228**	**62.617**	***10,6%***	**8,3%**	**8,8%**	***(0,4) pp***

Fonte: Euromonitor 2014

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

ii. Vendas em dólares constantes 2014

Com relação aos dados de mercado da SIPATESP/ABHIPEC[3], desde o 3T14 algumas empresas relevantes deixaram de reportar suas informações à associação, podendo comprometer significativamente a qualidade dos números. Por esse motivo, optamos pela não divulgação dessas informações até que a situação se normalize.

[3] Sipatesp/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.

2. destaques socioambientais

Em fevereiro, lançamos o novo sistema de verificação e monitoramento de fornecedores, cujo objetivo é avaliar o processo produtivo das comunidades e organizações que extraem insumos da biodiversidade brasileira.

O sistema foi criado em parceria com a UEBT (Union for Ethical BioTrade), associação sem fins lucrativos que promove crescimento sustentável dos negócios, desenvolvimento local e conservação da biodiversidade. A Natura é a primeira empresa do setor a lançar um sistema próprio de verificação e auditoria.

Também passamos a aplicar uma metodologia própria de elaboração de Planos de Desenvolvimento Local (PDLs) em três dos territórios prioritários da Natura (Médio Juruá-AM, Benevides-PA e Jaguara - São Paulo). Esta ação reforça nosso compromisso de geração de impacto positivo através da relação entre empresas, poder público e comunidades.

Em janeiro de 2015 lançamos as embalagens para a perfumaria feitas com vidro reciclado. Os benefícios ambientais dessa substituição são expressivos, principalmente quanto à emissão de CO2.

Indicador	Unidade	Resultado 2014	Resultado 1T15	Ambição 2020
Emissão relativa de carbono (escopo 1, 2 e 3)	kg CO2/kg prod faturado	2,99	n/d [1]	2,15
% material reciclado pós consumo[2]	% (g mat reciclado/g emb.)	1,2	2,1	10,0
% reciclabilidade de produto[3]	% (g mat reciclado/g emb.)	57,5	54,4	74,0
Embalagens ecoeficientes[4]	% (unid. Faturadas emb. Ecoef/unid fat. Totais)	29,0	26,2	40,0
Volume acumulado de negócios na região PAM Amazônica[5]	MM R$	582,1	622,6	1.000,0
Consumo de água	litros / unidades produzidas	0,45	0,51	0,32
Penetração Crer para Ver - Brasil	% ativas	20,0	19,6	24,0

[1] A divulgação dos valores de 2015 ocorrerá na divulgação dos resultados do 2° trimestre, no mês de julho.

[2] O indicador considera o % de materiais de embalagens que provêm de reciclagem pós-consumo em relação ao total de massa de embalagem faturada.

[3] O indicador considera o % de materiais de embalagens que posseum potencial para reciclagem em relação ao total de massa de embalagem faturada.

[4] Indicador de embalagems ecoeficientes são aquelas que apresentam redução de no mínimo 50% de peso em relação a embalagem regular/similar; ou que apresentam 50% de sua composição com MRPC e/ou material renovável desde que não apresentam aumento de massa.

[5] Valores acumulados desde 2011.

Emissão relativa de carbono (escopo 1, 2 e 3): Valores referentes a 2014. A divulgação dos valores de 2015 ocorrerá na divulgação dos resultados do 2º trimestre, no mês de julho.

% material reciclado pós-consumo: Aumento em função de extensão do uso de vidro reciclado em alguns itens da categoria perfumaria.

% reciclabilidade de produto: Mix de vendas favorecendo produtos menos recicláveis em relação ao mesmo período de 2014.

Embalagens ecoeficientes: Mix de vendas não favoreceu produtos que contenham plástico renovável, material reciclado pós-consumo ou menor massa de material em relação ao mesmo período de 2014.

Volume acumulado de negócios na região PAM Amazônica: Aumento devido principalmente à maior demanda por insumos da região e de investimentos no Ecoparque.

Consumo relativo de água: Maior consumo de água no site de Cajamar devido às alterações no mix de produção (produtos com maior consumo relativo de água), no site de Benevides (Ecoparque) em função da alta produção de noodle para sabontes e em alguns CDs em função de vazamentos e manutenções.

Arrecadação Crer para Ver (Educação): Resultado consistente com a estratégia de portfolio desenvolvida em 2014, mostrando a alta alavancagem conseguida em relação ao 1T14.

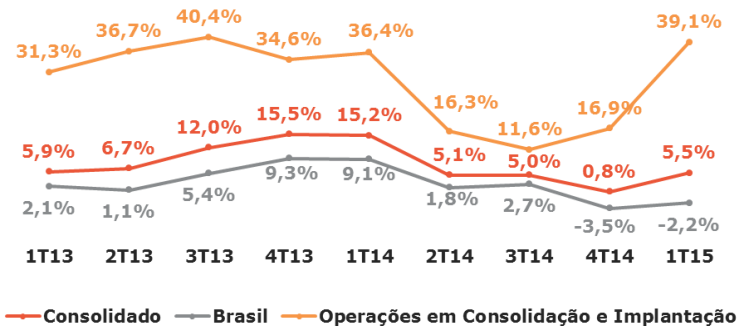
3. desempenho econômico-financeiro[4]

Trimestre				Pró-Forma								
(R$ milhões)	Consolidado[5]			Brasil			Consolidação			Implantação		
	1T15	1T14	Var%	1T15	1T14	Var%	1T15	1T14	Var%	1T15	1T14	Var%
Consultoras - final do período ('000)[6]	1.714,9	1.650,5	3,9	1.279,6	1.276,4	0,3	271,1	230,4	17,6	162,9	142,2	14,6
Consultoras Média do período ('000)	1.713,0	1.636,6	4,7	1.284,2	1.261,1	1,8	268,1	228,7	17,2	159,3	145,3	9,6
Unidades de produtos para revenda	118,5	128,4	(7,7)	93,2	110,2	(15,4)	13,2	11,6	14,3	11,2	5,9	89,5
Receita Bruta	**2.205,9**	**2.085,3**	**5,8**	**1.703,7**	**1.734,7**	**(1,8)**	**291,4**	**195,1**	**49,3**	**130,5**	**103,6**	**26,0**
Receita Líquida	**1.641,8**	**1.556,2**	**5,5**	**1.242,9**	**1.270,5**	**(2,2)**	**213,8**	**145,1**	**47,3**	**112,3**	**89,3**	**25,7**
Lucro Bruto	**1.146,7**	**1.082,4**	**5,9**	**856,4**	**873,7**	**(2,0)**	**149,3**	**101,2**	**47,5**	**79,6**	**63,0**	**26,3**
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(648,0)	(602,6)	7,5	(475,6)	(471,1)	0,9	(104,6)	(70,4)	48,7	(56,0)	(50,4)	11,2
Despesas Adm., P&D, TI e Projetos	(278,4)	(263,9)	5,5	(166,6)	(189,2)	(12,0)	(17,5)	(10,4)	68,1	(11,6)	(10,4)	11,3
Outras Receitas / (Despesas) Operacionais,	8,5	11,3	(24,5)	8,5	5,6	52,3	0,1	(0,5)	n/d	(0,1)	(0,1)	(19,8)
Receitas / (Despesas) Financeiras, líquidas	(54,6)	(51,9)	5,3	(69,3)	(51,9)	33,5	16,3	0,8	n/d	(4,2)	(0,7)	n/d
Imposto de Renda e Contribuição Social	(54,8)	(57,1)	(4,0)	(43,2)	(52,2)	(17,3)	(10,5)	(4,4)	n/d	(0,4)	(0,3)	39,4
Participação de não controladores	0,4	(0,9)	(141,1)	0,0	0,0	n/d	0,0	0,0	n/d	0,0	0,0	n/d
Lucro Líquido	**119,6**	**117,2**	**2,1**	**110,2**	**114,8**	**(4,0)**	**33,1**	**16,4**	**101,8**	**7,3**	**1,2**	**531,7**
EBITDA*	**285,9**	**283,6**	**0,8**	**268,5**	**269,9**	**(0,5)**	**29,3**	**21,1**	**38,8**	**13,2**	**3,3**	**302,8**
Margem Bruta	*69,8%*	*69,6%*	*0,3 pp*	*68,9%*	*68,8%*	*0,1 pp*	*69,8%*	*69,7%*	*0,1 pp*	*70,9%*	*70,6%*	*0,3 pp*
Despesas Vendas, Marketing e Logística/Receita Lí	*39,5%*	*38,7%*	*0,7 pp*	*38,3%*	*37,1%*	*1,2 pp*	*48,9%*	*48,5%*	*0,5 pp*	*49,9%*	*56,4%*	*(6,5) pp*
Despesas Adm., P&D, TI e Projetos/Receita Líquic	*17,0%*	*17,0%*	*0,0 pp*	*13,4%*	*14,9%*	*(1,5) pp*	*8,2%*	*7,2%*	*1,0 pp*	*10,3%*	*11,7%*	*(1,3) pp*
Margem Líquida	*7,3%*	*7,5%*	*(0,2) pp*	*8,9%*	*9,0%*	*(0,2) pp*	*15,5%*	*11,3%*	*4,2 pp*	*6,5%*	*1,3%*	*5,2 pp*
Margem EBITDA	*17,4%*	*18,2%*	*(0,8) pp*	*21,6%*	*21,2%*	*0,4 pp*	*13,7%*	*14,6%*	*(0,8) pp*	*11,8%*	*3,7%*	*8,1 pp*

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

3.1. receita líquida

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

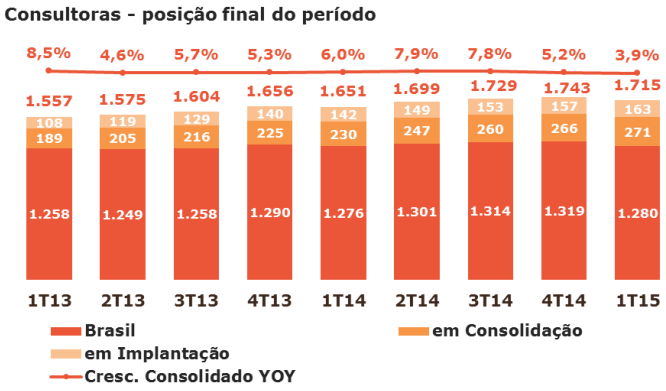


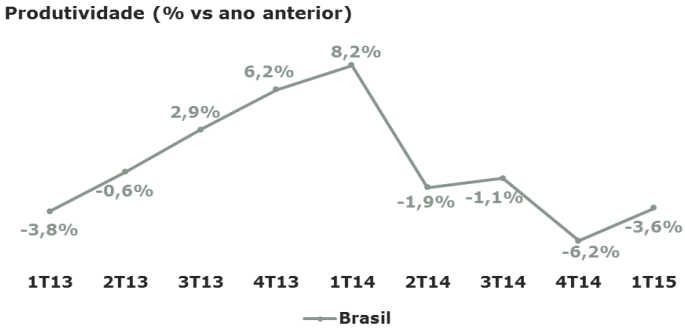
No Brasil, nossa receita líquida retraiu 2,2% frente ao 1T15, a base de consultoras cresceu 1,8% e a produtividade retraiu 3,6%. No período, a queda de 15,4% do volume (unidade de produtos para revenda) deve-se especialmente ao lançamento de extensões de produtos para cabelos na linha SOU (lisos e cachos) e relançamento de Tododa no 1T14, parcialmente compensados pelo aumento do preço médio.

