



**São Paulo, 27 de abril de 2011** – A Natura Cosméticos S.A. (BM&FBovespa: NATU3) anuncia hoje os resultados do primeiro trimestre de 2011 (1T11).

## Introdução

**Neste primeiro trimestre de 2011 a receita líquida consolidada da Natura foi de R\$ 1.145,8 milhões, com crescimento de 13,0% em relação ao mesmo período de 2010. O EBITDA alcançou R\$ 264,1 milhões (evolução de 8,4% em relação ao 1T10) com uma margem de 23,0%. O lucro líquido foi de R\$ 150,5 milhões e a margem líquida de 13,1%. Na operação Brasil a receita líquida avançou 11,7% e nas operações internacionais 36,5% em moeda local.**

Nossos negócios no Brasil apresentam vigor e os sinais da demanda permanecem em patamares elevados. O crescimento da receita no primeiro trimestre, abaixo dos níveis observados nos últimos trimestres, deveu-se a uma alteração pontual na dinâmica promocional dos ciclos que compõe o período. Em nossas operações internacionais em consolidação – Argentina, Chile e Peru – a receita líquida cresceu 30,3% em moeda local, com EBITDA positivo e R\$ 5,0 milhões acima do ano passado. Nas operações em implantação – México e Colômbia – o crescimento em moeda local foi de 55,7%. As operações internacionais já ultrapassam 8% da receita líquida total da Natura.

### **Destaques do 1º Trimestre:**

- ✓ Nosso canal segue crescendo de forma consistente. A base de nossas consultoras no Brasil teve uma expansão de 16,7% e nas operações internacionais o crescimento foi de 24,0%, ao final do trimestre. O *turnover*<sup>1</sup> e a inadimplência continuam em patamares baixos, mostrando a qualidade desse crescimento.
- ✓ O índice de inovação continua em patamar elevado, alcançando 62,6% no trimestre. Neste período investimos 2,8% da receita líquida em pesquisa e desenvolvimento (2,6% no 1T10).

<sup>1</sup> Rotatividade do canal em um ano

- ✓ No Brasil, segundo dados da Sipatesp/ABIHPEC<sup>2</sup> recentemente divulgados para o ano de 2010, a Natura obteve um ganho de *market share* de 110 pontos base no mercado alvo, alcançando 24,0% de participação e ampliando a liderança no mercado brasileiro.
- ✓ Em todos os países onde atuamos, incluindo o Brasil, de acordo com a Euromonitor<sup>3</sup>, conquistamos *market share*. Importante destacar que a venda direta também ampliou sua participação no mercado de produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos em todos os nossos mercados na América Latina, segundo a mesma fonte.
- ✓ Conforme já divulgado, a preferência pela marca<sup>4</sup> Natura atingiu 49% no Brasil em 2010, apresentando incremento de três pontos percentuais em relação ao ano anterior e na Argentina e no Peru estamos entre as 3 marcas preferidas.

## **Perspectivas**

Seguimos executando nossa estratégia com iniciativas que visam garantir o crescimento e a competitividade da Natura neste e nos próximos anos.

No Brasil ampliaremos nossa participação no mercado por meio da força de nossa marca, do nosso canal e da oportunidade de crescimento em categorias em que temos pouca presença, em um mercado que deve continuar a crescer a taxas robustas e acima da evolução do PIB.

Na área internacional seguimos evoluindo em nossos planos de expansão, sustentados por uma atuação mais regionalizada na estratégia de categoria e produtos, produção local e investimentos adicionais na marca com o objetivo de transformar essas operações em uma plataforma de negócios cada vez mais relevante e rentável para a companhia.

Em nossa operação no México estamos promovendo uma inovação ao iniciar a transição para um novo modelo comercial, denominado Rede de Relações Sustentáveis. Esse modelo vem ao encontro das características do mercado local, uma vez que oferece um plano de desenvolvimento e crescimento mais atrativo para nossas consultoras, integrando as questões econômicas, sociais e ambientais, acelerando o crescimento e reforçando a proposta de valor da Natura no México.

---

<sup>2</sup> Sindicato da Indústria de Perfumarias de Artigos de Toucador no Estado de São Paulo / Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos.

<sup>3</sup> Consultoria Internacional que oferece pesquisas do setor de CFT em diversos países do mundo

<sup>4</sup> De acordo com a pesquisa feita pela companhia através do instituto Brand Essence/Ipsos

Os investimentos em infraestrutura e tecnologia da informação que visam garantir o crescimento e a melhoria constante nos serviços prestados seguem conforme o planejado. Os planos de produção local na Argentina, México e Colômbia estão em andamento. No Brasil os novos Centros de Distribuição em Castanhal (Pará) e em Uberlândia (Minas Gerais) já trouxeram reduções importantes nos prazos de entrega para consultoras de até 40% na região Norte, Triângulo Mineiro, Goiás e Distrito Federal.

Continuamos a ampliação dos investimentos em pesquisa e desenvolvimento de produtos e conceitos, e em especial planejamos um aumento na inovação comercial com ênfase no uso de meios digitais.

### **Mercado de Produtos de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos**

No Brasil, os dados referentes ao ano de 2010 divulgados pelo SIPATESP/ABIHPEC, mostram que nosso mercado alvo cresceu 13,5%. Nosso *market share* alcançou 24,0%, uma evolução de 110 pontos base em relação a 2009. O segmento de cosméticos e fragrâncias avançou 16,8%, enquanto o de produtos de higiene pessoal aumentou 10,4%.

#### ➤ **ABIHPEC/SIPATESP – mercado alvo de produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos no Brasil e *market share* Natura**

	Mercado Alvo (R\$ milhões)			Market Share - Natura (%)		
	2010	2009	Var. %	2010	2009	Var. pp
Cosméticos e Fragrâncias	9.704,1	8.310,6	16,8%	34,9%	33,7%	1,2
Higiene Pessoal	9.852,0	8.923,9	10,4%	13,3%	12,9%	0,4
<b>Total</b>	<b>19.556,2</b>	<b>17.234,5</b>	<b>13,5%</b>	<b>24,0%</b>	<b>22,9%</b>	<b>1,1</b>

Em uma visão mais ampla, contemplando todo o mercado de produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos, incluindo categorias que não estamos presentes (coloração de cabelo, higiene bucal, fraldas, esmalte, entre outros), e segundo a consultoria Euromonitor, tivemos ampliação de participação em todos os países em que atuamos.

No Brasil ampliamos nossa liderança em 50 pontos bases, atingindo 14,4% de *market share*, aumentando a distância em relação ao segundo colocado. Segundo esta fonte, o mercado brasileiro no ano passado cresceu 14,9% em dólar constante e se manteve como o 3º maior do mundo, com um valor de US\$ 37,4 bilhões.

➤ **Euromonitor – Mercado total de higiene pessoal, perfumaria, e cosméticos na América Latina e market share Natura.**

	Mercado (USD Milhões)	Variação %	Market Share Natura		
	2010	10 x 09	2010	2009	Var
Operação Brasil	37.421	14,9%	14,4%	13,9%	0,5 pp
Operações em Consolidação	7.185	12,7%	3,5%	3,2%	0,4 pp
Operações em Implantação	12.031	6,7%	0,7%	0,4%	0,3 pp
<b>Total</b>	<b>56.636</b>	<b>12,8%</b>	<b>10,1%</b>	<b>9,5%</b>	<b>0,6 pp</b>

Fonte: Euromonitor 2010

Observações:

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

Valores em dólares constantes de 2010

Valor do mercado e market share de 2009 foram revisados pela consultoria

Operações em consolidação: Argentina, Chile e Peru.

Operações em implantação: México e Colômbia

## Desempenho socioambiental

Nesse trimestre continuamos a aliar resultados econômicos à geração de oportunidades sociais e redução de impacto ambiental. Lançamos no final de 2010 o “Programa Acolher”, cujo objetivo principal é identificar e reconhecer as ações sociais desenvolvidas por nossas consultoras e consultores. Em sua primeira edição, selecionamos 17 ações, que receberam apoio financeiro de R\$ 5 mil a R\$ 15 mil, além de capacitação técnica para o desenvolvimento dos projetos. Esse programa, junto com o programa “Crer Pra Ver”, faz parte de nosso esforço de conscientização, sensibilização e mobilização de nosso canal de vendas para a ampliação de oportunidades para toda a sociedade.

