

São Paulo, 27 de julho de 2016 – A Natura Cosméticos S.A. (BM&FBOVESPA: NATU3) anuncia hoje os resultados do segundo trimestre de 2016 (2T16). 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 2T16

No segundo trimestre de 2016, a receita líquida consolidada da Natura foi de R\$ 2.026 milhões (+5,0% vs. 2T15), o EBITDA R\$ 345 milhões (-3,5% vs. 2T15), o lucro líquido R\$ 91 milhões (-22% vs. 2T15) e a geração de caixa livre 96 milhões (-66% vs. 2T15).

No Brasil, diante de um cenário que continua desafiador, nossa receita bruta¹ cresceu 1,2% frente ao 2T15 e reverteu a tendência de retração observada nos seis trimestres anteriores.

No período, demos continuidade à execução de nosso plano estratégico, cujo foco está na revitalização da venda direta, em propostas inovadoras de produtos e conceitos com diferenciais de tecnologia e desempenho, na racionalização do portfólio, na revisão do posicionamento e estratégia da marca, no desenvolvimento de novas alternativas de canais, no desenho de uma organização mais ágil e eficiente e na continuidade do crescimento acelerado nas Operações Internacionais.

Dentre os destaques do trimestre, intensificamos o uso de ofertas e comunicações dirigidas, definimos um portfólio mais atrativo para os ciclos de datas comemorativas (Dia das Mães e Dia dos Namorados), lançamos a nova Revista Natura com melhor apresentação dos produtos, lançamos a estratégia de comunicação "Viva a sua beleza Viva", que resgata os pilares fundamentais da empresa, com maiores investimentos e mais destaque para os produtos, ao mesmo tempo que relançamos a linha de tratamento de pele Chronos e ampliamos o portfólio da linha de maquiagem UNA, ambas com resultados iniciais positivos.

Sobre o desenvolvimento de novos canais, os resultados da linha SOU no canal de farmácias são positivos, estamos executando nosso plano de expansão e até 31 de julho de 2016 estaremos em 1.278 lojas. Quanto às lojas próprias, em abril de 2016 a primeira unidade² foi aberta na cidade de São Paulo, com resultados favoráveis. A segunda loja³ está prevista para agosto de 2016 e nosso plano considera a abertura progressiva de outras unidades. No Rede Natura, canal on-line que apresenta crescimento de receita de dois dígitos, temos 70 mil franqueadas digitais (32 mil no 2T15) e 950 mil consumidores cadastrados.

Nas operações internacionais, que representaram 32% da receita líquida total (27% no 2T15), mantivemos o ritmo acelerado de crescimento em moeda local na Latam e em AUD⁴ na Aesop, respectivamente 33,3% (20,4% em BRL) e 47,4% (49,2% em BRL). Para a Latam, é importante destacar que o crescimento em BRL foi impactado pela valorização desta moeda frente à cesta de moedas na região. A Aesop encerrou o trimestre com 157 lojas em 19 países (112 lojas no 2T15 em 16 países), com crescimento de cerca de 17% no conceito "vendas mesmas lojas".

¹ Receita Bruta = Receita líquida + carga tributária. Receita líquida retraiu 2,3% versus o 2T15 impactada pelo aumento da carga tributária

² Loja aberta no Shopping Morumbi

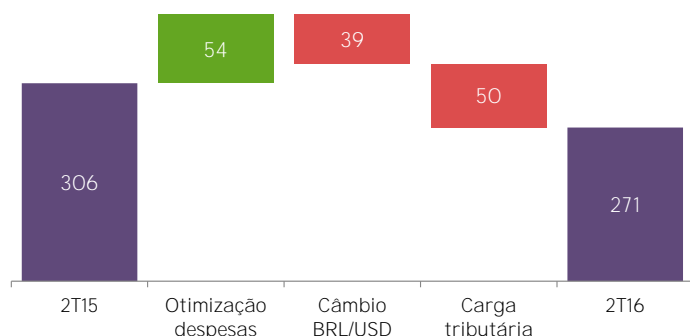
³ Segunda loja será aberta no Shopping Villa Lobos na cidade de São Paulo

⁴ AUD: dólares australianos

(R\$ milhões)	2T16	2T15	Var. (%)	6M16	6M15	Var. (%)
Receita Bruta Brasil	2.003,5	1.979,2	1,2	3.615,2	3.682,9	(1,8)
Receita Bruta Internacionais	812,0	658,1	23,4	1.520,3	1.160,2	31,0
Receita Bruta Consolidada	2.815,5	2.637,3	6,8	5.135,5	4.843,1	6,0
Receita Líquida Brasil	1.376,2	1.408,9	(2,3)	2.497,9	2.651,7	(5,8)
Receita Líquida Internacionais	649,5	520,1	24,9	1.217,5	918,9	32,5
Receita Líquida Consolidada	2.025,7	1.928,9	5,0	3.715,4	3.570,7	4,1
<i>% Participação Receita Líquida Internacionais</i>	<i>32,1%</i>	<i>27,0%</i>	<i>5,1 pp</i>	<i>32,8%</i>	<i>25,7%</i>	<i>7,0 pp</i>
EBITDA Brasil pró-forma	270,9	305,7	(11,4)	427,3	574,2	(25,6)
<i>% Margem EBITDA Brasil</i>	<i>19,7%</i>	<i>21,7%</i>	<i>(2,0) pp</i>	<i>17,1%</i>	<i>21,7%</i>	<i>(4,5) pp</i>
EBITDA Internacionais pró-forma	73,8	51,5	43,3	134,5	68,9	95,1
<i>% Margem EBITDA Internacionais</i>	<i>11,4%</i>	<i>9,9%</i>	<i>1,5 pp</i>	<i>11,0%</i>	<i>7,5%</i>	<i>3,5 pp</i>
EBITDA Consolidado	344,7	357,2	(3,5)	561,7	643,1	(12,6)
<i>% Margem EBITDA Consolidada</i>	<i>17,0%</i>	<i>18,5%</i>	<i>(1,5) pp</i>	<i>15,1%</i>	<i>18,0%</i>	<i>(2,9) pp</i>
Lucro Líquido (Prejuízo) Consolidado*	90,9	116,7	(22,0)	21,8	236,3	(90,8)
<i>% Margem Líquida Consolidada</i>	<i>4,5%</i>	<i>6,0%</i>	<i>(1,6) pp</i>	<i>0,6%</i>	<i>6,6%</i>	<i>(6,0) pp</i>
Geração Interna de Caixa	219,3	215,5	1,8	220,9	401,8	(45,0)
Geração de Caixa Livre	96,3	281,6	(65,8)	(71,4)	329,8	n/a
Dívida Líquida / EBITDA	n/a	n/a	n/a	1,43	1,17	22,4

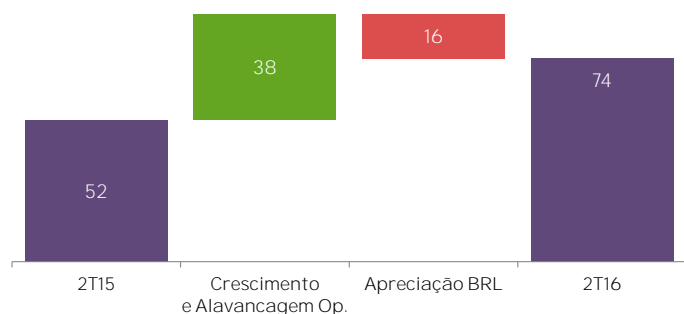
(*) Lucro Líquido / (Prejuízo) do período atribuível a acionistas controladores da sociedade

Variação EBITDA Brasil



permanecessem nos mesmos patamares do ano passado (em termos nominais).