[4] O Demonstrativo de Resultados pró-forma do 1T14 acima contempla duas reclassificações relacionadas às despesas de logística das Operações Internacionais, para uma melhor comparação com o 1T15. Estes ajustes não impactam os valores de EBITDA Consolidado e Lucro Líquido Consolidado anteriormente divulgados. Estas reclassificações são: (1) reclassificação para o "Custo de Mercadoria Vendida" das Operações Internacionais de R$ 3,6 milhões que estavam alocados em "Despesas Adm., P&D, TI e Projetos" da operação Brasil. Esta reclassificação refere-se à parte das despesas de logística das operações internacionais que não estavam sendo alocadas no "Custo de Mercadoria Vendida" das respectivas operações, demonstrando assim o real impacto desses gastos no resultado dessas subsidiárias; (2) reclassificação entre linhas da operação Brasil de R$ 3,7 milhões referentes ao custo de frete das exportações que estavam alocados em "Despesas Adm., P&D, TI e Projetos" para o "Custo de Mercadoria Vendida".

[5] Consolidado inclui Brasil, Operações em Consolidação, Operações em Implantação e outros Investimentos Internacionais, incluindo impacto de aquisições.

[6] Posição ao final do Ciclo 4 no Brasil, Argentina e México e Ciclo 3 no Chile, Perú, Colombia e França.





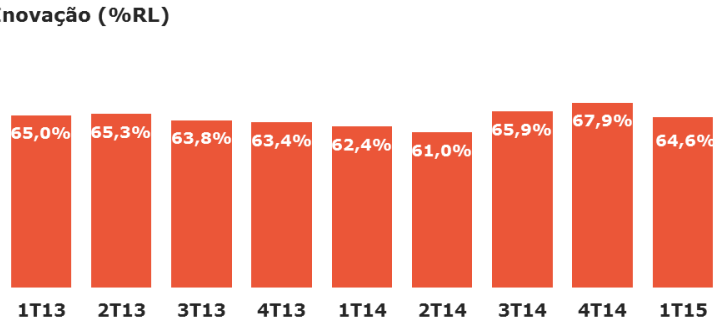
No 1T15, as Operações Internacionais[8] cresceram 39,6% em BRL, representando 24,3% da receita líquida consolidada (18,4% no 1T14). Na Latam, a receita líquida cresceu 39,2% em BRL e 27,7% em moeda local. O crescimento em BRL foi favorecido pela desvalorização frente a cesta de moedas da Latam.

Encerramos o trimestre com 434,0 mil (+16,5% vs. 1T14) consultoras na região, 271,1 mil nas Operações em Consolidação (+17,6% vs. 1T14) e 162,9 mil nas Operações em Implantação (+14,6% vs. 1T14).

3.2. inovação & produtos

O índice de inovação[9], com base nos últimos 12 meses findos em março de 2015, foi de 64,6% frente a 62,4% do mesmo período do ano anterior, dentro do patamar esperado (entre 60% e 70%).

A evolução no índice frente ao 1T14 deve-se aos lançamentos recentes de perfumaria (#Urbano, Luna e Kaiak Extremo).



[8] Operações Internacionais inclui Operações em Consolidação, Operações em Implantação, França e Aesop.
[9] Índice de Inovação: participação nos últimos 12 meses da venda dos produtos lançados nos últimos 24 meses.

3.3. margem bruta

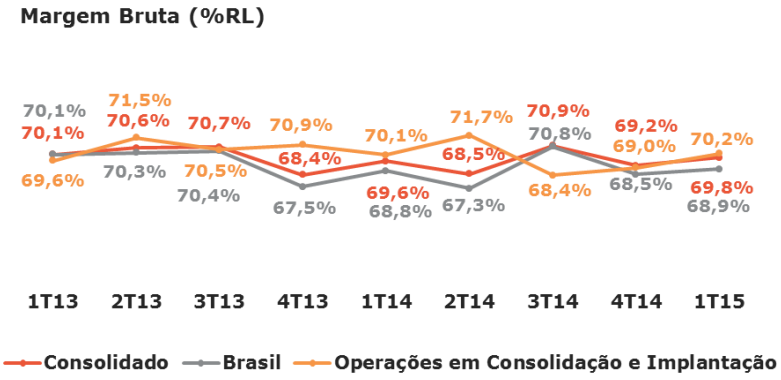
No 1T15, a margem bruta ficou estável frente ao mesmo período do ano anterior. No Brasil, o reajuste de preços praticado em fevereiro compensou a inflação de custos do período, e dado o giro de estoques os custos ainda não foram plenamente impactados pela desvalorização do BRL.

Nas operações internacionais, a ligeira expansão observada deve-se à desvalorização do BRL frente à cesta de moedas desses países.

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

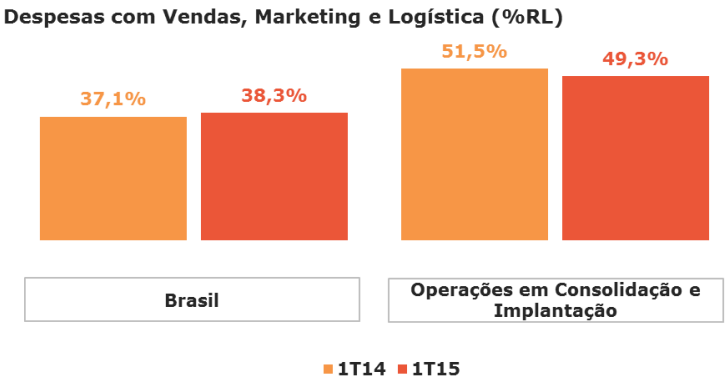
	1T15	1T14
MP / ME / PA*	76,4	77,2
Mão de Obra	10,9	10,2
Depreciação	4,1	3,6
Outros	8,6	9,0
Total	**100,0**	**100,0**

*Matéria - Prima, Material de Embalagem e Produto Acabado



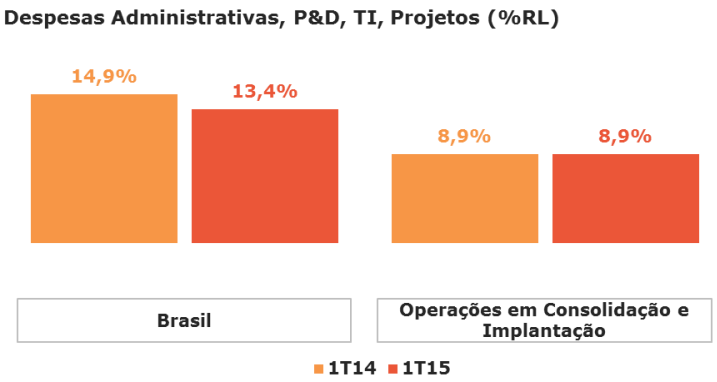
3.4. despesas operacionais

No Brasil, o aumento relativo (%RL) das **despesas com vendas, marketing e logística** no trimestre deve-se à continuidade dos investimentos em marketing, ao lançamento da campanha[10] "Chame Natura, Chame que vem" e uma menor diluição dos custos fixos de logística pela retração de receita.



Nas Operações Internacionais, a redução relativa (%RL) deve-se à diluição dos custos fixos pela manutenção do forte crescimento de receita. Nas Operações em Implantação essas despesas cresceram 48,7% em função dos maiores investimentos em marketing, que haviam sido reduzidos no 1T14 dada à dificuldade de importação naquele período.

[10] Acesse nosso site e conheça toda a campanha: http://www.natura.com.br/chamenatura



As **despesas administrativas, P&D, TI e projetos** no Brasil apresentaram redução nominal no trimestre. O maior investimento em P&D foi compensado por reduções em projetos, ganhos pela internalização de algumas funções de apoio e maior eficiência nas despesas administrativas.

Nas operações em consolidação, as despesas administrativas cresceram mais do que a receita em função da implantação do SAP e da alta inflação na Argentina. Nas operações em implantação, tivemos alavancagem operacional em função da maior diluição dos custos fixos.

3.5. outras despesas e receitas operacionais

No 1T15, no consolidado, tivemos receitas de R$ 8,5 milhões (R$ 11,3 milhões no 1T14) por R$ 9 milhões positivos pela reclassificação da despesa de juros de empréstimos subsidiados do resultado financeiro (pronunciamento CPC 07), da despesa de R$ 3,6 milhões da destinação do resultado obtido na operação do projeto "Crer para Ver" ao Instituto Natura, além de outros resultados positivos.

3.6. outros investimentos internacionais

Os outros investimentos internacionais, que dizem respeito à operação na França, à estrutura corporativa em Buenos Aires e à AESOP, registraram prejuízo (EBITDA) de R$ 25,1 milhões no 1T15 (prejuízo de R$ 10,7 milhões no 1T14). O aumento do prejuízo deve-se à alta inflação na Argentina que impactou de forma negativa as despesas corporativas na Latam (escritório em Buenos Aires), à operação ainda deficitária na França e a um ajuste favorável e não-recorrente no resultado da Aesop no 1T14[11].

[11] Refere-se a R$ 6,2 milhões de ganho em função do ajuste no preço de aquisição dos distribuidores da AESOP, conforme nota explicativa número 26(b) das Demonstrações Financeiras do 1T14.