Ao final de 2010 atingimos uma redução total de 21,2% das emissões relativas de Gases do Efeito Estufa (GEE), no período de 2007 a 2010. Com base no aprendizado que tivemos nestes anos, reconhecemos que só alcançaremos a meta de redução de 33% em 2013. Também temos o desafio adicional de reduzir 10% das emissões absolutas da Operação Brasil até 2012, em relação às emissões de 2008. Ainda não estão disponíveis os dados para esse indicador referente ao primeiro trimestre desse ano.

Em relação ao consumo de água, medido em litros por unidade faturada, ficamos abaixo da meta em função do descompasso entre volume produzido e unidades faturadas. Estamos confiantes de que atingiremos a meta ao final do período.

O programa Crer Pra Ver será relançado esse ano com uma nova linha de produtos e uma forte campanha junto as nossas consultoras.

A tabela abaixo mostra alguns de nossos compromissos para 2011:

<b>Indicador</b>	<b>Compromisso 2010</b>	<b>Resultado 2010</b>	<b>Compromisso 2011</b>	<b>Resultado 1T11</b>
<b>Gases de efeito estufa</b>	Reduzir até 2013 em 33% as nossas emissões relativas de GEE, levando em consideração o inventário que realizamos em 2006.	-7,3% (21,2% acumulado)	Reduzir até 2013 em 33% as nossas emissões relativas de GEE, levando em consideração o inventário que realizamos em 2006.	N/D (não disponível)
<b>Consumo de água*</b>	Reduzir em 10% o consumo de água por unidade faturada.	0,47 litro/unidade faturada (10% de redução)	Reduzir em 3% o consumo total de água por unidade faturada.	0,64 litro/ unidade faturada
<b>Arrecadação CPV</b>	Arrecadar R\$ 6 milhões com a venda dos produtos do Crer Para Ver.	R\$ 10,0 milhões	Arrecadar R\$ 13 milhões com a venda dos produtos do Crer Para Ver.	R\$ 1,4 milhões

\*Obs. Consumo de água referente ao acumulado de fevereiro

## 2. RESULTADO CONSOLIDADO

(R\$ milhões)	1T11	1T10	Var %
Total de Consultoras - final do período* (em milhares)	1.230,0	1.044,2	17,8
Unidades de produtos para revenda (em milhões)	102,9	94,6	8,8
Receita Bruta	1.556,0	1.381,5	12,6
Receita Líquida	1.145,8	1.014,4	13,0
CMV	343,2	311,7	10,1
Lucro Bruto	802,6	702,7	14,2
Despesas com Vendas	(422,9)	(348,8)	21,2
Despesas Administrativas e Gerais	(151,0)	(127,0)	18,9
Remuneração dos Administradores	(3,2)	(4,0)	-19,8
Outras Receitas / (Despesas) Operacionais, líquidas	13,8	(0,8)	na
Receitas / (Despesas) Financeiras, líquidas	(10,2)	(6,6)	55,3
Lucro antes do IR/CSLL	229,1	215,5	6,3
Lucro Líquido	150,5	141,6	6,3
EBITDA**	264,1	243,5	8,4
<i>Margem Bruta</i>	<i>70,0%</i>	<i>69,3%</i>	<i>0,8 pp</i>
<i>Despesas com Vendas/Receita Líquida</i>	<i>36,9%</i>	<i>34,4%</i>	<i>2,5 pp</i>
<i>Despesas Administrativas e Gerais/Receita Líquida</i>	<i>13,2%</i>	<i>12,5%</i>	<i>0,7 pp</i>
<i>Margem Líquida</i>	<i>13,1%</i>	<i>14,0%</i>	<i>-0,8 pp</i>
<i>Margem EBITDA</i>	<i>23,0%</i>	<i>24,0%</i>	<i>-1,0 pp</i>

(\*) Posição ao final do ciclo 4 de vendas

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

A **receita líquida consolidada** no 1T11 foi de R\$ 1.145,8 milhões, com crescimento de 13,0% em comparação ao 1T10. **No Brasil**, a receita líquida foi de R\$ 1.052,5 milhões, 11,7% superior a do primeiro trimestre do ano passado. **Nas operações internacionais**, a

receita líquida foi de R\$ 93,4 milhões, um crescimento de 36,5% em moeda local ponderada (29,7% em reais) em relação ao 1T10. A participação das operações internacionais na receita líquida foi de 8,1% no 1T11 versus 7,1% no 1T10.

O **Custo dos Produtos Vendidos** (CPV) passou de 30,7% da receita líquida no 1T10 para 30,0% no 1T11, uma melhora de 80 pontos base na margem bruta. O aumento de preço, nossa gestão com os fornecedores, somado a valorização do real frente ao dólar foram os principais responsáveis por esta redução.

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

<b>&gt; Composição do CPV</b>		
	<b>1T11</b>	<b>1T10</b>
MP / ME <sup>1</sup>	80,1	79,9
Mão Obra s/PLR	9,2	9,1
Depreciação	3,5	3,7
Outros	7,2	7,4
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

(<sup>1</sup>) Matéria-prima e material de embalagem

As **despesas com vendas** representaram 36,9% da receita líquida no 1T11 (versus 34,4% no ano anterior). Neste trimestre tivemos uma menor diluição dos custos fixos logísticos e de nossa força de vendas, e conforme nossa estratégia continuamos ampliando nossos investimentos em marketing com foco em amostragem, treinamento do canal e propaganda.

As **despesas administrativas** representaram 13,2% da receita líquida no 1T11 comparativamente a 12,5% no 1T10. Reflexo do incremento no investimento em inovação e em projetos estratégicos que irão viabilizar o crescimento futuro, conforme temos divulgado.

**Outras receitas e despesas operacionais** no valor de R\$ 13,8 milhões impacto do efeito, não recorrente, do reconhecimento de um ativo contingente de Pis e Cofins.

O **lucro consolidado antes do IR/CSLL** no período foi de R\$ 229,1 milhões, um crescimento de 6,3% versus o ano anterior. O **lucro líquido consolidado** foi de R\$ 150,5 milhões no 1T11 versus R\$ 141,6 milhões no 1T10, com crescimento de 6,3%.

O **EBITDA consolidado** foi de R\$ 264,1 milhões no 1T11 e de R\$ 243,55 milhões no 1T10, com crescimento de 8,4%, com margem EBITDA de 23,0% (24,0% no 1T10).

> **EBITDA** (R\$ milhões)

	<b>1T11</b>	<b>1T10</b>	<b>Var %</b>
Receita Líquida	1.145,8	1.014,4	13,0
(-) Custos e Despesas	906,6	792,4	14,4
<b>EBIT</b>	<b>239,3</b>	<b>222,0</b>	<b>7,8</b>
(+) Depreciação / amortização	24,8	21,5	15,4
<b>EBITDA</b>	<b>264,1</b>	<b>243,5</b>	<b>8,4</b>

A seguir apresentamos a conciliação do EBITDA consolidado por bloco de operações:

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

	<b>1T11</b>	<b>1T10</b>	<b>Var %</b>
Brasil	287,6	267,0	7,7
Argentina, Chile e Peru	1,3	(3,5)	na
México, Colômbia	(6,7)	(6,4)	5,7
Outros Investimentos	(18,1)	(13,6)	33,2
<b>Total</b>	<b>264,1</b>	<b>243,5</b>	<b>8,4</b>

## ➤ FLUXO DE CAIXA (Pró-forma)

(R\$ milhões)	1T11	1T10	Var %
<b>Lucro líquido</b>	<b>150,5</b>	<b>141,6</b>	<b>6,3</b>
(+) Depreciações e amortizações	24,8	21,5	15,4
<b>Geração interna de caixa</b>	<b>175,3</b>	<b>163,0</b>	<b>7,5</b>
(Aumento) / Redução do Capital de Giro	(68,3)	4,5	na
Itens não caixa (variação cambial)	(16,6)	(0,9)	na
<b>Geração operacional de caixa</b>	<b>90,4</b>	<b>166,6</b>	<b>(45,8)</b>
Adições do imobilizado intangível	(22,9)	(12,8)	78,9
<b>Geração de caixa livre*</b>	<b>67,5</b>	<b>153,9</b>	<b>(56,1)</b>

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

A geração interna de caixa no 1T11 foi de R\$ 175,3 milhões, crescimento de 7,5%, pouco acima do crescimento de 6,3% do lucro líquido. Deste total, houve um investimento de R\$ 68,3 milhões no capital de giro e uma aplicação de R\$ 22,9 milhões em imobilizado. Com isso, geração de caixa livre foi de R\$ 67,5 milhões, uma redução de 56,1% em relação ao 1T10.