Variação EBITDA Operações Internacionais

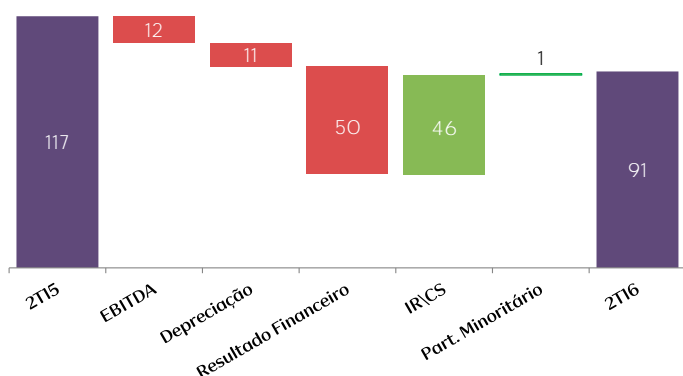


O EBITDA consolidado totalizou R\$ 345 milhões no período, 3,5% menor que o 2T15.

Como demonstrado no gráfico ao lado, a retração de 11,4% do EBITDA no Brasil é explicada principalmente pelo aumento da carga tributária (31,3% no 2T16 vs. 28,8% no 2T15) e pelo impacto desfavorável do câmbio no custo dos produtos vendidos. Esses fatores foram parcialmente compensados por uma gestão orçamentária mais robusta e focada em ganhos de produtividade, permitindo que as despesas administrativas

O EBITDA das Operações Internacionais (Latam, Aesop e França) totalizou R\$ 74 milhões, foi 43,3% superior ao 2T15 e representou 21% do valor consolidado (14% no 2T15). Quando o EBITDA das Operações Internacionais é traduzido para BRL e incorporado aos resultados consolidados, o impacto desfavorável da apreciação desta moeda foi compensado pela manutenção do crescimento acelerado da receita com alavancagem operacional.

Variação Lucro Líquido Consolidado



O lucro líquido consolidado do trimestre foi de R\$ 91 milhões (R\$ 117 milhões no 2T15) e sua contração deve-se aos seguintes fatores:

_EBITDA: piora principalmente pelo aumento da carga tributária no Brasil e impacto cambial no conjunto de nossas operações, ambos já explicados;

_Depreciação: aumento da base de ativos fruto dos investimentos realizados nos últimos anos;

_Resultado Financeiro: a) (R\$ 6 milhões) pelo aumento do CDI (3,36% no 2T16 vs. 3,03% no 2T15); b) (R\$ 13 milhões) pelo impacto desfavorável da

apreciação do BRL no saldo de contas a receber referente às exportações feitas em USD às Operações Internacionais; c) +R\$ 3 milhões pela atualização da opção de compra da Aesop; d) (R\$ 9 milhões) pela desvalorização do ARS frente ao BRL no saldo de importações a pagar na Natura Argentina ao Brasil em BRL; e) outros impactos (R\$ 25 milhões): atualização financeira de obrigações e provisões para contingências, PIS/Cofins sobre receitas financeiras, ajuste CPC 07, fiança bancária, despesas bancárias, entre outros

_IR/CS: impacto positivo no 2T16 em função do menor LAIR e do efeito da linearização realizada no 2T16. Alíquota de 9,8% no 2T16 (32,5% no 2T15) e 38,1% no 1S16 (32,0% no 1S15).

A geração de caixa livre no 2T16 foi de R\$ 96 milhões (geração de R\$ 282 milhões no 2T15). A queda de R\$ 185 milhões deve-se principalmente ao investimento em capital de giro pelo aumento da cobertura dos estoques no Brasil e na Latam. Em linha com o plano para 2016, o menor investimento em capex mitigou estes impactos negativos (o guidance de capex para 2016 é de R\$ 350 milhões). Nos primeiros seis meses do ano investimos R\$ 111 milhões (R\$ 141 milhões no 1S15) com destaque para as Operações Internacionais (Latam e Aesop).

(R\$ milhões)	2T16	2T15	Var. R\$	Var. %	6M16	6M15	Var. R\$	Var. %
Lucro Líquido do exercício*	90,9	116,7	(25,7)	(22,0)	21,8	236,3	(214,5)	(90,8)
Depreciações e amortizações	64,4	52,7	11,7	22,1	127,4	109,9	17,6	16,0
Itens não caixa / Outros	64,0	46,1	17,9	38,8	71,6	55,7	15,9	28,7
Geração interna de caixa	219,3	215,5	3,8	1,8	220,9	401,8	(180,9)	(45,0)
(Aumento) / Redução do Capital de Giro	(60,2)	156,9	(217,2)	(138,4)	(181,6)	68,9	(250,6)	(363,5)
Geração operacional de caixa	159,0	372,4	(213,3)	(57,3)	39,3	470,8	(431,5)	(91,7)
Capex	(62,7)	(90,8)	28,0	(30,9)	(110,6)	(141,0)	30,3	(21,5)
Geração de caixa livre**	96,3	281,6	(185,3)	(65,8)	(71,4)	329,8	(401,2)	(121,6)

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

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

Seguimos confiantes nos fundamentos da Natura, na força da nossa marca e no potencial do nosso plano estratégico para aumentarmos nossa competitividade e termos uma empresa financeiramente saudável, com forte geração de caixa.

1. destaques socioambientais

A Natura é a primeira empresa da América Latina a monetizar o impacto de seus negócios no meio ambiente e na sociedade, por meio da metodologia internacional EP&L (Ganhos e Perdas Ambientais, na sigla em inglês). A análise foi elaborada com consultoria técnica dos escritórios da PwC com base nos dados consolidados da Natura do ano de 2013. Foram contabilizados o uso e a poluição da água, a emissão de gases de efeito estufa, a geração de resíduos sólidos, a emissão de poluentes no ar e o uso da terra.

O estudo revelou que o impacto ambiental da cadeia da Natura – que compreende a extração de matérias-primas, a fabricação e o transporte dos produtos e o descarte das embalagens – foi estimado em R\$ 132 milhões para 2013. Esse impacto teria sido maior (equivalente a R\$ 164 milhões) sem as medidas do Programa Carbono Neutro, que desde 2007 revê os processos da empresa para reduzir as emissões de gases do efeito estufa, e faz a compensação do que não foi possível reduzir. O impacto de nossos projetos de compensação, se considerado no cálculo do EP&L, seria positivo em R\$ 77 milhões.

No setor de cosméticos, a Natura é a primeira empresa no mundo a fazer uma análise de ponta a ponta em sua cadeia, incluindo a etapa de uso do produto. O estudo traz dados inéditos sobre este estágio, que depende do comportamento do consumidor. Conforme já era esperado, esta etapa é a de maior peso, pois produtos de higiene pessoal e cosméticos são, em grande parte, utilizados durante o banho. A etapa de uso representa um impacto adicional de R\$ 455 milhões, mais do que o triplo das etapas ligadas diretamente à cadeia de negócios da Natura.

Essa é uma ferramenta de gestão pioneira que detalhará os impactos ambientais gerados por nossas operações, de forma a balizar as decisões estratégicas da empresa, em uma avaliação mais efetiva do Triple Bottom Line. Iniciaremos a valoração de nossos impactos sociais, para que nossa ambição para 2020 seja atingida: sermos capazes de mensurar financeiramente o impacto da Natura nas esferas econômica, ambiental e social. Isso possibilitará uma gestão integrada dos negócios, criando um nível de transparência extremamente importante para auxiliar na construção de um novo capitalismo.