3.7. EBITDA

EBITDA (R$ milhões)
Dados contemplam operação e custo de transação da AESOP

	1T15	1T14	Var %
Receita Líquida	1.641,8	1.556,2	*5,5*
(-) Custos e Despesas	1.413,0	1.329,1	*6,3*
EBIT	**228,7**	**227,1**	***0,7***
(+) Depreciação / amortização	57,2	56,5	*1,2*
EBITDA	**285,9**	**283,6**	***0,8***

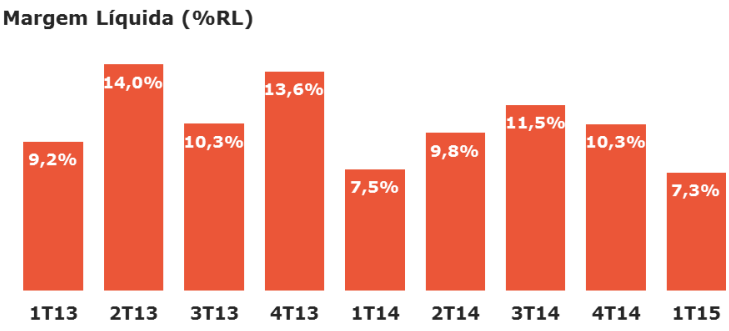
No 1T15, o EBITDA consolidado totalizou R$ 285,9 milhões (R$ 283,6 milhões no 1T14) com margem de 17,4% (18,2% no 1T14). A estabilidade do EBITDA nominal e retração de 0,8pp de margem EBITDA foi fruto de uma combinação de fatores: a) estabilidade das margens no Brasil pelo equilíbrio entre maiores despesas de marketing compensadas por ganhos nas despesas administrativas e ainda baixo impacto da desvalorização do BRL na margem bruta; b) leve retração da margem ebitda nas operações internacionais por maiores investimentos em marketing em algumas operações e efeito negativo do câmbio (BRL vs. Peso Argentino) nas despesas corporativas em Buenos Aires; c) efeito mix desfavorável entre as margens no Brasil e nas Operações Internacionais, que alcançaram 24,3% da receita líquida (18,4% no 1T14) e 6,1% do EBITDA (4,8% no 1T14).

EBITDA pró-forma por bloco de operações (R$ milhões)
Dados contemplam operação e custo de transação da AESOP

	1T15	1T14	Var %
Brasil	268,5	269,9	*(0,5)*
Argentina, Chile e Peru	29,3	21,1	*38,8*
México, Colômbia	13,2	3,3	*302,8*
Outros Investimentos	(25,1)	(10,7)	*134,9*
EBITDA	**285,9**	**283,6**	***0,8***

3.8. lucro líquido

O lucro líquido consolidado cresceu 2,1% no período e a margem líquida passou de 7,5% no 1T14 para 7,3% no 1T15. Esse resultado é produto de efeitos positivos e negativos: a) maior despesa financeira fruto do aumento do endividamento líquido e aumento da taxa de juros; b) ajuste favorável de R$ 10 milhões referente à marcação a mercado de derivativos atrelados à dívida em moeda estrangeira; c) ajuste desfavorável de R$ 17,7 milhões da provisão para aquisição da parcela remanescente de 28,66% da Aesop[12]; d) impacto favorável da desvalorização do BRL no saldo de importações a pagar entre as operações internacionais e o Brasil.



Valores em R$ milhões	1T15	1T14	Var. R$
Receitas / (Despesas) Financeiras, líquidas	**(54,6)**	**(51,9)**	***(2,7)***
Ajuste de Marcação ao Mercado	10,3	(0,3)	*10,6*
Receitas / (Despesas) Financeiras ex. Marcação a Mercado, líquidas	**(64,9)**	**(51,6)**	***(13,4)***

[12] Refere-se a atualização no montante referente a provisão para aquisição de participação de não controladores, conforme nota explicativa número 19(a) das Demonstrações Financeiras do 1T15 e do 1T14.

3.9. fluxo de caixa

Como explicado anteriormente, a geração de caixa livre apresentou melhora significativa frente ao 1T14, fruto dos menores investimentos em Capex (R$ 50,2 milhões no 1T15 vs. R$ 134,5 milhões no 1T14) e em capital de giro.

Para o ano, mantemos a projeção de R$ 385 milhões, 24% inferior aos valores investidos em 2014, com foco na evolução do modelo comercial no Brasil, e na expansão da tecnologia da informação (SAP) e logística nas Operações Internacionais.

Favorável / (desfavorável)

R$ milhões	1T15	1T14	Var. R$	Var. %
Lucro líquido do período*	**119,6**	**117,2**	**2,5**	**2,1**
Depreciações e amortizações	57,2	56,5	0,7	1,2
Itens não caixa / Outros**	9,6	2,7	6,9	255,8
Geração interna de caixa	**186,4**	**176,4**	**10,0**	**5,7**
(Aumento) / Redução do Capital de Giro	(90,0)	(236,7)	146,7	(62,0)
Geração operacional de caixa	**96,4**	**(60,3)**	**156,7**	**(259,8)**
Adições do imobilizado e intangível	(50,2)	(134,5)	84,3	(62,7)
Geração de caixa livre***	**46,2**	**(194,8)**	**241,0**	**(123,7)**

(*) Lucro líquido do período atribuível a acionistas controladores da sociedade

(**) Para efeito de melhor divulgação e comparação, alguns saldos de 2014 foram reclassificados

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

3.10. endividamento

Conforme o quadro abaixo, encerramos o trimestre com 1,03 Dívida Líquida / EBITDA frente a 0,88 no mesmo período do ano passado.

Endividamento R$ Mil	mar/15	Part (%)	mar/14	Part (%)	Var. (%)
Curto Prazo	1.375,6	*32,1*	759,7	*23,6*	*81,1*
Longo Prazo	3.915,9	*91,3*	2.821,9	*87,6*	*38,8*
Instrumentos financeiros derivativos*	(680,6)	*(15,9)*	(93,0)	*(2,9)*	*631,8*
Arrendamentos Mercantis - Financeiros / Outros**	(321,3)	*(7,5)*	(267,2)	*(8,3)*	*20,2*
Total da Dívida	**4.289,6**	***100,0***	**3.221,3**	***100,0***	***33,2***
(-) Caixa e Aplicações Financeiras	2.679,4		1.781,4		*50,4*
(=) Endividamento Líquido - Caixa Líquido	**1.610,2**		**1.439,9**		***11,8***
Dívida Líquida / Ebitda	1,03		0,88		
Total Dívida / Ebitda	2,76		1,98		

*excluindo os impactos temporários e não-caixa da marcação a mercado de derivativos atrelados à dívida em moeda estrangeira

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

O aumento de 33,2% do total da dívida explica-se em grande parte pela emissão de R$ 800 milhões de debêntures não conversíveis[13] em 16 de março de 2015 com a finalidade de rolagem de dívidas com vencimento no 2S15.

O aumento dos valores referentes aos instrumentos financeiros derivativos (R$ 680,6 milhões no 1T15 vs. R$ 93 milhões no 1T14) deve-se à desvalorização do BRL entre a data da contratação dos derivativos para proteção dos empréstimos com exposição cambial e o fechamento do 1T15.

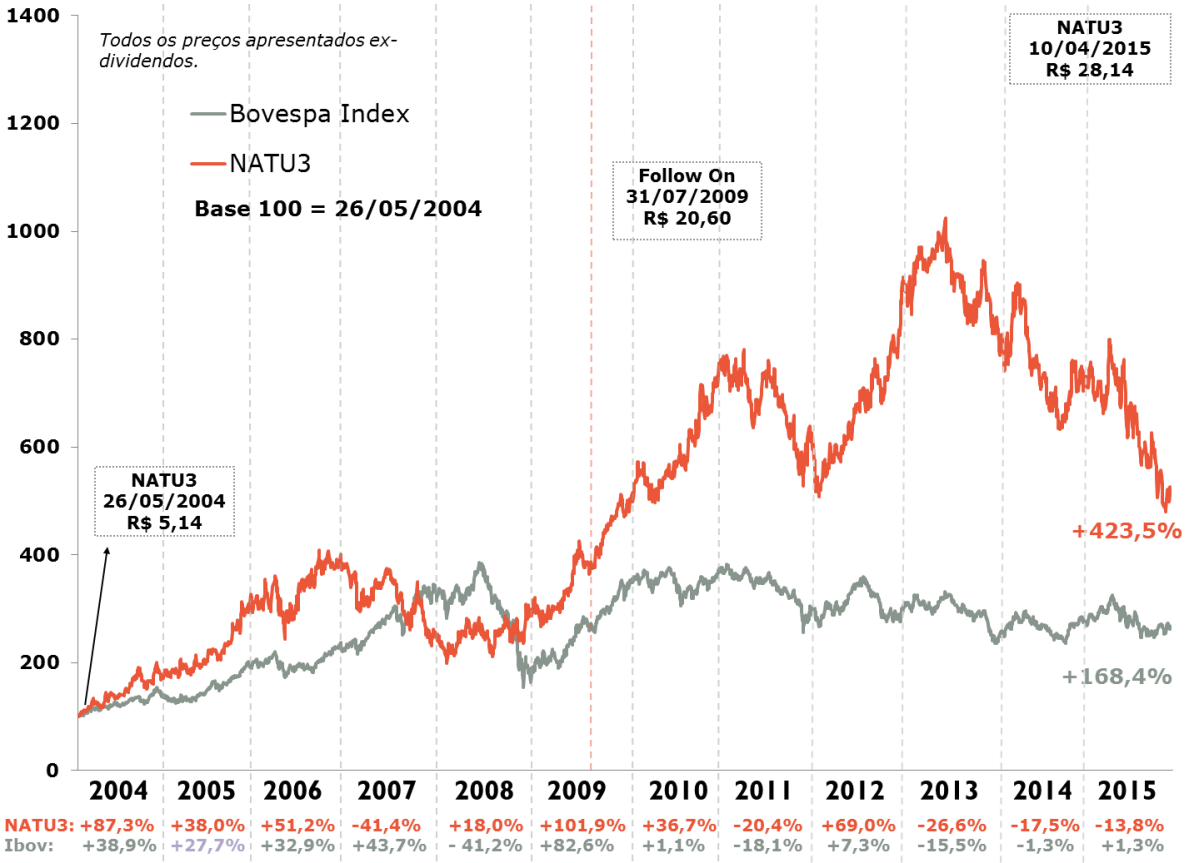
[13] http://natu.infoinvest.com.br/ptb/5222/Ata%20de%20RCA_Debentures.pdf

4. desempenho NATU3

No 1T15, as ações da Natura tiveram uma desvalorização de 13,8% frente a 31 de dezembro de 2014, enquanto o Ibovespa se valorizou em 1,3%. O volume médio diário negociado no 1T15 foi de R$ 32,5 milhões, frente a R$ 57,6 milhões no mesmo período do ano anterior.

No mesmo período, nossa posição média no Índice de Negociabilidade da BOVESPA foi de 43º.