Tivemos um incremento na cobertura de estoques, em função das vendas, compensados por um aumento no prazo médio de fornecedores. Esperamos uma melhora na cobertura de estoques nos próximos trimestres. Também continuaremos perseguindo uma redução nos impostos a recuperar, que, apesar de bastante efetiva em 2010, ainda oferece oportunidades em 2011.

Reafirmamos o *guidance* de um investimento em ativos imobilizados no valor de R\$ 300 milhões para o ano de 2011, concentrados na contínua evolução de nossa plataforma de tecnologia da inovação e na logística, além da capacitação industrial.



### 3. DRE's pró-forma

A margem de lucro auferida nas exportações do Brasil para as operações internacionais foi subtraída do CPV das respectivas operações, demonstrando o real impacto dessas subsidiárias<sup>5</sup> 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>5</sup> Esse ajuste é feito de forma plena uma vez que 100% do capital dessas subsidiárias são detidos pela Natura Cosméticos S.A.

### 3.1 OPERAÇÃO BRASIL (DRE Pro-Forma)

(R\$ milhões)	1T11	1T10	Var %
Total de Consultoras - final do período* (em milhares)	1.032,7	885,1	16,7
Unidades de produtos para revenda (em milhões)	90,1	86,3	4,4
Receita Bruta	1.438,7	1.290,9	11,4
Receita Líquida	1.052,5	942,4	11,7
Lucro Bruto	747,3	660,6	13,1
Despesas com Vendas	(368,9)	(302,9)	21,8
Despesas Administrativas e Gerais	(125,4)	(107,1)	17,1
Remuneração dos Administradores	(3,2)	(4,0)	-19,8
Outras Receitas / (Despesas) Operacionais, líquidas	14,7	0,1	na
Receitas / (Despesas) Financeiras, líquidas	(9,8)	(5,3)	85,2
Lucro antes do IR/CSLL	254,6	241,4	5,5
Lucro Líquido	178,8	169,3	5,6
EBITDA	287,6	267,0	7,7
<i>Margem Bruta</i>	<i>71,0%</i>	<i>70,1%</i>	<i>0,9 pp</i>
<i>Despesas com Vendas/Receita Líquida</i>	<i>35,1%</i>	<i>32,1%</i>	<i>2,9 pp</i>
<i>Despesas Administrativas e Gerais/Receita Líquida</i>	<i>11,9%</i>	<i>11,4%</i>	<i>0,5 pp</i>
<i>Margem Líquida</i>	<i>17,0%</i>	<i>18,0%</i>	<i>-1,0 pp</i>
<i>Margem EBITDA</i>	<i>27,3%</i>	<i>28,3%</i>	<i>-1,0 pp</i>

- O número de consultoras no Brasil alcançou 1.033 mil ao final do 1T11, com um crescimento de 16,7% em comparação ao 1T10. A produtividade<sup>6</sup> de nossas consultoras reduziu-se em 4,4% (passando de R\$ 2.042 no 1T10 para R\$ 1.952 no 1T11).
- A participação de pedidos pela internet manteve os patamares do final de 2010, de 90%.

<sup>6</sup> Produtividade medida a preços de varejo

## 3.2 OPERAÇÕES EM CONSOLIDAÇÃO (Argentina, Chile e Peru)

### DRE Pró-Forma

(R\$ milhões)	1T11	1T10	Var %
Total de Consultoras - final do período* (em milhares)	131,6	112,4	17,1
Unidades de produtos para revenda (em milhões)	8,5	5,4	56,4
Receita Bruta	78,8	64,4	22,5
Receita Líquida	60,1	49,2	22,3
Lucro Bruto	36,4	28,7	26,6
Despesas com Vendas	(30,0)	(27,3)	10,1
Despesas Administrativas e Gerais	(5,2)	(4,7)	8,9
Outras Receitas / (Despesas) Operacionais, líquidas	(0,8)	(0,9)	-11,8
Receitas / (Despesas) Financeiras, líquidas	(0,1)	0,3	na
Lucro / (Prejuízo) antes do IR/CSLL	0,3	(3,8)	na
Lucro / (Prejuízo) Líquido	(1,9)	(5,3)	na
EBITDA	1,3	(3,5)	na
<i>Margem Bruta</i>	<i>60,5%</i>	<i>58,4%</i>	<i>2,1 pp</i>
<i>Despesas com Vendas/Receita Líquida</i>	<i>49,9%</i>	<i>55,5%</i>	<i>-5,5 pp</i>
<i>Despesas Administrativas e Gerais/Receita Líquida</i>	<i>8,6%</i>	<i>9,6%</i>	<i>-1,1 pp</i>
<i>Margem Líquida</i>	<i>-3,1%</i>	<i>-10,7%</i>	<i>7,6 pp</i>
<i>Margem EBITDA</i>	<i>2,2%</i>	<i>-7,1%</i>	<i>9,3 pp</i>

- Nas operações em consolidação, a receita líquida no 1T11 foi de R\$ 60,1 milhões com um crescimento de 30,3% em moeda local ponderada (22,3% em reais) em relação ao 1T10.
- O número de consultoras cresceu 17,1%, alcançando 132 mil ao final do 1T11.
- Essas operações apresentaram como resultado um EBITDA favorável de R\$ 1,3 milhões, resultado da diluição de despesas com vendas e administrativas.

### 3.3 OPERAÇÕES EM IMPLANTAÇÃO (México e Colômbia)

DRE Pro-Forma

(R\$ milhões)	1T11	1T10	Var %
Total de Consultoras - final do período* (em milhares)	63,2	45,3	39,5
Unidades de produtos para revenda (em milhões)	4,3	2,8	53,5
Receita Bruta	34,5	22,5	53,5
Receita Líquida	29,7	19,4	53,5
Lucro Bruto	16,7	11,5	46,1
Despesas com Vendas	(20,3)	(15,0)	34,6
Despesas Administrativas e Gerais	(3,7)	(3,2)	16,3
Outras Receitas / (Despesas) Operacionais, líquidas	(0,1)	(0,0)	265,6
Receitas / (Despesas) Financeiras, líquidas	(0,3)	(1,6)	-82,9
Lucro / (Prejuízo) antes do IR/CSLL	(7,6)	(8,3)	-9,2
Lucro / (Prejuízo) Líquido	(8,1)	(8,8)	-7,4
EBITDA	(6,7)	(6,4)	5,7
<i>Margem Bruta</i>	<i>56,3%</i>	<i>59,1%</i>	<i>-2,8 pp</i>
<i>Despesas com Vendas/Receita Líquida</i>	<i>68,1%</i>	<i>77,7%</i>	<i>-9,5 pp</i>
<i>Despesas Administrativas e Gerais/Receita Líquida</i>	<i>12,3%</i>	<i>16,3%</i>	<i>-3,9 pp</i>
<i>Margem Líquida</i>	<i>-27,4%</i>	<i>-45,4%</i>	<i>18,0 pp</i>
<i>Margem EBITDA</i>	<i>-22,7%</i>	<i>-32,9%</i>	<i>10,3 pp</i>

- Nas operações em implantação, a receita líquida no 1T11 foi de R\$ 29,7 milhões, um crescimento de 55,7% em moeda local ponderada (53,5% em reais).
- O número de consultoras cresceu 39,5%, alcançando 63 mil ao final do 1T11.
- Estas operações apresentaram EBITDA negativo de R\$ 6,7 milhões no 1T11 em linha com o valor de R\$ 6,4 milhões no 1T10.