Indicador	Unidade	Ambição 2020	Resultado 6M16	Resultado 2015 (12 meses)
Emissão relativa de carbono (escopo 1, 2 e 3)	kg CO2/kg prod faturado	2,15	3,38 ¹	3,18
% material reciclado pós consumo ²	% (g mat reciclado/g emb.)	10,0	3,6	2,9
% reciclabilidade de produto ³	% (g mat reciclável/g emb.)	74,0	51,0	50,0
Embalagens ecoeficientes ⁴	% (unid. Faturadas emb. Ecoef/unid fat. Totais)	40,0	22,5	26,0
Consumo de insumos Amazônicos em relação ao consumo total Natura	% (R\$ insumos amazônicos/R\$ insumos totais)	30,0	19,7	12,2
Volume acumulado de negócios na região PAM Amazônica ⁵	MMR\$	1.000,0	866,8	751,9
Consumo de água	litros / unidades produzidas	0,32	0,54	0,49
Arrecadação da linha Crer para Ver ⁶	MMR\$	23,6	14,3	19,5

¹ Resultado do 1trimestre 2016.

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

³ O indicador considera a % de materiais de embalagens que possuem potencial para reciclagem em relação ao total de massa de embalagem faturada.

⁴ Indicador de embalagens 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 apresentem aumento de massa.

⁵ Valores acumulados desde 2011.

⁶ Refere-se ao lucro apurado com a linha Crer para Ver, antes do imposto de renda (IR).

Emissão relativa de carbono (escopo 1, 2 e 3): Crescimento de emissão relativa em relação a 2015 em virtude do menor volume de vendas no Brasil e aumento de emissões de exportação por envio aéreo para Latam. Continuamos buscando reverter esta situação, expandindo a distribuição de nossos produtos via modal marítimo. O atingimento da ambição 2020 dependerá do desenvolvimento de novos produtos ecoeficientes e alternativas de maior produção local na Latam.

% material reciclado pós-consumo: Estratégia de uso de vidro reciclado na perfumaria continua trazendo bons resultados. O desafio para atingimento da ambição 2020 é aumentar a penetração de vidro reciclado em todo portfólio da perfumaria.

% reciclabilidade de produto: Resultado nos mesmos patamares do ano anterior. O desafio proposto para 2020 dependerá do redesenho de alguns produtos do portfolio que viabilizem a separação dos componentes e da utilização de materiais com maior taxa de reciclagem.

Embalagens ecoeficientes: Menor participação nas vendas de itens com embalagens ecoeficientes. Necessidade de retomar o incentivo, junto aos consumidores, quanto o uso de refil além do maior uso de material reciclado pós consumo a mais itens do portfolio.

Consumo de insumos Amazônicos em relação ao consumo total da Natura: O resultado deve-se principalmente à maior compra de insumos da Amazônia para produção de sabonetes. A ampliação do uso de ingredientes de origem pan amazônica nas nossas formulações é nosso desafio para alcançarmos nossa meta de 2020, contribuindo para a manutenção das regiões de floresta.

Volume acumulado de negócios na região PAM Amazônica: A compra de insumos para a produção de sabonetes tem contribuído de forma mais representativa nos negócios realizados na região Pan amazônica. Os investimentos no Ecoparque, parque tecnológico instalado no Pará, tem uma representatividade muito significativa.

Consumo relativo de água: O maior consumo relativo de água do processo produtivo decorre da redução de volume de produção, acarretando em lotes menores e conseqüente maior frequência de limpeza dos equipamentos. Há projetos em andamento para otimização dos processos de lavagem e sanitização visando reduzir consumo de água, bem como maior utilização de água de reuso nas nossas instalações buscando reverter essa situação. Acreditamos que através da pegada hídrica, que contempla toda a cadeia de valor da empresa, poderemos direcionar nossos esforços para os principais focos de atuação no tema.

Arrecadação da linha Crer para Ver (Educação): A performance de vendas dos produtos apresenta ótimos resultados quanto à lucratividade, que irá se reverter em investimentos em educação por meio do Instituto Natura. Parte dos recursos será destinado ao custeio da educação das consultoras Natura com ensino médio, profissionalizante e superior.

2. desempenho econômico-financeiro

A partir do segundo trimestre de 2015 as informações por segmentos ficaram segregadas da seguinte forma: "Brasil", "LATAM" (operações na América Latina, incluindo o Corporativo LATAM), e "Aesop" (inclui os resultados das holdings Natura Brasil Pty Ltd. e Natura Cosmetics Australia Pty Ltd., sediadas na Austrália).

Disponibilizamos a série histórica desde 2011 no novo formato no link abaixo:

<http://natu.foinvest.com.br/static/ptb/balancos-interativos.asp?idioma=ptb>

Trimestre (R\$ milhões)	Consolidado ⁵			Pró-Forma								
				Brasil			Latam			Aesop		
	2T16	2T15	Var%	2T16	2T15	Var%	2T16	2T15	Var%	2T16	2T15	Var%
Consultoras - final do período ('000) ⁶	1.863,8	1.810,6	2,9	1.327,2	1.344,4	(1,3)	535,6	465,1	15,1	-	-	-
Consultoras Média do período ('000)	1.855,4	1.781,4	4,2	1.326,6	1.326,8	(0,0)	527,8	453,4	16,4	-	-	-
Unidades de produtos para revenda (milhões)	116,9	120,3	(2,8)	83,9	94,8	(11,5)	31,6	24,5	29,1	1,2	0,9	36,7
Receita Bruta	2.815,5	2.637,3	6,8	2.003,5	1.979,2	1,2	668,2	561,6	19,0	139,2	91,8	51,5
Receita Líquida	2.025,7	1.928,9	5,0	1.376,2	1.408,9	(2,3)	519,6	431,7	20,4	126,1	84,5	49,2
CMV	(638,5)	(589,7)	8,3	(444,0)	(445,2)	(0,3)	(180,4)	(134,5)	34,1	(13,3)	(9,1)	47,2
Lucro Bruto	1.387,2	1.339,3	3,6	932,2	963,6	(3,3)	339,2	297,2	14,1	112,7	75,5	49,4
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(770,6)	(745,5)	3,4	(527,6)	(530,7)	(0,6)	(222,0)	(199,2)	11,5	(16,2)	(10,5)	53,5
Despesas Adm, P&D, TI e Projetos	(331,8)	(299,1)	10,9	(179,0)	(180,2)	(0,7)	(64,2)	(59,7)	7,4	(86,1)	(56,3)	52,9
Outras receitas / (despesas) operacionais, líquidos	(4,4)	9,9	(144,8)	(4,9)	9,6	(150,9)	0,1	0,1	1,6	0,4	0,2	113,7
Receitas / (Despesas) Financeiras, líquidas	(178,9)	(129,1)	38,6	(164,4)	(124,8)	31,8	(10,6)	(4,7)	125,0	(3,9)	0,3	n/a
Lucro antes do IR/CSLL	101,4	175,4	(42,2)	56,3	137,5	(59,0)	42,5	33,7	26,2	6,9	9,1	(24,3)
Imposto de Renda e Contribuição Social	(9,9)	(57,0)	(82,6)	7,0	(38,4)	(118,2)	(13,2)	(15,7)	(15,9)	(3,7)	(3,0)	24,8
Participação de não controladores	(0,6)	(1,7)	(64,0)	-	-	-	-	-	-	(0,6)	(1,7)	(64,0)
Lucro Líquido**	90,9	116,7	(22,0)	63,3	99,2	(36,2)	29,4	18,0	62,8	2,6	4,4	(41,7)
EBITDA*	344,7	357,2	(3,5)	270,9	305,7	(11,4)	58,6	42,8	37,0	19,2	13,3	44,5
Margem Bruta	68,5%	69,4%	(1,0) pp	67,7%	68,4%	(0,7) pp	65,3%	68,8%	(3,6) pp	89,4%	89,3%	0,1 pp
Despesas Vendas, Marketing e Logística/Receita Líq	38,0%	38,6%	(0,6) pp	38,3%	37,7%	0,7 pp	42,7%	46,1%	(3,4) pp	12,8%	12,5%	0,4 pp
Despesas Adm, P&D, TI e Projetos/Receita Líquida	16,4%	15,5%	0,9 pp	13,0%	12,8%	0,2 pp	12,3%	13,8%	(1,5) pp	68,3%	66,6%	1,6 pp
Margem Líquida	4,5%	6,0%	(1,6) pp	4,6%	7,0%	(2,4) pp	5,7%	4,2%	1,5 pp	2,1%	5,3%	(3,2) pp
Margem EBITDA	17,0%	18,5%	(1,5) pp	19,7%	21,7%	(2,0) pp	11,3%	9,9%	1,4 pp	15,2%	15,7%	(0,5) pp