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



teleconferência & webcast

Quinta-feira, 30 de fevereiro de 2015

09h00 – horário de Brasília (tradução simultânea)

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

Participantes dos EUA: Toll Free **+ 1 888 700 0802**

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

Senha para os participantes: **Natura**

Transmissão ao vivo pela internet:

www.natura.net/investidor

relações com investidores

Telefone: (11) 4571-7786

Fabio Cefaly, fabiocefaly@natura.net

Tatiana Carvalho, tatianacarvalho@natura.net

Francisco Petroni, franciscopetroni@natura.net

Julia Villas Bôas, juliaboas@natura.net

balanços patrimoniais

em março de 2015 e dezembro de 2014

(em milhões de reais - R$)

ATIVO	mar-15	dez-14
CIRCULANTE		
Caixa e equivalentes de caixa	1.965,7	1.164,2
Títulos e valores mobiliários	713,6	531,8
Contas a receber de clientes	798,9	847,5
Estoques	979,3	890,0
Impostos a recuperar	324,2	240,3
Instrumentos financeiros derivativos	626,0	317,0
Outros ativos circulantes	363,7	248,5
Total do ativo circulante	**5.771,4**	**4.239,3**
NÃO CIRCULANTE		
Impostos a recuperar	194,5	182,7
Imposto de renda e contribuição social diferidos	130,5	147,8
Depósitos judiciais	269,7	263,3
Outros ativos não circulantes	39,5	85,7
Imobilizado	1.759,9	1.672,1
Intangível	673,0	609,2
Total do ativo não circulante	**3.067,2**	**2.960,8**
TOTAL DO ATIVO	**8.838,6**	**7.200,1**

PASSIVO	mar-15	dez-14
CIRCULANTE		
Empréstimos e financiamentos	1.375,6	1.466,6
Fornecedores e outras contas a pagar	717,9	599,6
Salários, participações nos resultados e encargos sociais	177,4	210,5
Obrigações tributárias	751,8	715,5
Provisão para aquisição de participação de não controladores	56,1	48,2
Outras obrigações	84,9	78,6
Total do passivo circulante	**3.163,7**	**3.119,0**
NÃO CIRCULANTE		
Empréstimos e financiamentos	3.915,9	2.514,6
Obrigações tributárias	102,4	99,0
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	77,5	75,8
Provisão para aquisição de participação de não controladores	107,0	97,2
Outras provisões	132,0	145,8
Total do passivo não circulante	**4.334,9**	**2.932,4**
PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
Capital social	427,1	427,1
Reservas de capital	134,0	137,3
Reservas de lucros	308,9	189,3
Ações em tesouraria	(37,9)	(37,9)
Dividendo adicional proposto	449,3	449,3
Ajuste avaliação patrimonial	11,7	(41,4)
Total do patrimônio líquido - acionistas controladores	**1.293,0**	**1.123,7**
Participação dos acionistas não controladores no patrimônio líquido das controladas	**47,0**	**25,0**
Total do patrimônio líquido	**1.340,0**	**1.148,7**
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	**8.838,6**	**7.200,1**

demonstrações dos resultados

para os exercícios findos em 31 de março de 2015 e de 2014

(R$ milhões)	1T15	1T14
RECEITA LÍQUIDA	**1.641,8**	**1.556,2**
Custo dos produtos vendidos	(495,1)	(466,5)
LUCRO BRUTO	**1.146,7**	**1.089,7**
(DESPESAS) RECEITAS OPERACIONAIS		
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(648,0)	(602,7)
Despesas Administrativas, P&D, TI e Projetos	(278,4)	(271,1)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	8,5	11,3
LUCRO OPERACIONAL ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO	**228,7**	**227,1**
Receitas financeiras	565,1	124,0
Despesas financeiras	(619,8)	(175,9)
LUCRO ANTES DO IMPOSTO DE RENDA E DA CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	**174,1**	**175,2**
Imposto de renda e contribuição social	(54,8)	(57,1)
LUCRO ANTES DA PARTICIPAÇÃO DE NÃO CONTROLADORES	**119,2**	**118,1**
ATRIBUÍVEL A		
Acionistas Controladores da Sociedade	119,6	117,2
Não controladores	(0,4)	0,9
	119,2	**118,1**

demonstrações dos fluxos de caixa

para os exercícios findos em 31 de março de 2015 e de 2014

(R$ milhões)	1T15	1T14
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS		
Lucro líquido do período	**119,2**	**118,1**
Ajustes para reconciliar o lucro líquido do exercício com o caixa líquido gerado pelas atividades operacionais:		
Depreciações e amortizações	57,2	56,5
Provisão (reversão) decorrente dos contratos de operações com derivativos "swap" e "forward"	(444,0)	40,0
Provisões para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	2,9	3,3
Atualização monetária de depósitos judiciais	(4,5)	(8,2)
Imposto de renda e contribuição social	54,8	57,1
Resultado na venda e baixa de ativo imobilizado e intangível	(42,8)	19,4
Juros e variação cambial sobre empréstimos e financiamentos	466,6	(41,3)
Variação cambial sobre outros ativos e passivos	55,1	(23,1)
Provisão (Reversão) com planos de outorga de opções de compra de ações	(3,3)	2,5
Provisão para perdas com imobilizado	(0,7)	0,0
Provisão (Reversão) para créditos de liquidação duvidosa	(3,6)	6,1
Provisão (Reversão) para perdas nos estoques	0,2	(7,5)
Lucro líquido do período atribuível a não controladores	0,4	(0,9)
Provisão (Reversão) com plano de assistência médica e créditos de carbono	1,0	0,8
Reconhecimento de crédito tributário extemporâneo	0,0	(6,2)
Provisão para aquisição de participação de não controladores	17,7	3,2
	276,3	**219,7**
(AUMENTO) REDUÇÃO DOS ATIVOS		
Contas a receber de clientes	52,2	48,0
Estoques	(89,6)	(105,8)
Impostos a recuperar	(95,7)	(7,7)
Outros ativos	(69,0)	9,5
Subtotal	**(202,1)**	**(56,0)**
AUMENTO (REDUÇÃO) DOS PASSIVOS		
Fornecedores nacionais e estrangeiros	120,2	(41,0)
Salários, participações nos resultados e encargos sociais, líquidos	(33,2)	(26,0)
Obrigações tributárias	22,9	(19,5)
Outros passivos	(1,5)	(28,5)
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	(1,1)	0,0
Subtotal	**107,4**	**(115,0)**
CAIXA GERADO PELAS ATIVIDADES OPERACIONAIS	**181,5**	**48,7**

OUTROS FLUXOS DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS		
Pagamentos de imposto de renda e contribuição social	(23,6)	(117,7)
Pagamento de depósitos judiciais	(1,9)	(5,9)
Recebimentos (Pagamentos) de recursos por liquidação de operações com derivativos	113,3	27,8
Pagamento de juros sobre empréstimos e financiamentos	(70,4)	(26,5)
CAIXA LÍQUIDO GERADO PELAS ATIVIDADES OPERACIONAIS	**198,9**	**(73,6)**
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO		
Adições de imobilizado e intangível	(50,2)	(134,6)
Aplicação em títulos e valores mobiliários	(1.443,4)	(1.524,7)
Resgate de títulos e valores mobiliários	1.261,6	1.415,9
CAIXA LÍQUIDO UTILIZADO NAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO	**(232,0)**	**(243,3)**
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO		
Amortização de empréstimos e financiamentos - principal	(532,6)	(59,8)
Captações de empréstimos e financiamentos	1.358,8	729,6
Utilização de ações em tesouraria pelo exercício de opções de compra de ações	0,0	8,9
CAIXA LÍQUIDO GERADO (UTILIZADO) NAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO	**826,2**	**678,7**
Efeito de variação cambial sobre o caixa e equivalentes de caixa	8,4	1,6
AUMENTO (REDUÇÃO) NO CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA	**801,5**	**363,3**
Saldo inicial do caixa e equivalentes de caixa	1.164,2	1.016,3
Saldo final do caixa e equivalentes de caixa	1.965,7	1.379,6
AUMENTO (REDUÇÃO) NO CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA	**801,5**	**363,3**
Informações adicionais às demonstrações dos fluxos de caixa:		
Itens não caixa		
Capitalização de leasing financeiro	80,9	78,2
Hedge accounting	33,8	0,0
Efeito da alteração de participação da Sociedade no valor justo dos ativos líquidos adquiridos da Emeis Holding Pty Ltd.	3,6	0,0

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

_Demonstrativo de Resultados pró-forma do 1T14: contempla duas reclassificações relacionadas às despesas de logística das Operações Internacionais, para uma melhor comparação com o 1T15. Estes ajustes não impactam os valores de EBITDA Consolidado e Lucro Líquido Consolidado anteriormente divulgados. Estas reclassificações são: (1) reclassificação para o "Custo de Mercadoria Vendida" das Operações Internacionais de R$ 3,6 milhões que estavam alocados em "Despesas Adm., P&D, TI e Projetos" da operação Brasil. Esta reclassificação refere-se à parte das despesas de logística das operações internacionais que não estavam sendo alocadas no "Custo de Mercadoria Vendida" das respectivas operações, demonstrando assim o real impacto desses gastos no resultado dessas subsidiárias; (2) reclassificação entre linhas da operação Brasil de R$ 3,7 milhões referentes ao custo de frete das exportações que estavam alocados em "Despesas Adm., P&D, TI e Projetos" para o "Custo de Mercadoria Vendida".

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.

natura
bem estar bem

São Paulo, April 29, 2015 – Natura Cosméticos S.A. (BM&FBovespa: NATU3) announces today its results for the first quarter of 2015 (1Q15). 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).



1Q15 RESULTS

Introduction

In light of a highly challenging scenario in Brazil in the first quarter of 2015, consolidated net revenue of Natura grew 5.5% in comparison with 1Q14 (-2.2% in Brazil and +39.6% in International Operations[1]), consolidated EBITDA grew 0.8% and consolidated net income grew 2.1%, while free cash flow stood at R$ 46.2 million, compared to cash burn of R$ 194.8 million in 1Q14.

As we mentioned in the previous quarter, our priority is to recover sales growth in Brazil and for this, we rolled out several initiatives that underscore our value proposition. During the quarter, we launched a new campaign called "Chame Natura, Chame que Vem", a new customized credit policy targeted at consultants, we launched a new line of products for the preteen market (Amis), a segment in which we had no presence earlier, and we continued our nationwide expansion of the Natura Network, which already has 32,000 Natura Digital Consultants (CND)[2] (15,000 in December 2014) and continues to expand at a brisk pace.

Complementing the initiatives already implemented, over the coming months we will expand payment options for our consumers and, through technology, offer other tools to consultants.

In our International Operations, net revenue from Latam grew 27.7% in local currency (39.2% in BRL) and Aesop ended the quarter with 104 stores in 14 countries (82 stores in 10 countries in 1Q14).