- Em nossa operação no México iniciamos a transição para o novo modelo comercial, que denominamos Rede de Relações Sustentáveis. Esse modelo vem de encontro ao espírito empreendedor do mercado local, concilia plano de carreira e benefícios econômicos com uma visão mais integral do ser humano, promovendo também o desenvolvimento social e ambiental e mantendo a proposta de valor da Natura.

Acreditamos que o novo modelo, cuja implementação se dá ao longo deste ano vai garantir o crescimento acelerado da operação mexicana, promover uma transformação social e de qualidade das relações com eficiência financeira.

**Os outros investimentos internacionais**, os quais dizem respeito a nossa operação na França e aos gastos com projetos e estrutura corporativa dedicada a área internacional, registraram prejuízo (EBITDA) de R\$ 18,1 milhões no 1T11 contra R\$ 13,6 milhões no 1T10.

## TELECONFERÊNCIA & WEBCAST

**Português:** Sexta-feira, 29 de abril de 2011  
10h00 – horário de Brasília

**Inglês:** Sexta-feira, 29 de abril de 2011  
12h00 – horário de Brasília

Participantes do Brasil: +55 11 4688-6341

Participantes dos EUA: Toll Free +1 800 860-2442

Participantes de outros países: +1 412 858-4600

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**

Helmut Bossert, [helmutbossert@natura.net](mailto:helmutbossert@natura.net)

Patricia Anson, [patriciaanson@natura.net](mailto:patriciaanson@natura.net)

Bruno Caloi, [brunocaloi@natura.net](mailto:brunocaloi@natura.net)

Bruno Compagnoli, [brunocompagnoli@natura.net](mailto:brunocompagnoli@natura.net)



## > Balanços Patrimoniais Levantados em 31 de Março de 2011 e em 31 de Dezembro de 2010

<b>ATIVO</b>	<b>Mar/11</b>	<b>Dez/10</b>	<b>PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>Mar/11</b>	<b>Dez/10</b>
<b>CIRCULANTES</b>			<b>CIRCULANTES</b>		
Caixa e equivalentes de caixa	868,1	560,2	Empréstimos e financiamentos	401,6	226,6
Contas a receber de clientes	438,2	570,3	Fornecedores e outras contas a pagar	380,1	366,5
Estoques	681,1	571,5	Dividendos e juros sobre capital próprio a pagar	430,1	-
Impostos a recuperar	150,6	101,5	Salários, participações nos resultados e encargos sociais	120,9	162,7
Outros créditos	90,2	66,4	Obrigações tributárias	377,3	366,0
<b>Total dos ativos circulantes</b>	<b>2.228,2</b>	<b>1.869,9</b>	Instrumentos financeiros derivativos	8,5	4,1
			Outras obrigações	54,1	64,7
<b>NÃO CIRCULANTES</b>			<b>Total dos passivos circulantes</b>	<b>1.772,7</b>	<b>1.190,7</b>
Realizável a longo prazo:			<b>NÃO CIRCULANTES</b>		
Impostos a recuperar	96,3	109,3	Empréstimos e financiamentos	525,5	465,1
Imposto de renda e contribuição social diferido	202,4	180,3	Obrigações tributárias	230,4	215,1
Depósitos judiciais	353,9	337,0	Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	73,2	73,8
Outros ativos não circulantes	46,7	44,9	Provisão para plano de assistência médica	20,3	19,7
Imobilizado	552,4	560,5	<b>Total dos passivos não circulantes</b>	<b>849,5</b>	<b>773,7</b>
Intangível	123,1	120,1	<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>		
<b>Total do ativos não circulantes</b>	<b>1.374,9</b>	<b>1.352,0</b>	Capital social	421,9	418,1
			Reservas de capital	150,3	149,6
			Reservas de lucros	434,7	282,9
			Ações em tesouraria	(0,0)	(0,0)
			Dividendo adicional proposto	-	430,1
			Outros resultados abrangentes	(25,8)	(23,2)
			<b>Total do patrimônio líquido</b>	<b>980,9</b>	<b>1.257,5</b>
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>3.603,1</b>	<b>3.221,9</b>	<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>3.603,1</b>	<b>3.221,9</b>

## > Demonstrações Contábeis do Resultado para os Trimestres Findos em 31 de Março de 2011 e de 2010

<i>em R\$ milhões - Exceto lucro líquido por ação</i>	<b>1T11</b>	<b>1T10</b>
<b>RECEITA LÍQUIDA</b>	<b>1.145,8</b>	<b>1.014,4</b>
Custo dos produtos vendidos	(343,2)	(311,7)
<b>LUCRO BRUTO</b>	<b>802,6</b>	<b>702,7</b>
<b>(DESPESAS) RECEITAS OPERACIONAIS</b>		
Com vendas	(422,9)	(348,8)
Administrativas e gerais	(151,0)	(127,0)
Remuneração dos administradores	(3,2)	(4,0)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	13,8	(0,8)
<b>LUCRO OPERACIONAL ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO</b>	<b>239,3</b>	<b>222,0</b>
<b>LUCRO ANTES DO IMPOSTO DE RENDA E DA CONTRIBUIÇÃO SOCIAL</b>	<b>229,1</b>	<b>215,5</b>
Imposto de renda e contribuição social	(78,6)	(73,9)
<b>LUCRO LÍQUIDO</b>	<b>150,5</b>	<b>141,6</b>

## > Demonstrações Contábeis dos Fluxos de Caixa para os Trimestres Findos em 31 de Março de 2011 e de 2010

em R\$ milhões	1T11	1T10
<b>FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS</b>		
<b>Lucro líquido do trimestre</b>	<b>150,5</b>	<b>141,6</b>
Ajustes para reconciliar o lucro líquido do trimestre com o caixa líquido gerado pelas atividades operacionais:		
Depreciações e amortizações	24,8	21,5
Provisão (reversão) decorrente dos contratos de operações com derivativos "swap" e "forward"	8,4	(5,7)
Reversão de provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	(0,3)	(5,7)
Atualização monetária de depósitos judiciais	(6,5)	(5,9)
Imposto de renda e contribuição social	78,6	73,9
Resultado na venda e baixa de ativo imobilizado e intangível	2,0	1,5
Juros e variação cambial sobre empréstimos e financiamentos e outros passivos	4,7	15,6
Despesas com planos de outorga de opções de compra de ações	1,8	0,7
Provisão (reversão) para créditos de liquidação duvidosa	(0,9)	2,9
Provisão para perdas nos estoques	1,7	10,6
Provisão com plano de assistência médica	0,6	-
Reconhecimento de crédito tributário de processo judicial	(16,9)	-
	<b>248,6</b>	<b>250,9</b>
<b>(AUMENTO) REDUÇÃO DOS ATIVOS</b>		
Contas a receber de clientes	133,0	69,1
Estoques	(111,3)	(53,5)
Impostos a recuperar	(19,3)	(30,8)
Outros ativos	(25,7)	(6,9)
<b>Subtotal</b>	<b>(23,3)</b>	<b>(22,1)</b>
<b>AUMENTO (REDUÇÃO) DOS PASSIVOS</b>		
Fornecedores nacionais e estrangeiros	13,6	(31,0)
Salários, participações nos resultados e encargos sociais, líquidos	(41,8)	(39,5)
Obrigações tributárias	20,1	12,5
Outros passivos	(10,6)	21,6
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	(0,3)	-
<b>Subtotal</b>	<b>(19,0)</b>	<b>(36,4)</b>
<b>CAIXA GERADO PELAS OPERAÇÕES</b>	<b>206,3</b>	<b>192,4</b>
Pagamentos de imposto de renda e contribuição social	(94,2)	(6,1)
Pagamentos de recursos por liquidação de operações com derivativos	(4,0)	-
Pagamento de juros sobre empréstimos e financiamentos	(5,4)	(3,7)
<b>CAIXA LÍQUIDO GERADO PELAS ATIVIDADES OPERACIONAIS</b>	<b>102,7</b>	<b>182,6</b>
<b>FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO</b>		
Adições de imobilizado e intangível	(22,9)	(12,8)
Recebimento pela venda de ativo imobilizado e intangível	1,1	2,7
Depósitos judiciais	(10,4)	(15,9)
<b>CAIXA LÍQUIDO UTILIZADO NAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO</b>	<b>(32,2)</b>	<b>(26,0)</b>
<b>FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO</b>		
Amortização de empréstimos e financiamentos - principal	(65,4)	(152,5)
Captações de empréstimos e financiamentos	301,6	60,0
Aumento de capital por subscrição (153.230 ações ordinárias ao preço médio de R\$24,78)	3,8	2,8
<b>CAIXA LÍQUIDO GERADO (UTILIZADO) NAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO</b>	<b>240,0</b>	<b>(89,7)</b>
Efeito de variação cambial sobre o caixa e equivalentes de caixa mantidos em moeda estrangeira	(2,6)	0,1
<b>AUMENTO LÍQUIDO NO CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA</b>	<b>307,9</b>	<b>67,1</b>
Saldo inicial do caixa e equivalentes de caixa	560,2	500,3
Saldo final do caixa e equivalentes de caixa	868,1	567,4
<b>AUMENTO (REDUÇÃO) NO CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA</b>	<b>307,9</b>	<b>67,1</b>