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

(**) Lucro Líquido / (Prejuízo) do período atribuível a acionistas controladores da sociedade

⁵ Consolidado inclui Brasil, Latam, Aesop e França.

⁶ Posição ao final do ciclo ⁶ França, ⁸ Latam e Brasil.

Acumulado (R\$ milhões)	Pró-Forma											
	Consolidado ⁷			Brasil			Latam			Aesop		
	6M16	6M15	Var%	6M16	6M15	Var%	6M16	6M15	Var%	6M16	6M15	Var%
Consultoras - final do período ('000) ⁸	1863,8	1810,6	2,9	1327,2	1344,4	(1,3)	535,6	465,1	15,1	-	-	-
Consultoras Média do período ('000)	1850,5	1748,3	5,8	1333,5	1305,5	2,1	517,0	441,5	17,1	-	-	-
Unidades de produtos para revenda (milhões)	226,1	238,8	(5,3)	167,4	188,0	(11,0)	55,8	49,0	13,8	2,7	1,7	57,6
Receita Bruta	5.135,5	4.843,1	6,0	3.615,2	3.682,9	(1,8)	1.229,0	987,2	24,5	282,7	164,9	71,4
Receita Líquida	3.715,4	3.570,7	4,1	2.497,9	2.651,7	(5,8)	954,2	761,5	25,3	256,1	150,7	69,9
CMV	(1159,3)	(1084,8)	6,9	(817,6)	(831,7)	(1,7)	(312,2)	(234,2)	33,3	(28,1)	(17,3)	62,3
Lucro Bruto	2.556,1	2.485,9	2,8	1.680,3	1.820,0	(7,7)	642,0	527,3	21,8	228,0	133,4	70,9
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(1.462,0)	(1.393,8)	4,9	(1.004,6)	(1.006,6)	(0,2)	(415,3)	(359,8)	15,4	(32,3)	(18,2)	77,6
Despesas Adm, P&D, TI e Projetos ⁹	(663,1)	(577,2)	14,9	(350,5)	(346,5)	1,2	(128,9)	(119,1)	8,3	(177,9)	(105,8)	68,2
Outras Receitas / (Despesas) Operacionais, líquidas	3,3	18,4	(81,9)	2,8	18,1	(84,7)	0,2	0,2	(13,1)	0,4	0,1	347,8
Receitas / (Despesas) Financeiras, líquidas	(396,7)	(183,8)	115,9	(367,7)	(194,1)	89,4	(25,7)	7,4	(446,7)	(3,4)	2,9	(215,8)
Lucro antes do IR/CSLL	37,6	349,5	(89,3)	(39,8)	290,9	(113,7)	72,2	56,0	29,0	14,8	12,4	19,3
Imposto de Renda e Contribuição Social	(14,3)	(111,8)	(87,2)	10,7	(81,6)	(113,2)	(17,5)	(26,6)	(34,3)	(7,6)	(3,7)	105,4
Participação de não controladores	(1,4)	(1,3)	6,4	-	-	-	-	-	-	(1,4)	(1,3)	6,4
Lucro Líquido	21,8	236,3	(90,8)	(29,1)	209,4	(113,9)	54,7	29,4	86,2	5,8	7,4	(21,5)
EBITDA*	561,7	643,1	(12,6)	427,3	574,2	(25,6)	108,8	56,5	92,7	35,1	21,4	63,5
Margem Bruta	68,8%	69,6%	(0,8) pp	67,3%	68,6%	(1,4) pp	67,3%	69,2%	(2,0) pp	89,0%	88,5%	0,5 pp
Despesas Vendas, Marketing e Logística/Receita Líquida	39,4%	39,0%	0,3 pp	40,2%	38,0%	2,3 pp	43,5%	47,2%	(3,7) pp	12,6%	12,1%	0,5 pp
Despesas Adm, P&D, TI e Projetos/Receita Líquida	17,8%	16,2%	1,7 pp	14,0%	13,1%	1,0 pp	13,5%	15,6%	(2,1) pp	69,4%	70,2%	(0,7) pp
Margem Líquida	0,6%	6,6%	(6,0) pp	(1,2)%	7,9%	(9,1) pp	5,7%	3,9%	1,9 pp	2,3%	4,9%	(2,6) pp
Margem EBITDA	15,1%	18,0%	(2,9) pp	17,1%	21,7%	(4,5) pp	11,4%	7,4%	4,0 pp	13,7%	14,2%	(0,5) pp

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

(**) Lucro Líquido / (Prejuízo) do período atribuível a acionistas controladores da sociedade

⁷ Consolidado inclui Brasil, Latam, Aesop e França.

⁸ Posição ao final do ciclo 6 França, 8 Latam e Brasil.

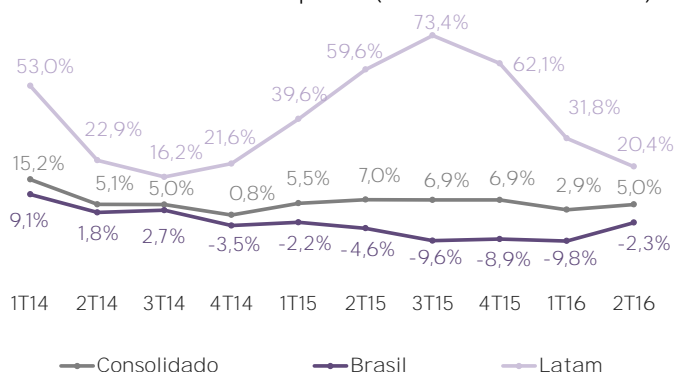
2.1. receita líquida

No Brasil, a receita líquida retraiu 2,3% frente ao 2T15, impactada pelo aumento da carga tributária.