(R$ million)	1Q15	1Q14	Change (%)
Brazil Gross Revenue	1,703.7	1,734.7	*-1.8*
International Gross Revenue	502.2	350.5	*43.3*
Consolidated Gross Revenue	**2,205.9**	**2,085.3**	***5.8***
Brazil Net Revenue	1,242.9	1,270.5	*-2.2*
International Net Revenue*	398.9	285.7	*39.6*
Consolidated Net Revenue	**1,641.8**	**1,556.2**	***5.5***
% Share International Net Revenue	***24.3%***	***18.4%***	***5.9 pp***
Brazil pro-forma EBITDA	268.5	269.9	*(0.5)*
% Brazil pro-forma EBITDA Margin	*21.6%*	*21.2%*	*0.4 pp*
International pro-forma EBITDA	17.4	13.7	*26.9*
% International pro-forma EBITDA Margin	*4.4%*	*4.8%*	*(0.4) pp*
EBITDA Consolidado	**285.9**	**283.6**	***0.8***
% Margem EBITDA Consolidada	*17.4%*	*18.2%*	*(0.8) pp*
Consolidated Net Income	119.6	117.2	*2.1*
% Consolidated Net Margin	*7.3%*	*7.5%*	*(0.3) pp*
Internal cash generation	**186.4**	**176.4**	***5.7***
Free cash flow	**46.2**	**(194.8)**	***(123.7)***
Net Debt / EBITDA	**1.03**	**0.88**	

*Local currency growth ex. Acquisition: 27,7% in 1Q15 vs. 1Q14.

[1] The International Operations include the Operations in Consolidation, the Operations in Implementation, the France Operation and Aesop.

[2] CND: Natura Digital Consultants

During this period, we also continued the process of restructuring the organization to make it more agile and efficient. We simplified the structure and broadened the scope of numerous functions, as a result of which 70 managers left the company and 53 jobs were eliminated.

Management of the budget, capex and working capital is another of our priorities for 2015. In Brazil, the reduction in administrative expenses funded the additional investments in marketing and innovation, especially for the new campaign, while EBITDA from international operations grew 26.9% despite higher investments in marketing.

Net income in the quarter grew 2.1% compared to 1Q14. Excluding the impacts of mark-to-market adjustments (+R$ 10 million) and the adjustment in the provision for acquisition of the remaining 28.66% stake in Aesop (-R$ 17.7 million), net income would have increased 8.1% in the quarter.

Free cash flow improved significantly from 1Q14 as a result of lower allocations to capex (R$ 50.2 million in 1Q15 vs. R$ 134.5 million 1Q14) and to working capital. In 2014, we concluded an investment cycle that allocated R$ 2 billion towards expansion of the company's production, logistics and information technology capacity in Brazil. For 2015, as mentioned in the previous quarter, capex will be reduced to R$ 385 million (R$ 505 million in 2014), with the focus now on expanding the sales model in Brazil, as well as on information technology (SAP) and logistics in the international operations.

Finally, despite the adverse economic scenario in Brazil, we are going ahead with our plan and are taking all the necessary measures to recover growth and to maintain profitability and returns at attractive levels.

1. cosmetics, fragrance and toiletries industry (CFT)

According to data for 2014 published by consulting firm Euromonitor, Brazil remained the third largest market for cosmetics, fragrance and toiletries (CFT), with growth of 10.7%. Natura ended the year with market share of 11.3%, down 1 p.p. from 2013.

In our Latam operations, we increased our market share in all the countries where we operate (Argentina, Chile, Peru, Colombia and Mexico).

	Market Size (US$ Million)			Natura Market Share (%)		
	2014	2013	Change	2014	2013	Change
Operation in Brazil	43,454	39,260	*10.7%*	11.3%	12.3%	*(1.0) pp*
Operations in Argentina, Chile and Peru	11,412	9,518	*19.9%*	5.1%	4.7%	*0.4 pp*
Operations in Colombia and Mexico	14,362	13,839	*3.8%*	1.9%	1.5%	*0.4 pp*
Total	**69,228**	**62,617**	***10.6%***	**8.3%**	**8.8%**	***(0.4) pp***

Source: Euromonitor 2014

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

ii. Values in constant dollars, 2014

According to SIPATESP/ABHIPEC[3] data, since 3Q14 a few leading companies ceased to report their data to the association, which could significantly affect the reliability of the figures. Hence we chose not to disclose these data until the situation returns to normal.

[3] Sipatesp/Abihpec: São Paulo State Perfumery and Toiletries Association / Brazilian Cosmetics, Fragrances and Toiletries Industry Association.

2. social and environmental highlights

In February, we launched a new supplier verification and monitoring system, which will evaluate the production process of communities and organizations that extract inputs from the Brazilian biodiversity.

The system was developed in partnership with the Union for Ethical BioTrade (UEBT), a non-profit association that promotes sustainable business growth, local development and biodiversity conservation. Natura is the first company in the industry to launch its own verification and auditing system.

We also started implementing our own methodology of preparing Local Development Plans (PDL) in three priority regions for Natura (Médio Juruá-AM, Benevides-PA and Jaguara-São Paulo). This initiative underlines our commitment to creating a positive impact through relations between companies, communities and the government.

In January 2015, we launched packaging for fragrances made from recycled glass. The benefits from this initiative are significant, especially with regard to CO2 emissions.

Indicator	Unit	2014 Result	1Q15 Result	2020 Ambition
Relative carbon emissions (scopes 1, 2 and 3)	(kg CO2/kg product billed)	2.99	n/a[1]	2.15
% post-consumer recycled materials[2]	% (g recycled mat/g good)	1.2	2.1	10.0
% of product recyclable[3]	% (g recycled mat/g good)	57.5	54.4	74.0
Eco-efficient packaging[4]	% (billed units eco packaging / total billed units)	29.0	26.2	40.0
Cumulative business volume in the Pan-Amazon region[5]	R$ million	582.1	622.6	1,000.0
Water consumption	liters / units produced	0.45	0.51	0.32
Penetration in Believing is seeing program	% active	20.0	19.6	24.0

[1] Figures for 2015 will be reported in the 2nd quarter earnings release in July.

[2] The indicator considers the % of packaging material sourced from post-consumer recycling in relation to the total mass of packaging billed.

[3] The indicator considers the % of packaging material that is potentially recyclable in relation to the total mass of packaging billed.

[4] Eco-efficient packaging is that whose weight is at least 50% less than normal/similar packaging; or whose composition contains 50% potentially marketable recyclable materials and/or renewable materials, provided these do not increase their mass.

[5] Accumulated values since 2011.

Relative carbon emissions (scopes 1, 2 and 3): Figures for 2014. Figures for 2015 will be reported in the 2nd quarter earnings release in July.

% post-consumer recycled materials: Increase since the use of recycled glass was extended to a few items in the Fragrance category.

% of product recyclability: Sales mix with a larger share of less recyclable products than in the same period in 2014.

Eco-efficient packaging: Sales mix did not favor products containing renewable plastic, post-consumer recycled material or lower-mass packaging compared to the same period in 2014.

Cumulative business volume in the Pan-Amazon region: Increase due mainly to higher demand for inputs from the region and investments in the Ecoparque.

Relative water consumption: Higher water consumption at the Cajamar site due to changes in the production mix (products with higher relative water consumption), at the Benevides (Ecoparque) site due to increased production of noodle for soaps and at a few Distribution Centers on account of leaks and maintenance.

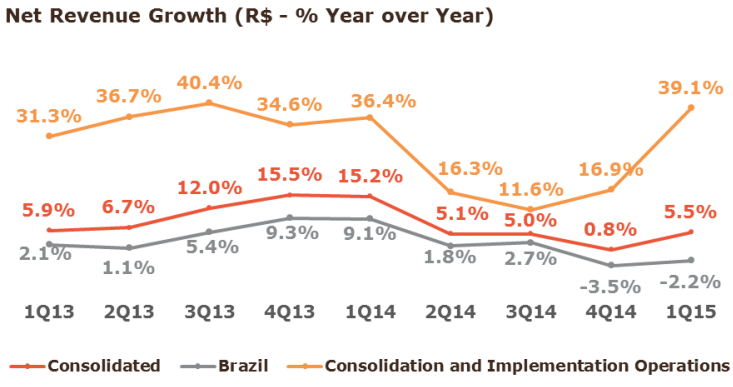
Funding for Crer para Ver (Education) program: Result was consistent with the portfolio strategy launched in 2014, showing the high leverage in relation to 1Q14.

3. economic performance[4]

Quarter				Pro-Forma								
(R$ million)	Consolidated[5]			Brazil			Consolidation			Implementation		
	1Q15	1Q14	Change%	1Q15	1Q14	Change%	1Q15	1Q14	Change%	1Q15	1Q14	Change%
Total Consultants - end of period ('000)[6]	1,714.9	1,650.5	3.9	1,279.6	1,276.4	0.3	271.1	230.4	17.6	162.9	142.2	14.6
Total Consultants - average of period ('000)	1,713.0	1,636.6	4.7	1,284.2	1,261.1	1.8	268.1	228.7	17.2	159.3	145.3	9.6
Units sold – items for resale	118.5	128.4	(7.7)	93.2	110.2	(15.4)	13.2	11.6	14.3	11.2	5.9	89.5
Gross Revenue	**2,205.9**	**2,085.3**	**5.8**	**1,703.7**	**1,734.7**	**(1.8)**	**291.4**	**195.1**	**49.3**	**130.5**	**103.6**	**26.0**
Net Revenue	**1,641.8**	**1,556.2**	**5.5**	**1,242.9**	**1,270.5**	**(2.2)**	**213.8**	**145.1**	**47.3**	**112.3**	**89.3**	**25.7**
Gross Profit	**1,146.7**	**1,082.4**	**5.9**	**856.4**	**873.7**	**(2.0)**	**149.3**	**101.2**	**47.5**	**79.6**	**63.0**	**26.3**
Selling, Marketing and Logistics Expenses	(648.0)	(602.6)	7.5	(475.6)	(471.1)	0.9	(104.6)	(70.4)	48.7	(56.0)	(50.4)	11.2
General and Administrative Expenses	(278.4)	(263.9)	5.5	(166.6)	(189.2)	(12.0)	(17.5)	(10.4)	68.1	(11.6)	(10.4)	11.3
Other Operating Income / (Expenses), net	8.5	11.3	(24.5)	8.5	5.6	52.3	0.1	(0.5)	n/a	(0.1)	(0.1)	(19.8)
Financial Income / (Expenses), net	(54.6)	(51.9)	n/a	(69.3)	(51.9)	33.5	16.3	0.8	n/a	(4.2)	(0.7)	n/a
Income Tax and Social Contribution	(54.8)	(57.1)	(4.0)	(43.2)	(52.2)	(17.3)	(10.5)	(4.4)	n/a	(0.4)	(0.3)	39.4
Noncontrolling	0.4	(0.9)	(141.1)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Net Income	**119.6**	**117.2**	**2.1**	**110.2**	**114.8**	**(4.0)**	**33.1**	**16.4**	**101.8**	**7.3**	**1.2**	n/d
EBITDA*	**285.9**	**283.6**	**0.8**	**268.5**	**269.9**	**(0.5)**	**29.3**	**21.1**	**38.8**	**13.2**	**3.3**	**302.8**
Gross Margin	*69.8%*	*69.6%*	*0.3 pp*	*68.9%*	*68.8%*	*0.1 pp*	*69.8%*	*69.7%*	*0.1 pp*	*70.9%*	*70.6%*	*0.3 pp*
Selling, Marketing and Logistics Expenses/Net Revenue	*39.5%*	*38.7%*	*0.7 pp*	*38.3%*	*37.1%*	*1.2 pp*	*48.9%*	*48.5%*	*0.5 pp*	*49.9%*	*56.4%*	*(6.5) pp*
Administrative, R&D, IT and Projects Expenses/Net Revenue	*17.0%*	*17.0%*	*0.0 pp*	*13.4%*	*14.9%*	*(1.5) pp*	*8.2%*	*7.2%*	*1.0 pp*	*10.3%*	*11.7%*	*(1.3) pp*
Net Margin	*7.3%*	*7.5%*	*(0.2) pp*	*8.9%*	*9.0%*	*(0.2) pp*	*15.5%*	*11.3%*	*4.2 pp*	*6.5%*	*1.3%*	*5.2 pp*
EBITDA Margin	*17.4%*	*18.2%*	*(0.8) pp*	*21.6%*	*21.2%*	*0.4 pp*	*13.7%*	*14.6%*	*(0.8) pp*	*11.8%*	*3.7%*	*8.1 pp*