*O EBITDA não é uma medida utilizada nas práticas contábeis adotadas no Brasil, não representado 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 "proforma", 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 27, 2011** – Natura Cosméticos S.A. (BM&FBovespa: announces today its results for the first quarter of 2011 (1Q11).

## Introduction

**In the first quarter of 2011, Natura's consolidated net revenue was R\$1,145.8 million, growing 13.0% over the same period of the previous year. EBITDA was up 8.4% year-on-year to R\$264.1 million with a margin of 23.0%. Net income was R\$150.5 million with a net margin of 13.1%. Brazilian operations posted a net revenue increase of 11.7% and international operations, 36.5% in local currency.**

Our Brazilian operations keep robust and indications are that demand remains high. The first quarter revenue increase below levels seen in recent quarters was due to a temporary alteration in the promotional dynamics of the period's cycles.

In our operations in consolidation (Argentina, Chile and Peru), net revenue grew 30.3% in local currency, with positive EBITDA and up R\$5.0 million year-on-year. Operations in implementation – Mexico and Colombia – saw growth of 55.7% in local currency. International operations already represent more than 8% of Natura's total revenue.

### **1Q11 Highlights:**

- ✓ Our sales channel continues to grow consistently. Our consultant base in Brazil had grown 16.7% by the end of the quarter and in international operations, 24.0%. Turnover and default remain low, showing the quality of this growth.
- ✓ The innovation index remains high at 62.6% in the quarter. We invested 2.8% of net revenue in research and development in the quarter, compared to 2.6% in 1Q10.

- ✓ In Brazil, according to recently disclosed SIPATESP/ABIHPEC<sup>1</sup> data for 2010, Natura gained 110 bps in market share in its core market, reaching 24.0% and expanding its leadership in the Brazilian market.
- ✓ According to Euromonitor, in all countries where we have operations, including Brazil, we gained market share. It should be noted that direct sales also expanded its market share in cosmetics, fragrances and personal care products in all our Latin American markets, according to the same source.
- ✓ As announced, preference for the Natura brand reached 49% in Brazil in 2010, up 3 p.p. over the previous year, and in Argentina and Peru we are among the three top brands.

## **Looking Ahead**

We continue the execution of our strategy with initiatives to guarantee Natura's growth and competitiveness in this and in the coming years.

In Brazil, we hope to expand our market share with the strength of our brand, sales team and opportunity for growth in categories where we have little penetration, in a market that should continue to grow robustly and above GDP growth.

In international operations, we are developing our expansion plans supported by more customized operations in terms of the product category strategy, local production and additional investments in the brand to transform these operations in an increasingly important and profitable business platform for the Company.

In our Mexican operation, we are innovating with the start of our transition to a new commercial model, which we call the Sustainable Relations Network. This model is in line with the characteristics of the local market, as it offers a more attractive development and growth plan for our consultants, integrating economic, social and environmental issues, accelerating growth and reinforcing Natura's value proposition in Mexico.

Investments in infrastructure and information technology to ensure growth and constant improvement of our services are occurring as planned. The implementation of local production in Argentina, Mexico and Colombia are in progress. In Brazil, the new Distribution Centers in Castanhal, Para State and Uberlândia, Minas Gerais State have already brought significant

---

<sup>1</sup> ABIHPEC/SIPATESP – core market of cosmetics, fragrances and personal care market in Brazil and Natura's market share

reductions in delivery times to consultants of up to 40% in northern Brazil, the south of Minas Gerais State, Goiás State and the Federal District.

We also continue to expand our investments in research and development of products and concepts, and, in particular, we plan to increase commercial innovation with an emphasis on the use of digital means.

### **Cosmetics, Fragrances and Personal Care Market**

Data for 2010 disclosed by SIPATESP/ABIHPEC show that in Brazil, our core market grew 13.5%. Our market share reached 24.0% up 110 bps over 2009. The cosmetics and fragrances market grew 16.8%, while personal care products were up 10.4%.

➤ **ABIHPEC/SIPATESP – core market of cosmetics, fragrances and personal care market in Brazil and Natura’s market share**

	Core Market (R\$ million)			Market Share - Natura (%)		
	2010	2009	Change %	2010	2009	Change %
Cosmetics and Fragrances	9,704.1	8,310.6	16.8%	34.9%	33.7%	1.2
Toiletries	9,852.0	8,923.9	10.4%	13.3%	12.9%	0.4
<b>Total</b>	<b>19,556.2</b>	<b>17,234.5</b>	<b>13.5%</b>	<b>24.0%</b>	<b>22.9%</b>	<b>1.1</b>

More broadly, considering the cosmetic, fragrance and personal care market as a whole, including segments in which we do not operate (hair color, oral care, diapers and nail polish, among others), we expanded our market share by 60 bps with concomitant increases in all countries according to consulting firm Euromonitor.

In Brazil, we expanded our leadership by 50 bps, reaching 14.4% market share and increasing the distance to the second ranked company. According to this source, the Brazilian market grew 14.9% in constant dollars and remained the 3rd largest world market, valued at US\$37.4 billion.

➤ **Euromonitor – Total cosmetics, fragrances and personal care market in Latin America and Natura’s market share**

	Market	Change %	Market Share Natura		
	2010	10 x 09	2010	2009	Var
Brazilian Operations	37.421	14,9%	14,4%	13,9%	0,5 pp
Consolidation Operations	7.185	12,7%	3,5%	3,2%	0,4 pp
Implementation Operations	12.031	6,7%	0,7%	0,4%	0,3 pp
<b>Total</b>	<b>56.636</b>	<b>12,8%</b>	<b>10,1%</b>	<b>9,5%</b>	<b>0,6 pp</b>

Source: Euromonitor 2010

Remarks:

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

Values in constant dollars, 2010

Market value and market share for 2009 were reviewed by the consulting

## **Social and Environmental Performance**

In this quarter we continue to join economic results with generation of social opportunities and reduction of environmental impacts. At the end of 2010, we launched the *Acolher* Program, designed to identify and recognize social initiatives developed by our consultants. In its first edition, we selected 17 initiatives, which will receive financial support of R\$5 thousand to R\$15 thousand, in addition to technical training for project execution. Together with the *Crer Para Ver* (“Believing in Seeing”) Program, this program is part of our efforts to raise awareness, sensitize and mobilize our sales team to expand opportunities for all society.

At the end of 2010, we reached a total reduction of 21.2% in relative greenhouse gas emissions (GGE) since 2007. Based on our experience over these years, we recognize that we will only reach our reduction target of 33% in 2013. We are also faced with the additional challenge of reducing our absolute emissions of the Brazilian operation by 10% relative to 2008 emissions by 2012. Data for this indicator relative to the first quarter of this year are not yet available.

Regarding water consumption, measured in liters per billed product, we are above our target due to the divergence between production volume and billed products. We are confident that we will reach this goal by the end of the period.

The *Crer Para Ver* Program will be re-launched this year with a new product line and a strong campaign with our consultants.