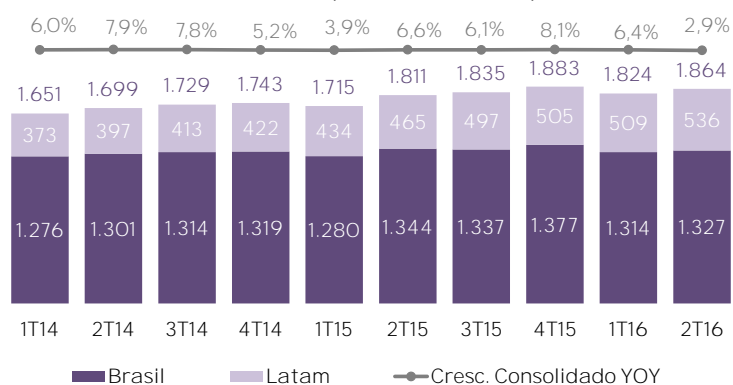
No mesmo período, a receita bruta cresceu 1,2% frente ao 2T15. As iniciativas implantadas para a retomada do crescimento, já comentadas na introdução deste documento, somadas a uma maior participação do ciclo de dia das mães no 2T16 em comparação com o 2T15, permitiram uma reversão na tendência de queda da receita bruta observada nos últimos seis trimestres. No período, o número médio de consultoras permaneceu estável em comparação com o ano passado e foi negativamente impactado pela diminuição da atividade do canal. A produtividade apresentou melhora em relação ao ano passado.

No 2T16, ainda diante de um contexto de mercado desafiador, nossos volumes apresentaram uma retração de 11%, o que foi compensado pelo aumento de 14,7% do preço médio, fruto do aumento de preços realizado no período e otimização do esforço promocional.

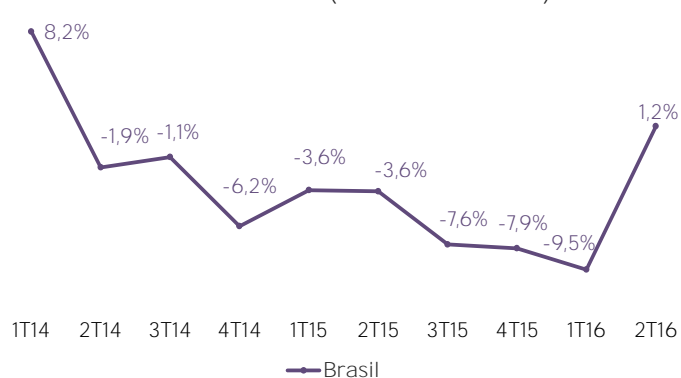
Crescimento Receita Líquida (R\$ - % vs ano anterior)



Consultoras - posição final do período



Produtividade (% vs ano anterior) ⁽⁹⁾



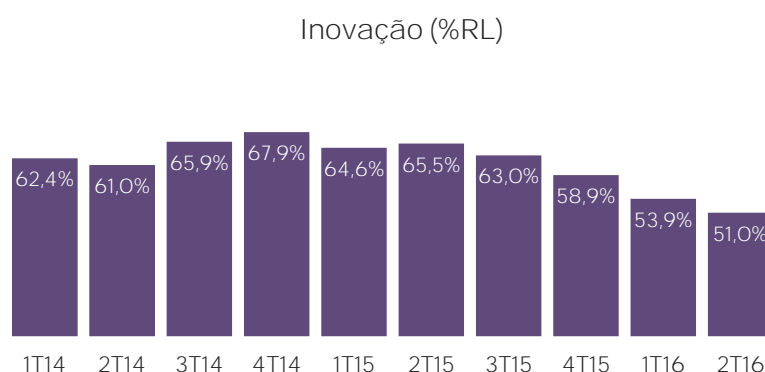
A receita líquida da Latam cresceu 20,4% em BRL (33,3% em moeda local) no 2T16, representando 25,7% da receita líquida consolidada (22,4% no 2T15), com forte crescimento do número de consultoras vs. 2T15 (15,1% final do período e 16,4% média do período) e 29,1% de aumento de volume.

A Aesop cresceu 49,2% no 2T16 em BRL (47,4% em AUD), representando 6,2% da receita líquida consolidada (4,4% no 2T15), com aumento de 36,6% no número de itens vendidos e 45 novas lojas abertas nos últimos 12 meses, incluindo 3 novos países (Itália, Dinamarca e Canadá), totalizando 157 lojas (112 em 2T15) em 19 países (16 no 2T15). O diretório com todas as lojas da Aesop pode ser encontrado no website www.aesop.com.

⁹ Produtividade a preços de varejo = (receita bruta do período/número de consultoras média do período)/(1- %lucro da consultora)

2.2. inovação & produtos

O índice de inovação¹⁰, com base nos últimos 12 meses findos em junho de 2016 foi de 51,0% frente a 65,5% no 2T15. A contribuição relativa dos itens lançados no trimestre foi inferior a dos lançamentos no mesmo período do ano passado.



2.3. margem bruta

No 2T16 a margem bruta consolidada teve um recuo de 0,9pp frente ao mesmo período do ano anterior. Na Latam a margem bruta recuou 3,6pp, na Aesop ficou estável e no Brasil retraiu 0,6pp.

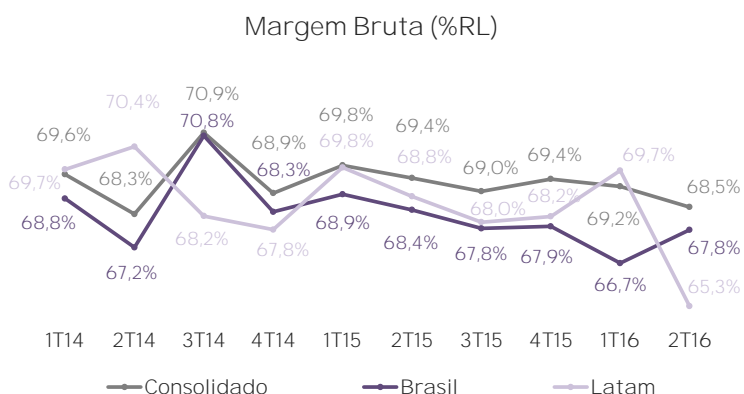
No Brasil, a redução ocorreu pelo aumento da carga tributária e menor diluição dos custos fixos pela queda dos volumes. Esses impactos foram mitigados pelo aumento de preços e redução do esforço promocional.

Na Latam a queda de 3,6pp deu-se principalmente pelo impacto desfavorável da apreciação do BRL no custo dos produtos que são fabricados no Brasil e vendidos na região e por perdas de R\$ 12 milhões nos estoques da Natura Argentina.

O quadro abaixo exhibe os principais componentes dos custos:

	2T16	2T15	6M16	6M15
MP / ME / PA*	80,1%	80,1%	78,2%	78,4%
Mão de Obra	9,8%	9,1%	10,9%	9,9%
Depreciação	3,1%	2,9%	3,4%	3,4%
Outros	7,1%	7,9%	7,6%	8,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

*Matéria Prima, Material de Embalagem e Produto Acabado



¹⁰ Índice de Inovação: participação nos últimos 12 meses da venda dos produtos lançados nos últimos 24 meses.

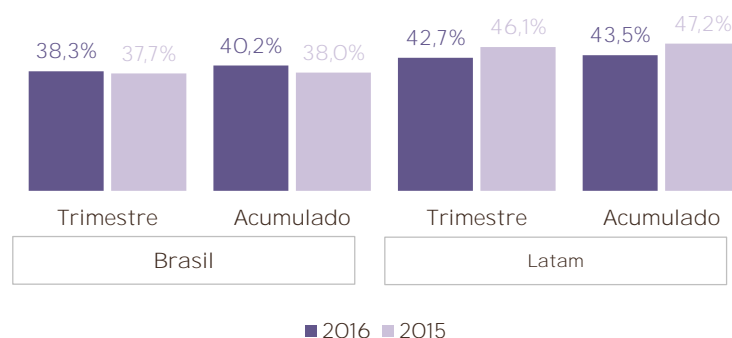
2.4. despesas operacionais

No Brasil, as despesas com vendas, marketing e logística apresentaram queda nominal de 0,6% frente ao 2T15. Como percentual da receita líquida, o aumento foi de apenas 0,7pp (38,3% no 2T16, vs. 37,7% no 2T15) em função da queda das unidades vendidas. Mantivemos os investimentos em marketing e capturamos ganhos de produtividade em outras linhas.