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

3.1. net revenue

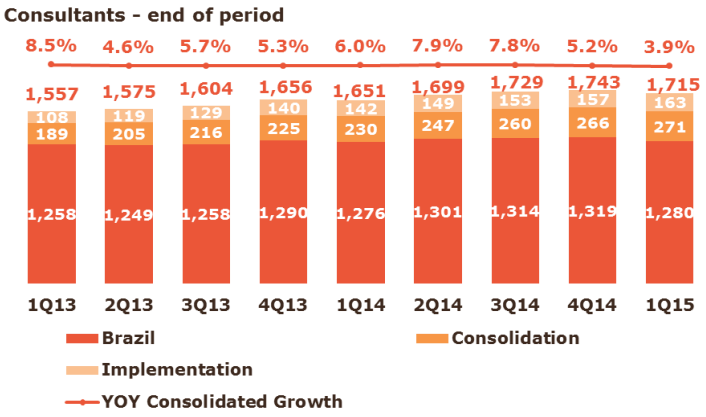


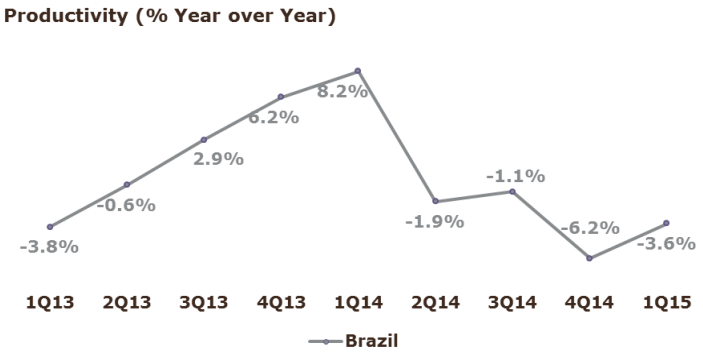
In Brazil, net revenue fell 2.2% compared to 1Q15, while the consultant base expanded 1.8% and productivity fell by 3.6%. The 15.4% decline in volume (product units for resale) during the period was mainly due to product extensions for hair in the SOU line and the relaunch of Tododia in 1Q14, which was partially offset by the increase in average prices.

[4] The 1Q14 pro-forma Income Statement above includes two reclassifications related to logistics expenses of International Operations, in order to provide better comparison with 1Q15 figures. These adjustments do not impact the figures for Consolidated EBITDA and Consolidated Net Income previously reported. The following reclassifications were made: (1) reclassification of R$3.6 million from "Adm., R&D, IT and Project Expenses" of the Brazil operation to "Cost of Goods Sold" of International Operations. This reclassification refers to part of the logistics expenses of international operations that were not allocated to "Cost of Goods Sold" of these operations, aiming to reflect the actual impact of these expenses in the results of these subsidiaries. (2) reclassification of R$3.7 million related to export freight costs in the Brazil operation from "Adm., R&D, IT and Project Expenses" to "Cost of Goods Sold".

[5] Consolidated figures include the Brazil Operations, the Operations in Consolidation, the Operations in Implementation and other International Investments and consider the impact from acquisitions.

[6] Position at the end of Cycle 4 in Brazil, Argentina and Mexico and of Cycle 3 in Chile, Peru, Colombia and France.





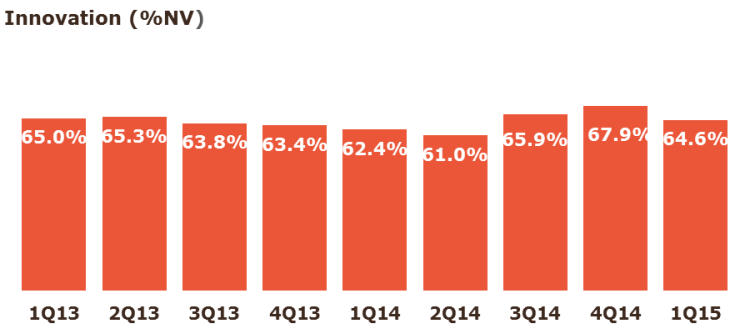
In 1Q15, the International Operations[8] posted growth of 39.6% in Brazilian real, accounting for 24.3% of consolidated net revenue (18.4% in 1Q14). Net revenue in Latam grew 39.2% in Brazilian real and 27.7% in local currency. The growth in Brazilian real was due to the devaluation of the currency against the basket of Latam currencies.

Ended the quarter with 434,000 (+16.5% vs. 1Q14) consultants in the region, 271,100 in Operations in Consolidation (+17.6% vs. 1Q14) and 162,900 in Operations in Implementation (+14.6% vs. 1Q14).

3.2. innovation & products

In the 12 months to March 2015, the innovation index[9] stood at 64.6%, compared to 62.4% in the prior-year period, well within the target range (between 60% and 70%).

The improvement in the index in relation to 1Q14 is due to the recent fragrance launches (#Urbano, Luna and Kaiak Extremo).



[8] The International Operations include the Operations in Consolidation, the Operations in Implementation, the France Operation and Aesop.
[9] Innovation Index: share in the last 12 months of the sale of products launched in the last 24 months.

3.3. gross margin

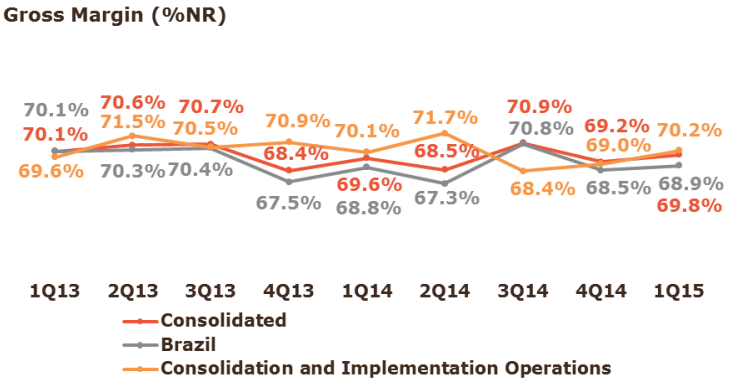
Gross margin in 1Q15 remained stable in relation to the same period the previous year. In Brazil, the increase in product prices in February offset the cost inflation during the period and, given the inventory turnover costs have not been fully affected by the depreciation of the Brazilian real.

In the International Operations, the slight increase observed was due to the depreciation of the Brazilian real against the basket of currencies of these countries.

The following table presents the main components of COGS:

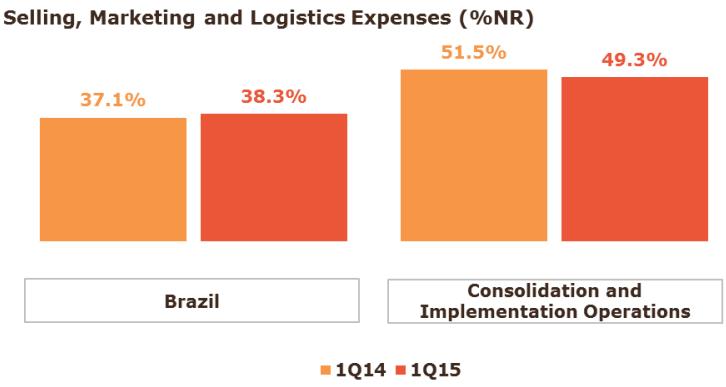
	1Q15	1Q14
RM / PM / FP*	76.4	77.2
Labor	10.9	10.2
Depreciation	4.1	3.6
Other	8.6	9.0
Total	**100.0**	**100.0**

*Raw materials, packaging materials and finished products.



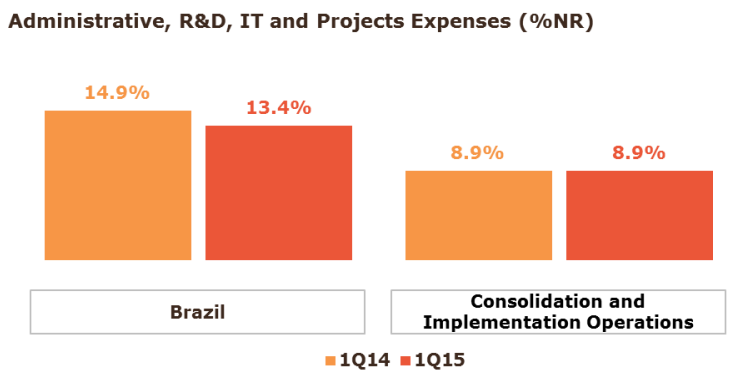
3.4. operating expenses

In Brazil, the relative (% of net revenue) increase in **selling, marketing and logistics expenses** in the quarter was driven by the continuity of investments in marketing, the launch of the "Chame Natura, Chame que vem" campaign[10] and improved dilution of fixed logistics costs on account of lower revenue.