The table below shows some of our commitments for 2011:

<b>Indicator</b>	<b>2010 Commitment</b>	<b>2010 Results</b>	<b>2011 Commitment</b>	<b>1T11 Results</b>
<b>Greenhouse gases</b>	Reduce greenhouse gas emissions by 33% by 2013, considering the inventory we conducted in 2006.	-7,3% (21.2% Throughout the year)	Reduce gas emissions by 2.7% (over 2009)	N / A (not available)
<b>Water consumption</b>	Reduce water consumption per unit billed by 10%.	0.47 liter/unit billed (10% reduction)	Reduce water consumption per unit billed by 10%.	0.64 liter/unit billed
<b>Collections CPV</b>	Collect R\$ 6 million from the sales <i>Crer Para Ver</i> line.	R\$ 10 million	Collect R\$ 6 million from the sales <i>Crer Para Ver</i> line.	R\$ 1.4 million

*Obs. Water consumption through February*

## 2. CONSOLIDATED RESULTS

(R\$ million)	1Q11	1Q10	Change %
Total Consultants - end of period* (in thousands)	1,230.0	1,044.2	17.8
Units sold – items for resale (in million)	102.9	94.6	8.8
Gross Revenues	1,556.0	1,381.5	12.6
Net Revenues	1,145.8	1,014.4	13.0
Gross Profit	802.6	702.7	14.2
Sales Expenses	(422.9)	(348.8)	21.2
General and Administrative Expenses	(151.0)	(127.0)	18.9
Management compensation	(3.2)	(4.0)	-19.8
Other Operating Income / (Expenses), net	13.8	(0.8)	-1818.1
Financial Income / (Expenses), net	(10.2)	(6.6)	55.3
Earnings Before Taxes	229.1	215.5	6.3
Net Income (Losses)	150.5	141.6	6.3
EBITDA**	264.1	243.5	8.4
<i>Gross Margin</i>	<i>70.0%</i>	<i>69.3%</i>	<i>0.8 pp</i>
<i>Sales Expenses/Net Revenues</i>	<i>36.9%</i>	<i>34.4%</i>	<i>2.5 pp</i>
<i>General and Admin. Expenses/Net Revenues</i>	<i>13.2%</i>	<i>12.5%</i>	<i>0.7 pp</i>
<i>Net Margin</i>	<i>13.1%</i>	<i>14.0%</i>	<i>-0.8 pp</i>
<i>EBITDA Margin</i>	<i>23.0%</i>	<i>24.0%</i>	<i>-1.0 pp</i>

(\*) Positon at the end of the 18th sales cycle

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

**Consolidated net revenue** in 1Q11 was R\$1,145.8 million, up 13.0% compared to 1Q10. **In Brazil**, net revenue grew 11.7% year-on-year to R\$1,052.5. **International operations** posted net revenue of R\$93.4 million, growing 36.5% in local weighted currency and 29.7% in reais over 1Q10. International operations accounted for 8.1% of net revenue in the quarter, versus 7.1% in 1Q10.

**Cost of Goods Sold (COGS)** decreased from 30.7% of net revenue in 1Q10 to 30.0% in 1Q11, representing an improvement of 80 bps in gross margin. Price increases and our supplier management, together with the real's appreciation against the dollar, were the main drivers of this increase.

The table below presents the main components of COGS:

**> Composition of Cost of Good Sold**

	<b>1Q11</b>	<b>1Q10</b>
RM/PM*	80.1	79.9
Labor	9.2	9.1
Depreciation	3.5	3.7
Others	7.2	7.4
<b>Total</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

(\*) Raw material and packaging material

Selling expenses represented 36.9% of net revenue in 1Q11, compared to 34.4% in the previous year. In this quarter, we saw reduced dilution of fixed costs with logistics and our sales team and, according to our strategy, we continue to expand investments in marketing focusing on samples, sales team training and advertising.

**General and administrative expenses** increased from 12.5% of net revenue in 1Q10 to 13.2% in 1Q11 due to investments in innovation and strategic projects that will permit future growth, as we have previously reported.

**Other operating revenues and expenses** totaled R\$13.8 million, reflecting the non-recurring effects of the recognition of a contingent PIS and COFINS credit.

**Consolidated net income before income tax and social contribution** was R\$229.1 million in the period, up 6.3% year-on-year. The **consolidated net income** of R\$150.5 million in the quarter was up 6.3% from the R\$141.6 million in 1Q10.

**Consolidated EBITDA** was R\$264.1 million in 1Q11, 8.4% greater than the R\$243.55 million posted in 1Q10, with an EBITDA margin of 23.0%, compared to 24.0% in 1Q10.

<b>&gt; EBITDA (R\$ million)</b>			
<b>(R\$ million)</b>	<b>1Q11</b>	<b>1Q10</b>	<b>Change %</b>
Net Revenues	1,145.8	1,014.4	13.0
(-) Cost of Sales and Expenses	906.6	792.4	14.4
<b>EBIT</b>	<b>239.3</b>	<b>222.0</b>	<b>7.8</b>
(+) Depreciation/Amortization	24.8	21.5	15.4
<b>EBITDA</b>	<b>264.1</b>	<b>243.5</b>	<b>8.4</b>

The table below shows the reconciliation of consolidated EBITDA per operating segment:

<b>&gt; EBITDA <i>pro-forma</i> by areas of operation (R\$ million)</b>			
<b>(R\$ million)</b>	<b>1Q11</b>	<b>1Q10</b>	<b>Change %</b>
Brazil	287.6	267.0	7.7
Argentina, Chile and Peru	1.3	(3.5)	na
Mexico and Colombia	(6.7)	(6.4)	5.7
Others Investments	(18.1)	(13.6)	33.2
<b>Total</b>	<b>264.1</b>	<b>243.5</b>	<b>8.4</b>

## ➤ PRO-FORMA CASH FLOW

(R\$ million)	1Q11	1Q10	Var %
<b>Net income</b>	<b>150.5</b>	<b>141.6</b>	<b>6.3</b>
(+) Depreciation and amortization	24.8	21.5	15.4
<b>Internal cash generation</b>	<b>175.3</b>	<b>163.0</b>	<b>7.5</b>
Cashflow (Increase) / Decrease	(68.3)	4.5	na
(+) Non-cash	(16.6)	(0.9)	na
<b>Operating cash generation</b>	<b>90.4</b>	<b>166.6</b>	<b>(45.8)</b>
Capex	(22.9)	(12.8)	78.9
<b>Free cash flow*</b>	<b>67.5</b>	<b>153.9</b>	<b>(56.1)</b>

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

Internal cash flow was up 7.5% to R\$175.3 million in the period, slightly above the 6.3% increase in net income. Of this total, R\$68.3 million was invested in working capital and R\$22.9 million in fixed assets. With this, free cash flow for the year was R\$67.5 million, down 56.1% compared to 1Q10.

We saw increased inventory coverage as a result of sales, offset by an increase in the average supplier term. We hope to see improved inventory coverage in the next quarters. We will continue to seek a reduction in recoverable taxes, which, although it was considerably effective in 2010, still offers opportunities in 2011.

We reaffirm our fixed asset investment guidance in the amount of R\$300 million for 2011, concentrated in the continuous evolution of our technological platform for innovation and in logistics, in addition to industrial capacity.



### **3. PRO-FORMA INCOME STATEMENTS**

The profit margin of Brazilian exports for international operations was subtracted from the COGS of the respective operations to show the actual impact of these subsidiaries<sup>2</sup> on the company's consolidated result. Thus, the pro-forma Income Statement for the Brazilian operations presents only domestic sales figures.

---

<sup>2</sup> This adjustment is fully applied as 100% of the capital of these subsidiaries is held by Natura Cosméticos S.A.