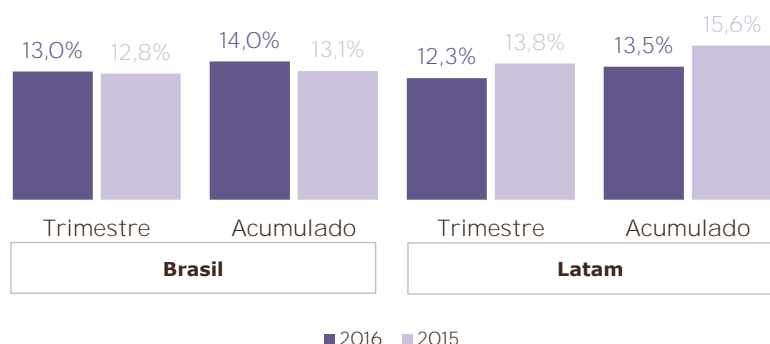
Na Latam, como também observamos nos trimestres anteriores, esse grupo de despesas cresceu menos que a receita e assim diluímos custos fixos, mesmo com a manutenção de investimentos relevantes em marketing,

Para os resultados consolidados no período, essas despesas cresceram 3,4% frente a 2T15 em termos nominais, com aumento nas operações internacionais em função do ritmo acelerado de crescimento e redução das despesas no Brasil, fruto dos esforços para otimização dos recursos.

Despesas com Vendas Marketing e Logística (%RL)



Despesas Administrativas, P&D, TI e Projetos (%RL)



As despesas administrativas, P&D, TI e projetos no Brasil recuaram 0,6% no 2T16 vs. 2T15, fruto dos contínuos esforços para a construção de uma organização mais ágil e eficiente.

Na Latam, as despesas administrativas seguem crescendo menos que a receita, diluindo custos fixos, compensando a alta inflação na Argentina e também os gastos com implantação de sistemas na região.

2.5. outras despesas e receitas operacionais

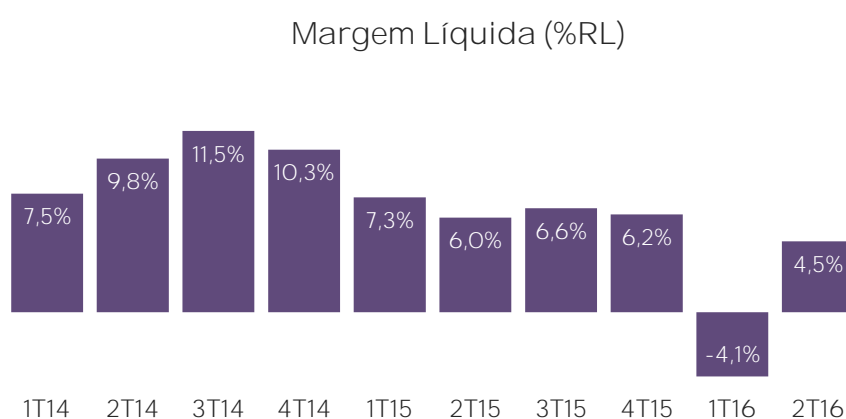
No 2T16, tivemos despesas consolidadas de R\$ 4,4 milhões versus receitas 9,9 milhões no 2T15, principalmente pela maior destinação de resultados obtidos do projeto Crer Para Ver, parcialmente compensados pela reclassificação da despesa de juros de empréstimos subsidiados do resultado financeiro (pronunciamento CPC 07) no trimestre.

2.6. EBITDA

EBITDA CONSOLIDADO (R\$ milhões)						
(R\$ milhões)	2T16	2T15	Var %	6M16	6M15	Var %
Receita Líquida	2.025,7	1.928,9	5,0	3.715,4	3.570,7	4,1
(-) Custos e Despesas	1.745,3	1.624,4	7,4	3.281,1	3.037,5	8,0
EBIT	280,4	304,5	(7,9)	434,3	533,2	(18,6)
(+) Depreciação / amortização	64,4	52,7	22,1	127,4	109,9	16,0
EBITDA	344,7	357,2	(3,5)	561,7	643,1	(12,6)

No 2T16 o EBITDA consolidado retraiu 3,5% frente ao 2T15, em função da desalavancagem operacional no Brasil, aumento da carga tributária e pelo impacto desfavorável do câmbio no custo dos produtos vendidos, conforme explicado acima. Em termos nominais, estes fatores foram parcialmente compensados pelo crescimento do EBITDA nas Operações Internacionais e pelos contínuos esforços de redução de despesas.

2.7. Lucro (prejuízo) líquido



Registramos no período um lucro de R\$ 90,9 milhões (lucro líquido de R\$ 116,7 milhões no 2T15). Além da retração do EBITDA, explicada anteriormente, a piora do resultado financeiro em R\$ 49,8 milhões vs. o 2T15 impactou negativamente o lucro do período.

Demonstramos abaixo composição do lucro líquido, a partir do Ebitda:

(R\$ milhões)	2T16	2T15	Var. R\$	Var. %	6M16	6M15	Var. R\$	Var. %
EBITDA - Consolidado	344,7	357,2	(12,5)	(3,5%)	561,7	643,1	(81,3)	(12,6%)
Depreciações e Amortizações	(64,4)	(52,7)	(11,7)	22,1%	(127,4)	(109,9)	(17,6)	16,0%
Resultado Financeiro	(178,9)	(129,1)	(49,8)	38,6%	(396,7)	(183,8)	(213,0)	115,9%
IR / CS	(9,9)	(57,0)	47,1	(82,6%)	(14,3)	(111,8)	97,5	(87,2%)
Participação dos Minoritários	(0,6)	(1,7)	1,1	(64,0%)	(1,4)	(1,3)	(0,1)	6,4%
Lucro Líquido - Consolidado	90,9	116,7	(25,7)	(22,0%)	21,8	236,3	(214,5)	(90,8%)

Os quadro abaixo apresenta as principais variações do resultado financeiro com as explicações na sequência:

(R\$ milhões)	2T16	2T15	Var. R\$	Var. %	6M16	6M15	Var. R\$	Var. %
Resultado financeiro	(179)	(129)	(50)	39%	(397)	(184)	(213)	116%
1. Empréstimos e Aplicações Brasil	(65)	(59)	(6)	10%	(125)	(108)	(17)	16%
2. Variação Cambial Operacional Brasil	(8)	5	(13)	(269%)	(16)	18	(34)	n/a
Variação cambial USD/BRL	(9,8%)	(3,3%)	(6,5) pp	n/a	(17,8%)	16,8%	(34,6) pp	n/a
Taxa de câmbio inicial BRL/USD	3,6	3,2	0,35	11%	3,9	2,7	1,25	47%
Taxa de câmbio final BRL/USD	3,2	3,1	0,11	3%	3,2	3,1	0,11	3%
Saldo médio a receber exportações USD milhões	23,8	18,0	5,8	32%	23,7	21,0	2,7	13%
Variação cambial das exportações	(8,3)	(1,9)	(6,4)	n/a	(16,5)	9,4	(25,8)	n/a
Derivativos operacionais	-	6,8	(6,8)	n/a	-	8,3	(8,3)	n/a
3. Atualização Opção de Compra Aesop	(47,1)	(50,1)	3,0	(5,9%)	(116,3)	(67,8)	(48,5)	72%
4. Operações Internacionais - LATAM	(13,7)	(4,9)	(8,8)	179,9%	(41,7)	8,1	(49,8)	n/a
Variação cambial USD/ARS	2,4%	3,0%	(0,6) pp	(21%)	15,4%	6,3%	9,2 pp	n/a
Variação cambial USD/BRL	(9,8%)	(3,3%)	(6,5) pp	198,2%	(17,8%)	16,8%	(34,6) pp	n/a
Variação cambial BRL/ARS	12,4%	6,4%	6,0 pp	94%	36,0%	(9,9%)	45,9 pp	n/a
Saldo médio a pagar importações Argentina BRL milhões	110,4	76,6	33,8	44%	115,9	81,4	34,5	42%
5. Outros Despesas / Receitas Financeiras	(44,7)	(19,7)	(25,0)	127,4%	(97,1)	(33,9)	(63,2)	186%
Marcação a Mercado dos Derivativos Financeiros	3,3	7,3	(4,0)	(55%)	(20,1)	17,6	(37,7)	(214%)
Atualização de Provisões para Obrigações Tributárias e Contingências	(21,0)	(13,4)	(7,6)	56%	(41,3)	(25,2)	(16,1)	64%
Outros	(27,0)	(13,5)	(13,5)	100%	(35,7)	(26,3)	(9,5)	36%

Empréstimos e aplicações Brasil: piora deve-se ao aumento do CDI. Estamos aplicando a taxas mais atrativas e captando a uma taxa média inferior a do ano passado.

Variação Cambial Operacional Brasil: a variação negativa reflete o efeito da apreciação do BRL/USD nos recebíveis de exportações.

Atualização Opção de Compra da Aesop: demonstra a atualização do passivo referente à aquisição da parcela remanescente da Aesop. O valor contabilizado em cada período reflete o desempenho do negócio (EBITDA), a variação cambial e o ajuste do hedge.

Operações Internacionais Latam: efeito combinado desfavorável da apreciação do BRL frente ao USD e desvalorização do ARS frente ao USD no saldo de importações a pagar na Natura Argentina.

2.8. fluxo de caixa

Tivemos uma geração de caixa livre de R\$ 96,3 milhões no período, contra uma geração de caixa de R\$ 281,6 milhões no 2T15, consequência da contração do lucro líquido, conforme já explicado, juntamente com investimento em capital de giro de R\$ 60,2 milhões (redução de capital de giro de R\$ 156,9 milhões no 2T15), devido ao aumento da cobertura dos estoques no Brasil e na Latam e aos esforços para mitigarmos a indisponibilidade de produtos em alguns países da Latam.

No semestre o consumo de caixa se dá em função dos efeitos identificados no 1T16, como prejuízo líquido e maior investimento em capital giro.

(R\$ milhões)	2T16	2T15	Var. R\$	Var. %	6M16	6M15	Var. R\$	Var. %
Lucro líquido do exercício*	90,9	116,7	(25,7)	(22,0)	21,8	236,3	(214,5)	(90,8)
Depreciações e amortizações	64,4	52,7	11,7	22,1	127,4	109,9	17,6	16,0
Itens não caixa / Outros	64,0	46,1	17,9	38,8	71,6	55,7	15,9	28,7
Geração interna de caixa	219,3	215,5	3,8	1,8	220,9	401,8	(180,9)	(45,0)
(Aumento) / Redução do Capital de Giro	(60,2)	156,9	(217,2)	(138,4)	(181,6)	68,9	(250,6)	(363,5)
Geração operacional de caixa	159,0	372,4	(213,3)	(57,3)	39,3	470,8	(431,5)	(91,7)
Capex	(62,7)	(90,8)	28,0	(30,9)	(110,6)	(141,0)	30,3	(21,5)
Geração de caixa livre**	96,3	281,6	(185,3)	(65,8)	(71,4)	329,8	(401,2)	(121,6)

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

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

2.9. endividamento

Conforme o quadro abaixo, encerramos o exercício com um índice de endividamento líquido (dívida líquida / EBITDA) de 1,43 frente a 1,17 no mesmo período do ano passado.

(R\$ milhões)	jun/16	Part (%)	jun/15	Part (%)	Var. (%)
Curto Prazo	2.133,4	49,7	1.425,8	31,9	49,6
Longo Prazo	2.601,7	60,6	3.836,8	85,9	(32,2)
Instrumentos financeiros derivativos*	(220,2)	(5,1)	(466,3)	(10,4)	(52,8)
Arrendamentos Mercantis - Financeiros / Outros**	(219,2)	(5,1)	(332,1)	(7,4)	(34,0)
Total da Dívida	4.295,7		4.464,2		(3,8)
(-) Caixa e Aplicações Financeiras	2.272,2		2.637,2		(13,8)
(=) Endividamento Líquido	2.023,5		1.827,0		10,8
Dívida Líquida / Ebitda	1,43		1,17		
Total Dívida / Ebitda	3,04		2,86		

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

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

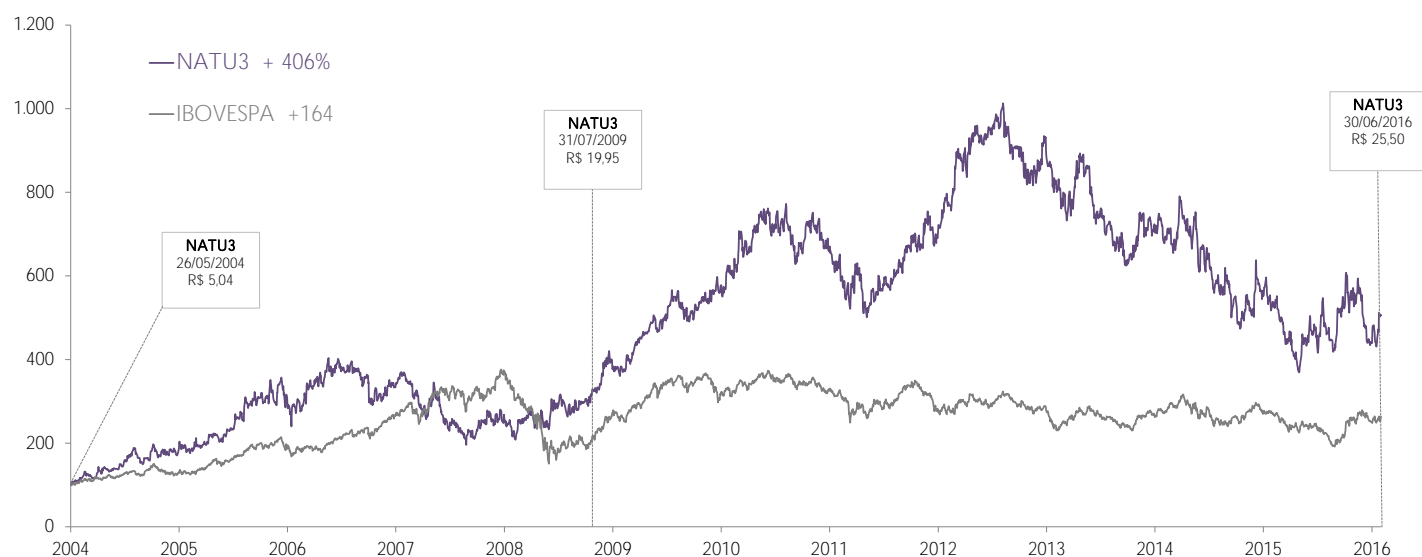
O endividamento líquido aumentou em função da queda do EBITDA e consumo de caixa acumulado no ano.