In the International Operations, the relative (% of net revenue) reduction was due to the dilution of fixed costs on account by the continued strong growth in revenue. In the Operations in Implementation, these expenses increased 48.7% due to higher investments in marketing, which had been scaled down in 1Q14 on account of importation difficulties at that time.

[10] Visit our website and learn more about the campaign: http://www.natura.com.br/chamenatura



Administrative, R&D, IT and Project expenses in Brazil saw a nominal decrease in the quarter. The increase in R&D investments was compensated by reductions in projects, by gains from insourcing of certain support functions and by greater efficiency in administrative expenses.

In the case of Operations in Consolidation, administrative expenses outgrew revenues on account of SAP deployment and high inflation in Argentina. In the case of Operations in Implementation, we had operating leverage on account of higher dilution of fixed costs.

3.5. other operating income and expenses

In 1Q15, we earned consolidated operating income of R$ 8.5 million (R$ 11.3 million in 1Q14), resulting from a positive impact of R$ 9 million from the reclassification of interest expense on subsidized loans from financial result (accounting pronouncement CPC 07), the expense of R$ 3.6 million from the allocation of operating results of the "Crer para Ver" project to Natura Institute, and other positive results.

3.6. other international investments

The other international investments, namely the operation in France, the corporate structure in Buenos Aires and the AESOP operation, recorded an EBITDA loss of R$25.1 million in 1Q15, compared to the loss of R$10.7 million in 1Q14. The increase in loss is due to high inflation in Argentina which adversely affected corporate expenses in Latam (the Buenos Aires office), the still loss-making operation in France and the positive, nonrecurring result from Aesop in 1Q14[11].

[11] Refers to a R$6.2 million gain from adjustment to the acquisition price of distributors of AESOP, in accordance with Note 26(b) to the 1Q14 Financial Statements.

3.7. EBITDA

EBITDA (R$ million)

Figures include the operating result and transaction costs associated with AESOP.

	1Q15	1Q14	Change %
Net Revenue	1,641.8	1,556.2	*5.5*
(-) Cost of Sales and Expenses	1,413.0	1,329.1	*6.3*
EBIT	**228.7**	**227.1**	***0.7***
(+) Depreciation/Amortization	57.2	56.5	*1.2*
EBITDA	**285.9**	**283.6**	***0.8***

In 1Q15, consolidated EBITDA amounted to R$285.9 million (R$283.6 million in 1Q14), with an EBITDA margin of 17.4% (18.2% in 1Q14). The stability of nominal EBITDA and the 0.8 p.p. decline in EBITDA margin was due to a combination of factors: a) stable margins in Brazil due to the balance between increased marketing expenses offset by the gains in administrative expenses, and the still low impact of depreciation of the Brazilian real on gross margin; b) slight decline in EBITDA margin in the International Operations for higher investments in marketing in certain operations and the negative foreign exchange effect (Brazilian real vs. Argentine peso) on corporate expenses in Buenos Aires; c) the adverse mix between margins in Brazil and in International Operations, which corresponded to 24.3% of net revenue (18.4% in 1Q14) and 6.1% of EBITDA (4.8% in 1Q14).

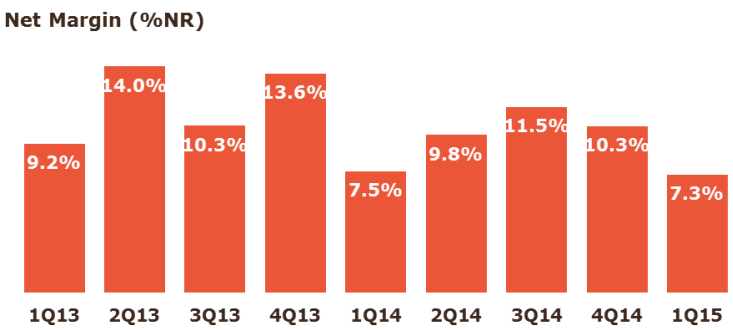
Pro-forma EBITDA by operational bloc (R$ million)

Figures include the operating result and transaction costs associated with AESOP.

	1Q15	1Q14	Change %
Brazil	268.5	269.9	*(0.5)*
Argentina, Chile and Peru	29.3	21.1	*38.8*
Mexico and Colombia	13.2	3.3	*302.8*
Other Investments	(25.1)	(10.7)	*134.9*
EBITDA	**285.9**	**283.6**	***0.8***

3.8. net income

Consolidated net income grew 2.1% in the period and net margin decreased from 7.5% in 1Q14 to 7.3% in 1Q15. This result is the outcome of positive and negative effects: a) higher financial expenses caused by increased net debt and higher interest rates; b) positive adjustment of R$10 million related to marking to market of derivatives pegged to foreign currency debt; c) negative adjustment of R$17.7 million related to the provision for acquisition of the remaining 28.66% stake in AESOP[12]; d) favorable impact of the depreciation of the Brazilian real on the balance of imports payable between international operations and Brazil.



(R$ million)	1Q15	1Q14	Change R$
Financial Income/ (Expenses), net	**(54.6)**	**(51.9)**	***(2.7)***
Mark-to-Market adjustment	10.3	(0.3)	10.6
Financial Income/ (Expenses) ex. Mark-to-Market, net	**(64.9)**	**(51.6)**	***(13.4)***

[12] Refers to the adjustment on the provision for acquisition of interest from non-controlling shareholders, in accordance with Note 19(a) to the 1Q15 and 1Q14 Financial Statements.

3.9. cash flow

As explained earlier, free cash flow improved significantly from 1Q14 as a result of lower allocations to capex (R$ 50.2 million in 1Q15 vs. R$ 134.5 million 1Q15) and to working capital.

In 2015, we are maintaining the projection of R$385 million, 24% lower than the investments in 2014, on the evolution of the business model in Brazil, as well as on information technology (SAP) and logistics in the International Operations.

Favorable/ (unfavorable)

R$ million	1Q15	1Q14	Change R$	Change %
Net Income*	**119.6**	**117.2**	**2.5**	**2.1**
Depreciation and amortization	57.2	56.5	0.7	*1.2*
Non-cash / Other**	9.6	2.7	6.9	*255.8*
Internal cash generation	**186.4**	**176.4**	**10.0**	**5.7**
Working Capital (Increase)/Decrease	(90.0)	(236.7)	146.7	*(62.0)*
Operating cash generation	**96.4**	**(60.3)**	**156.7**	***(259.8)***
CAPEX	(50.2)	(134.5)	84.3	*(62.7)*
Free cash flow***	**46.2**	**(194.8)**	**241.0**	***(123.7)***

(*) Net income attributable to owners of the Company

(**) Some 2014 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).

3.10. indebtedness

As the table shows, we ended the quarter with Net Debt / EBITDA ratio of 1.03, compared to 0.88 in the year-ago period.

Debt (R$ million)	Dez/14	Share (%)	Dez/13	Share (%)	Change (%)
Short-Term	1,375.6	*32.1*	759.7	*23.6*	*81.1*
Long-Term	3,915.9	*91.3*	2,821.9	*87.6*	*38.8*
Derivatives*	(680.6)	*(15.9)*	(93.0)	*(2.9)*	*631.8*
Finance Leases / Others**	(321.3)	*(7.5)*	(267.2)	*(8.3)*	*20.2*
Total Debt	**4,289.6**	***100.0***	**3,221.3**	***100.0***	***33.2***
(-) Cash, cash equivalents and short-term investment	2,679.4		1,781.4		*50.4*
(=) Net Debt - Net Cash	**1,610.2**		**1,439.9**		***11.8***
Net Debt / Ebitda	1.03		0.88		
Total Debt / Ebitda	2.76		1.98		

*excluding the temporary, non-cash effects of mark-to-market adjustments of derivatives pegged to foreign currency debt

**Other: reclassification of expenses with interest on subsidized loans from financial result in accordance with Accounting Pronouncement CPC07

The 33.2% increase in total debt is largely due to the issue of non-convertible debentures[13] amounting to R$ 800 million on March 16, 2015 for the purpose of rolling over debt maturing in 2H15.

The increase in amounts related to derivatives (R$ 680.6 million in 1Q15 vs. R$ 93 million in 1Q14) is due to the depreciation of the Brazilian real between the date of contracting of derivative instruments to hedge loans that are sensitive to foreign exchange variation and the closing of 1Q15.

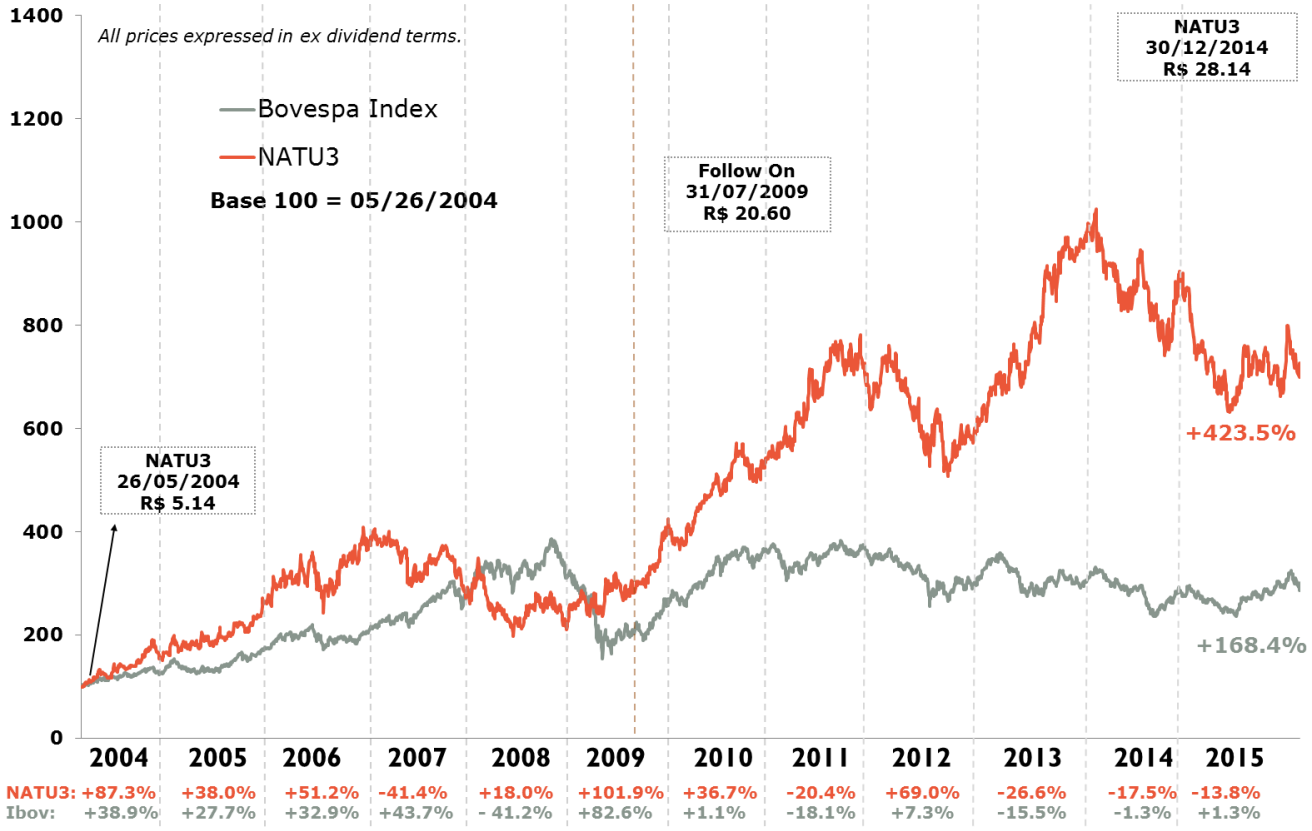
[13] http://natu.infoinvest.com.br/ptb/5222/Ata%20de%20RCA_Debentures.pdf

4. NATU3 performance

In 1Q15, the price of Natura stock declined by 13.8% from December 31, 2014, while the Bovespa Index (Ibovespa) rose 1.3%. Average daily trading volume in 1Q15 was R$32.5 million, compared to R$57.6 million in the prior-year period.