### 3.1 BRAZILIAN OPERATION PRO-FORMA INCOME STATEMENT

<b>(R\$ million)</b>	<b>1Q11</b>	<b>1Q10</b>	<b>Change %</b>
Total Consultants - end of period (in thousands)	1,032.7	885.1	16.7
Units sold – items for resale (in million)	90.1	86.3	4.4
Gross Operating Revenues	1,438.7	1,290.9	11.4
Net Operating Revenues	1,052.5	942.4	11.7
Gross Profit	747.3	660.6	13.1
Sales Expenses	(368.9)	(302.9)	21.8
General and Administrative Expenses	(125.4)	(107.1)	17.1
Management compensation	(3.2)	(4.0)	-19.8
Other Operating Income / (Expenses), net	14.7	0.1	na
Financial Income / (Expenses), net	(9.8)	(5.3)	85.2
Earnings Before Taxes	254.6	241.4	5.5
Net Income (Losses)	178.8	169.3	5.6
EBITDA	287.6	267.0	7.7
<i>Gross Margin</i>	<i>71.0%</i>	<i>70.1%</i>	<i>0.9 pp</i>
<i>Sales Expenses/Net Revenues</i>	<i>35.1%</i>	<i>32.1%</i>	<i>2.9 pp</i>
<i>General and Admin. Expenses/Net Revenues</i>	<i>11.9%</i>	<i>11.4%</i>	<i>0.5 pp</i>
<i>Net Margin</i>	<i>17.0%</i>	<i>18.0%</i>	<i>-1.0 pp</i>
<i>EBITDA Margin</i>	<i>27.3%</i>	<i>28.3%</i>	<i>-1.0 pp</i>

- The number of consultants in Brazil reached 1,033 thousand at the end of 1Q11, growing 16.7% compared to 1Q10. The productivity of our consultants declined 4.4%, from R\$2,702 in 1Q10 to R\$1,952 in 1Q11.
- Orders made via internet remained stable in comparison with the end of 2010, at 90%.

### 3.2 OPERATIONS IN CONSOLIDATION (Argentina, Chile and Peru) PRO-FORMA INCOME STATEMENT

	1Q11	1Q10	Change %
Total Consultants - end of period (in thousand)	131.6	112.4	17.1
Unit sold – items for resale (in million)	8.5	5.4	56.4
Gross Revenues	78.8	64.4	22.5
Net Revenues	60.1	49.2	22.3
Gross Profit	36.4	28.7	26.6
Sales Expenses	(30.0)	(27.3)	10.1
General and Administrative Expenses	(5.2)	(4.7)	8.9
Others Income / (Expenses), net	(0.8)	(0.9)	-11.8
Financial Income / (Expenses), net	(0.1)	0.3	n/a
Earnings Before Taxes	0.3	(3.8)	n/a
Net Income (Losses)	(1.9)	(5.3)	n/a
EBITDA	1.3	(3.5)	n/a
<i>Gross Margin</i>	60.5%	58.4%	2.1 pp
<i>Sales Expenses/Net Revenues</i>	49.9%	55.5%	-5.5 pp
<i>General and Admin. Expenses/Net Revenues</i>	8.6%	9.6%	-1.1 pp
<i>Net Margin</i>	-3.1%	-10.7%	7.6 pp
<i>EBITDA Margin</i>	2.2%	-7.1%	9.3 pp

- Net revenue from operations in consolidation was R\$60.1 million in 1Q11, for year-on-year increases of 30.3% in weighted local currency and 22.3% in reais.
- The number of consultants grew 17.1%, reaching 132 thousand at the end 1Q11.
- These operations presented positive EBITDA of R\$1.3 million as a result of the dilution of sales and administrative expenses.

### 3.3 OPERATIONS IN IMPLEMENTATION (México and Colômbia) PRO-FORMA INCOME STATEMENT

	1Q11	1Q10	Change %
Total Consultants - end of period (in thousand)	63.2	45.3	39.5
Unit sold – items for resale (in million)	4.3	2.8	53.5
Gross Revenues	34.5	22.5	53.5
Net Revenues	29.7	19.4	53.5
Gross Profit	16.7	11.5	46.1
Sales Expenses	(20.3)	(15.0)	34.6
General and Administrative Expenses	(3.7)	(3.2)	16.3
Others Income / (Expenses), net	(0.1)	(0.0)	n/a
Financial Income / (Expenses), net	(0.3)	(1.6)	n/a
Earnings Before Taxes	(7.6)	(8.3)	n/a
Net Income (Losses)	(8.1)	(8.8)	n/a
EBITDA	(6.7)	(6.4)	n/a
<i>Gross Margin</i>	<i>56.3%</i>	<i>59.1%</i>	<i>-2.8 pp</i>
<i>Sales Expenses/Net Revenues</i>	<i>68.1%</i>	<i>77.7%</i>	<i>-9.5 pp</i>
<i>General and Admin. Expenses/Net Revenues</i>	<i>12.3%</i>	<i>16.3%</i>	<i>-3.9 pp</i>
<i>Net Margin</i>	<i>-27.4%</i>	<i>-45.4%</i>	<i>18.0 pp</i>
<i>EBITDA Margin</i>	<i>-22.7%</i>	<i>-32.9%</i>	<i>10.3 pp</i>

- Operations in implementation posted net revenue of R\$29.7 million in 1Q11, growing 55.7% in weighted local currency and 53.5% in reais.
- The number of consultants grew 39.5%, reaching 63 thousand at the end 1Q11.
- These operations had negative EBITDA of R\$6.7 million in 1Q11, compared to the negative R\$6.4 million in 1Q10.

- In our Mexican operation, we began the transition to a new commercial model, which we call the Sustainable Relations Network. This model is in line with the entrepreneurial spirit of the local market, reconciling career plans and economic benefits to a more holistic view of people, promoting social and environmental development, as well as maintaining our value proposition.

We believe that the new model, which will be implemented throughout this year, will guarantee accelerated growth of the Mexican operation and promote a social transformation, impacting the quality of relationships with financial efficiency.

Other investments, which include our French operation and expenditures with corporate structuring and projects related to international operations, posted losses (EBITDA) of R\$18.1 million in 1Q11, as compared to R\$13.6 million in 1Q10.

## CONFERENCE CALL & WEBCAST

**Portuguese:**      **Friday, April 29, 2011**  
**10:00 A.M. - Brasília time**

**English:**         **Friday, April 29, 2011**  
**12:00 P.M. - Brasília time**

Calling from Brazil: +55 11 4688-6341  
Calling from the U.S.: Toll Free 1-800-860-2442  
Calling from other countries: +1 412 858-4600  
Access code: Natura

Live webcast at: [www.natura.net/investidor](http://www.natura.net/investidor)

## INVESTOR RELATIONS

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

Helmut Bossert, [helmutbossert@natura.net](mailto:helmutbossert@natura.net)

Patrícia Anson, [patriciaanson@natura.net](mailto:patriciaanson@natura.net)

Bruno Caloi, [brunocaloi@natura.net](mailto:brunocaloi@natura.net)

Bruno Compagnoli, [brunocompagnoli@natura.net](mailto:brunocompagnoli@natura.net)

Índice  
Carbono  
Eficiente **ICO2**  
2010-2011

**BM&FBOVESPA**  
A Nova Bolsa



Índice de  
Ações com Tag Along  
Diferenciado **ITAG**

**NATU3  
NOVO  
MERCADO**  
BM&FBOVESPA

Índice de  
Sustentabilidade  
Empresarial **ISE**  
2009-2010



Índice de  
Ações com Governança  
Corporativa Diferenciada **IGC**

Índice  
Brasil 50 **IBRX 50**

> **BALANCE SHEETS AS OF MARCH 31, 2011 AND DECEMBER 31, 2010** (In thousands of Brazilian reais - R\$)

<b>ASSETS</b>	<b>Mar/11</b>	<b>Dec/10</b>	<b>LIABILITIES AND SHAREHOLDERS' EQUITY</b>	<b>Mar/11</b>	<b>Dec/10</b>
<b>CURRENT ASSETS</b>			<b>CURRENT LIABILITIES</b>		
Cash and cash equivalents	868.1	560.2	Borrowings and financing	401.6	226.6
Trade accounts receivable	438.2	570.3	Trade and other payables	380.1	366.5
Inventories	681.1	571.5	Payroll, profit sharing and related taxes	120.9	162.7
Recoverable taxes	150.6	101.5	Taxes payable	377.3	366.0
Other receivables	90.2	66.4	Taxes payable	377.3	366.0
<b>Total current assets</b>	<b>2,228.2</b>	<b>1,869.9</b>	Derivatives	8.5	4.1
			Other payables	54.1	64.7
			<b>Total current liabilities</b>	<b>1,772.7</b>	<b>1,190.7</b>
<b>NONCURRENT ASSETS</b>			<b>NONCURRENT LIABILITIES</b>		
<b>Long-term assets:</b>			Borrowings and financing	525.5	465.1
Recoverable taxes	96.3	109.3	Taxes payable	230.4	215.1
Deferred income tax and social contribution	202.4	180.3	Provision for tax, civil and labor risks	73.2	73.8
Escrow deposits	353.9	337.0	Provision for healthcare plan	20.3	19.7
Other noncurrent assets	46.7	44.9	<b>Total noncurrent liabilities</b>	<b>849.5</b>	<b>773.7</b>
Property, plant and equipment	552.4	560.5			
Intangible assets	123.1	120.1	<b>SHAREHOLDERS' EQUITY</b>		
<b>Total noncurrent assets</b>	<b>1,374.9</b>	<b>1,352.0</b>	Capital	421.9	418.1
			Capital reserves	150.3	149.6
			Earnings reserves	434.7	282.9
			Proposed additional dividend	-	430.1
			Other comprehensive losses	(25.8)	(23.2)
			<b>Total equity attributable to owners of the Company</b>	<b>980.9</b>	<b>1,257.5</b>
<b>TOTAL ASSETS</b>	<b>3,603.1</b>	<b>3,221.9</b>	<b>TOTAL LIABILITIES AND SHAREHOLDERS' EQUITY</b>	<b>3,603.1</b>	<b>3,221.9</b>

**> STATEMENTS OF INCOME FOR THE QUARTERS ENDED MARCH 31, 2011 AND 2010** (In thousands of Brazilian reais - R\$, except earnings per share)

<b>R\$ million</b>	<b>1Q11</b>	<b>1Q10</b>
<b>NET REVENUE</b>	<b>1,145.8</b>	<b>1,014.4</b>
Cost of sales	(343.2)	(311.7)
<b>GROSS PROFIT</b>	<b>802.6</b>	<b>702.7</b>
<b>OPERATING (EXPENSES) INCOME</b>		
Selling	(422.9)	(348.8)
Administrative and general	(151.0)	(127.0)
Employee profit sharing	(3.2)	(4.0)
Other operating (expenses) income, net	13.8	(0.8)
<b>INCOME FROM OPERATIONS BEFORE FINANCIAL (EXPENSES) INCOME</b>	<b>239.3</b>	<b>222.0</b>
<b>INCOME BEFORE INCOME TAX AND SOCIAL CONTRIBUTION</b>	<b>229.1</b>	<b>215.5</b>
Income tax and social contribution	(78.6)	(73.9)
<b>NET INCOME</b>	<b>150.5</b>	<b>141.6</b>

## > STATEMENTS OF CASH FLOWS FOR THE QUARTERS ENDED MARCH 31, 2011 AND 2010

(In thousands of Brazilian reais - R\$)

R\$ million	1Q11	1Q10
<b>CASH FLOW FROM OPERATING ACTIVITIES</b>		
<b>Net income</b>	<b>150,5</b>	<b>141,6</b>
Adjustments to reconcile net income to net cash provided by operating activities:	-	-
Depreciation and amortization	24,8	21,5
Provision for losses on swap and forward contracts	8,4	(5,7)
Provision for tax, civil and labor contingencies	(0,3)	(5,7)
Interest and inflation adjustment of escrow deposits	(6,5)	(5,9)
Income tax and social contribution	78,6	73,9
(Gain) Loss on sale on property, plant and equipment and intangible assets	2,0	1,5
Equity in subsidiaries	-	-
Interest and exchange rate change on borrowings and financing and other liabilities	4,7	15,6
Stock options plans expenses	1,8	0,7
Allowance for doubtful accounts	(0,9)	2,9
Allowance for inventory losses	1,7	10,6
Provision for healthcare plan	0,6	-
Recognition of tax credits related to lawsuit	(16,9)	-
<b>(INCREASE) DECREASE IN ASSETS</b>	-	-
Trade accounts receivable	133,0	69,1
Inventories	(111,3)	(53,5)
Recoverable taxes	(19,3)	(30,8)
Other receivables	(25,7)	(6,9)
<b>Subtotal</b>	<b>(23,3)</b>	<b>(22,1)</b>
<b>INCREASE (DECREASE) IN LIABILITIES</b>		
Domestic and foreign suppliers	13,6	(31,0)
Payroll, profit sharing and related taxes, net	(41,8)	(39,5)
<b>Taxes payable</b>	<b>20,1</b>	<b>12,5</b>
<b>Other payables</b>	<b>(10,6)</b>	<b>21,6</b>
Provision for tax, civil and labor contingencies	(0,3)	(5,7)
Subtotal	(23,3)	(22,1)
OTHER CASH FLOWS FROM OPERATING ACTIVITIES	206,3	192,4
Payments of income tax and social contribution	(94,2)	(6,1)
Payments of derivatives	(4,0)	-
Payment of interest on borrowings and financing	(5,4)	(3,7)
<b>NET CASH PROVIDED BY OPERATING ACTIVITIES</b>	<b>102,7</b>	<b>182,6</b>
<b>CASH FLOW FROM INVESTING ACTIVITIES</b>	-	-
Acquisition of property, plant and equipment and intangible assets	(22,9)	(12,8)
Proceeds from sale of property, plant and equipment and intangible assets	1,1	2,7
Escrow deposits	(10,4)	(15,9)
<b>Investments in subsidiaries</b>	-	-
<b>NET CASH USED IN INVESTING ACTIVITIES</b>	<b>(32,2)</b>	<b>(26,0)</b>
<b>CASH FLOW FROM FINANCING ACTIVITIES</b>	-	-
Payments of borrowings and financing - principal	(65,4)	(152,5)
Proceeds from borrowings and financing	301,6	60,0
Capital increase through subscription of shares	3,8	2,8
<b>NET CASH PROVIDED BY (USED IN) FINANCING ACTIVITIES</b>	<b>240,0</b>	<b>(89,7)</b>
<b>Gains (losses) on translation of foreign-currency cash and cash equivalents</b>	<b>(2,6)</b>	<b>0,1</b>
<b>INCREASE (DECREASE) IN CASH AND CASH EQUIVALENTS</b>	<b>307,9</b>	<b>67,1</b>
Cash and cash equivalents at the beginning of the year/period	560,2	500,3
Cash and cash equivalents at the end of the year/period	868,1	567,4
<b>INCREASE (DECREASE) IN CASH AND CASH EQUIVALENTS</b>	<b>307,9</b>	<b>67,1</b>
<b>Additional statements of cash flows information:</b>	-	-
Restricted cash	6,2	5,8
Bank overdrafts - unused	265,5	242,1
<b>INCREASE (DECREASE) IN CASH AND CASH EQUIVALENTS</b>	<b>307,9</b>	<b>67,1</b>

*EBITDA is not used in the accounting practices adopted in Brazil, and thus it does not represent the cash flow for the periods.*

*It should also not be considered an alternative to net income as an indicator of operating performance or as an alternative to cash flow as an indicator of liquidity. EBITDA does not have a standardized meaning and its definition by the company may not be comparable to the Brazilian LAJIDA or to EBITDA as defined by other companies. Although, according to the accounting practices adopted in Brazil, EBITDA does not provide a measure of cash flow, the Management utilizes it to measure the Company's operating performance. Furthermore, we understand that certain investors and financial analysts utilize EBITDA as an indicator of the operating performance and/or cash flow of companies.*

*This report contains forward-looking statements. This information represents not only historical facts, but also reflects the wishes and expectations of Natura's management. The words "anticipate," "wish," "expect," "forecast," "intend," "plan," "predict," "project," "aim" 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 competition, product acceptance in the market, product transitions of the Company and its competitors, regulatory approval, currencies, currency fluctuation, supply and production difficulties and changes in product sales, among other risks. This report also contains "pro forma" information prepared by the Company to be used exclusively for information and reference purposes, since it is not audited. This report is current up to the present date and Natura does not undertake to update it in the event of new information and/or future events.*