In the same period, our average ranking in the Bovespa Liquidity Index in the period was 43rd.

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



conference call & webcast

Thursday, April 30th 2015

9:00 a.m. (Brasília time) (simultaneously translated from Portuguese)

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

From the USA: Toll free **+1 888 700 0802**

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

Code: **Natura**

Live webcast:

www.natura.net/investidor

investor relations

Tel: (11) 4571-7786

Fabio Cefaly, fabiocefaly@natura.net

Tatiana Carvalho, tatianacarvalho@natura.net

Francisco Petroni, franciscopetroni@natura.net

Julia Villas Bôas, juliaboas@natura.net

balance sheets

at March 2015 and December 2014

(in millions of Brazilian real - R$)

ASSETS	Mar/14	Dec/14
CURRENT ASSETS		
Cash and cash equivalents	1,965.7	1,164.2
Short-term investments	713.6	531.8
Trade receivables	798.9	847.5
Inventories	979.3	890.0
Recoverable taxes	324.2	240.3
Derivatives	626.0	317.0
Other receivables	363.7	248.5
Total current assets	**5,771.4**	**4,239.3**
NONCURRENT ASSETS		
Recoverable taxes	194.5	182.7
Deferred income tax and social contribution	130.5	147.8
Escrow deposits	269.7	263.3
Other noncurrent assets	39.5	85.7
Property, plant and equipment	1,759.9	1,672.1
Intangible assets	673.0	609.2
Total noncurrent assets	**3,067.2**	**2,960.8**
TOTAL ASSETS	**8,838.6**	**7,200.1**

LIABILITIES AND SHAREHOLDERS' EQUITY	Mar/14	Dec/14
CURRENT LIABILITIES		
Borrowings and financing	1,375.6	1,466.6
Trade and other payables	717.9	599.6
Payroll, profit sharing and related taxes	177.4	210.5
Taxes payable	751.8	715.5
Provision for acquisition of non-controlling interest	56.1	48.2
Other payables	84.9	78.6
Total current liabilities	**3,163.7**	**3,119.0**
NONCURRENT LIABILITIES		
Borrowings and financing	3,915.9	2,514.6
Taxes payable	102.4	99.0
Provision for tax, civil and labor risks	77.5	75.8
Provision for acquisition of non-controlling interest	107.0	97.2
Others provisions	132.0	145.8
Total noncurrent liabilities	**4,334.9**	**2,932.4**
SHAREHOLDERS' EQUITY		
Capital	427.1	427.1
Capital reserves	134.0	137.3
Earnings reserves	308.9	189.3
Treasury shares	(37.9)	(37.9)
Proposed additional dividend	449.3	449.3
Adjustment of equity evaluation	11.7	(41.4)
Total equity attributable to owners of the Company	**1,293.0**	**1,123.7**
Non- controlling interests	47.0	25.0
Total equity	**1,340.0**	**1,148.7**
TOTAL LIABILITIES AND SHAREHOLDERS' EQUITY	**8,838.6**	**7,200.1**

statements of income

for the periods ended March 31, 2015 and 2014

Consolidated (R$ million)	1Q15	1Q14
NET REVENUE	**1,641.8**	**1,556.2**
Cost of sales	(495.1)	(466.5)
GROSS PROFIT	**1,146.7**	**1,089.7**
OPERATING (EXPENSES) INCOME		
Selling expenses	(648.0)	(602.7)
General and administrative expenses	(278.4)	(271.1)
Other operating (expenses) income, net	8.5	11.3
INCOME FROM OPERATIONS BEFORE FINANCIAL INCOME (EXPENSES)	**228.7**	**227.1**
Financial income	565.1	124.0
Financial expenses	(619.8)	(175.9)
INCOME BEFORE INCOME TAX AND SOCIAL CONTRIBUTION	**174.1**	**175.2**
Income tax and social contribution	(54.8)	(57.1)
NET INCOME BEFORE NON-CONTROLLING INTEREST	**119.2**	**118.1**
ATTRIBUTABLE TO		
Owners of the Company	119.6	117.2
Noncontrolling	(0.4)	0.9
	119.2	**118.1**

statements of cash flow

for the periods ended March 31, 2015 and 2014

Consolidated (R$ million)	1Q15	1Q14
CASH FLOW FROM OPERATING ACTIVITIES		
Net income	**119.2**	**118.1**
Adjustments to reconcile net income to net cash provided by operating activities:		
Depreciation and amortization	57.2	56.5
Provision (reversal) for losses on swap and forward transactions	(444.0)	40.0
Provision (reversal) for tax, civil and labor contingencies	2.9	3.3
Monetary restatement of escrow deposits	(4.5)	(8.2)
Income tax and social contribution	54.8	57.1
(Gain) loss on sale on property, plant and equipment and intangible assets	(42.8)	19.4
Interest and exchange rate changes on borrowings and financing and other liabilities	466.6	(41.3)
Exchange rate changes on other assets and other liabilities	55.1	(23.1)
Provision (reversal) related to the grant of options to purchase shares	(3.3)	2.5
Provision (reversal) for losses on inventories	(0.7)	0.0
Allowance for inventory losses	0.2	(7.5)
Net income attributable to non-controlling shareholders	0.4	(0.9)
Provision of health care plan and carbon credits	1.0	0.8
Recognition of untimely used tax credits	0.0	(6.2)
Provision for acquisition of non-controlling interest	17.7	3.2
Provision (reversal) for doubtful accounts	(3.6)	6.1
	276.3	**219.7**
(INCREASE) DECREASE IN ASSETS		
Trade receivables	52.2	48.0
Inventories	(89.6)	(105.8)
Recoverable taxes	(95.7)	(7.7)
Other receivables	(69.0)	9.5
Subtotal	**(202.1)**	**(56.0)**
INCREASE (DECREASE) IN LIABILITIES		
Domestic and foreign suppliers	120.2	(41.0)
Payroll, profit sharing and related taxes, net	(33.2)	(26.0)
Taxes payable	22.9	(19.5)
Other payables	(1.5)	(28.5)
Provision for tax, civil and labor contingencies	(1.1)	0.0
Subtotal	**107.4**	**(115.0)**
CASH GENERATED BY OPERATING ACTIVITIES	**181.6**	**48.7**

OTHER CASH FLOWS FROM OPERATING ACTIVITIES		
Payments of income tax and social contribution	(23.6)	(117.7)
Withdrawal (payment) of escrow deposits	(1.9)	(5.9)
Payments of derivatives	113.3	27.8
Payment of interest on borrowings and financing	(70.4)	(26.5)
NET CASH GENERATED BY OPERATING ACTIVITIES	**199.0**	**(73.6)**
CASH FLOW FROM INVESTING ACTIVITIES		
Acquisition of property, plant and equipment and intangible assets	(50.2)	(134.6)
Short-term investments	(1,443.4)	(1,524.7)
Redemption of short-term investments	1,261.6	1,415.9
NET CASH USED IN INVESTING ACTIVITIES	**(232.0)**	**(243.3)**
CASH FLOW FROM INVESTING ACTIVITIES		
Repayments of borrowings and financing - principal	(532.6)	(59.8)
Proceeds from borrowings and financing	1,358.8	729.6
Sale of treasury shares due to exercise of stock options	0.0	8.9
NET CASH GENERATED (USED) IN FINANCING ACTIVITIES	**826.2**	**678.7**
Gains (losses) arising on translating foreign currency cash and cash equivalents	8.4	1.6
INCREASE (DECREASE) IN CASH AND CASH EQUIVALENTS	**801.6**	**363.4**
Cash and cash equivalents at the beginning of the year/period	1,164.2	1,016.3
Cash and cash equivalents at the end of the year/period	1,965.7	1,379.6
DECREASE IN CASH AND CASH EQUIVALENTS	**801.5**	**363.3**
Additional Statements of Cash Flows Information:		
Non-cash items		
Capitalization of financial leasing	80.9	78.2
Hedge accounting	33.8	0.0
Effects of changes from the the company on the fair value of net assets acquired by Emeis Holding Pty Ltd.	3.6	0.0

glossary

_CDI: the overnight rate for interbank deposits.

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

_Natura Consultant Advisors (CNO): self-employed resellers who do not have a formal labor relationship with Natura and support the Relationship Managers in their activities.

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

_GHG: Greenhouse gases.

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

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

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

_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.

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

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

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

_Sipatesp/Abihpec: São Paulo State Perfumery and Toiletries Association / Brazilian Cosmetics, Fragrances and Toiletries Industry Association.

restated figures

_Pro-forma Income Statement for 1Q14: includes two reclassifications related to logistics expenses of International Operations, in order to provide better comparison with 1Q15 figures. These adjustments do not impact the Consolidated EBITDA and Consolidated Net Income amounts previously reported. The following reclassifications were made: (1) reclassification of R$3.6 million from "Adm., R&D, IT and Project Expenses" of the Brazil operation to "Cost of Goods Sold" of International Operations. This reclassification refers to the part of logistics expenses of international operations that were not being allocated to "Cost of Goods Sold" of the respective operations, thus reflecting the actual impact of these expenses on the results of these subsidiaries. (2) reclassification of R$3.7 million related to export freight costs in the Brazil operation from "Adm., R&D, IT and Project Expenses" to "Cost of Goods Sold".

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.