3. desempenho NATU3

No 2T16, as ações da Natura tiveram uma valorização de 9,7% desde o fechamento de dezembro de 2015, enquanto o Ibovespa valorizou 18,9%.

O volume médio diário negociado no trimestre foi de R\$ 32,4 milhões, frente a R\$ 32,8 milhões no mesmo período do ano anterior.

Em junho 2016 nossa posição Índice de Negociabilidade da BOVESPA foi de 50º. (49º. em junho 2015). O gráfico abaixo demonstra o desempenho das ações Natura desde o seu lançamento (IPO):



4. teleconferência & webcast

A Teleconferência com Webcast será realizada em 28 de julho de 2016 (quinta-feira) conforme horários abaixo:

Português / Inglês

10h00 - Horário de Brasília

09h00 - Horário de NY (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

5. relações com investidores

Telefone: (11) 4571-7786

Fabio Cefaly, fabiocefaly@natura.net

Luiz Palhares, luizpalhares@natura.net

Rodrigo Yuzo Ishiwa, rodrigoishiwa@natura.net

Camila Soares Cabrera, camilacabrera@natura.net



Índice Brasil 50 **IBRX 50**



MEMBER OF
Dow Jones Sustainability Indices
In Collaboration with RobecoSAM

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

MSCI

2015 Constituinte
MSCI Global Sustainability Indexes

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



Índice Carbono Eficiente **ICO2** MSCI

Índice de Sustentabilidade Empresarial **ISE** 2015

6. balanços patrimoniais

em junho de 2016 e dezembro de 2015

(em milhões de reais - R\$)

ATIVO	jun-16	dez-15	PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	jun-16	dez-15
CIRCULANTES			CIRCULANTES		
Caixa e equivalentes de caixa	1.196,8	1.591,8	Empréstimos e financiamentos	2.133,4	2.161,4
Títulos e valores mobiliários	1.075,4	1.191,8	Fornecedores e outras contas a pagar	742,0	802,9
Contas a receber de clientes	957,9	909,0	Salários, participações nos resultados e encargos sociais	223,3	201,2
Estoques	1.039,3	963,7	Obrigações tributárias	951,7	1.048,0
Impostos a recuperar	311,6	320,4	Provisão para aquisição de participação de não controladores	241,5	190,7
Instrumentos financeiros derivativos	108,3	734,5	Outras obrigações	187,0	168,8
Outros ativos circulantes	311,7	307,5	Total dos passivos circulantes	4.478,9	4.572,9
Total dos ativos circulantes	5.000,9	6.018,7			
NÃO CIRCULANTES			NÃO CIRCULANTES		
Impostos a recuperar	284,0	289,4	Empréstimos e financiamentos	2.601,7	3.374,5
Imposto de renda e contribuição social diferidos	405,4	212,6	Obrigações tributárias	162,8	87,7
Depósitos judiciais	295,0	287,8	Imposto de renda e contribuição social diferidos	24,7	34,1
Outros ativos não circulantes	20,6	17,6	Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	84,2	77,9
Imobilizado	1.717,7	1.752,4	Outros passivos não circulantes	287,1	170,1
Intangível	753,6	816,5	Total dos passivos não circulantes	3.160,5	3.744,3
Total dos ativos não circulantes	3.476,3	3.376,3	PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
			Capital social	427,1	427,1
			Reservas de capital	137,9	134,7
			Reservas de lucros	431,3	409,5
			Ações em tesouraria	(37,9)	(37,9)
			Dividendo adicional proposto	0,0	123,1
			Ajustes de avaliação patrimonial	(165,9)	(28,3)
			Total do patrimônio líquido - acionistas controladores	792,5	1.028,2
			Participação dos acionistas não controladores no patrimônio líquido das controladas	45,2	49,6
			Total do patrimônio líquido	837,7	1.077,8
TOTAL DO ATIVO	8.477,1	9.395,0	TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	8.477,1	9.395,0

7. demonstrações dos resultados

para os períodos findos em 30 de junho de 2016 e de 2015

(R\$ milhões)	2T16	2T15	6M16	6M15
RECEITA LÍQUIDA	2.025,7	1.928,9	3.715,4	3.570,7
Custo dos produtos vendidos	(638,5)	(589,7)	(1.159,3)	(1.084,8)
LUCRO BRUTO	1.387,2	1.339,2	2.556,1	2.485,9
(DESPESAS) RECEITAS OPERACIONAIS				
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(770,6)	(745,8)	(1.462,0)	(1.393,8)
Despesas Administrativas, P&D, TI e Projetos	(331,8)	(298,8)	(663,1)	(577,2)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	(4,4)	9,9	3,3	18,4
LUCRO OPERACIONAL ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO	280,4	304,5	434,3	533,2
Receitas financeiras	381,1	305,4	785,6	934,5
Despesas financeiras	(560,0)	(434,5)	(1.182,3)	(1.118,3)
LUCRO ANTES DO IMPOSTO DE RENDA E DA CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	101,4	175,4	37,6	349,5
Imposto de renda e contribuição social	(9,9)	(57,0)	(14,3)	(111,8)
LUCRO ANTES DA PARTICIPAÇÃO DE NÃO CONTROLADORES	91,5	118,4	23,3	237,6
Não controladores	0,6	1,7	1,4	1,3
LUCRO LÍQUIDO	90,9	116,7	21,8	236,3
ATRIBUÍVEL A				
Acionistas Controladores da Sociedade	91,0	116,7	21,8	236,3
Não controladores	0,6	1,7	1,4	1,3
	91,5	118,4	23,3	237,6

8. demonstrações dos fluxos de caixa

para os períodos findos em 30 de Junho de 2016 e de 2015

(R\$ milhões)	6M16	6M15
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS		
Lucro líquido do período	23,3	237,6
Ajustes para reconciliar o lucro líquido do período com o caixa líquido gerado pelas atividades operacionais:		
Depreciações e amortizações	127,4	109,9
Provisão (reversão) decorrente dos contratos de operações com derivativos "swap" e "forward"	513,9	(315,1)
Provisão (reversão) para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	8,3	(0,9)
Atualização monetária de depósitos judiciais	(11,5)	(9,8)
Imposto de renda e contribuição social	14,3	111,8
Resultado na venda e baixa de ativo imobilizado e intangível	2,5	(1,2)
Juros e variação cambial sobre empréstimos e financiamentos	(305,5)	425,3
Variação cambial sobre outros ativos e passivos	(29,2)	9,5
Provisão (reversão) para perdas com imobilizado	0,3	(0,7)
Provisão (reversão) com planos de outorga de opções de compra de ações	3,2	(7,2)
Provisão para créditos de liquidação duvidosa, líquida de reversões	3,0	(14,9)
Provisão (reversão) para perdas nos estoques líquidas	29,1	(0,2)
Provisão com plano de assistência médica e crédito de carbono	5,4	2,0
Resultado líquido do exercício atribuível a não controladores	(1,4)	(1,3)
Provisão para aquisição de participação de não controladores	50,8	67,8
	433,9	612,5
(AUMENTO) REDUÇÃO DOS ATIVOS		
Contas a receber de clientes	(51,9)	(24,5)
Estoques	(104,7)	23,2
Impostos a recuperar	14,3	(69,5)
Outros ativos	(12,4)	(1,1)
Subtotal	(154,6)	(72,0)
AUMENTO (REDUÇÃO) DOS PASSIVOS		
Fornecedores nacionais e estrangeiros	(59,2)	119,2
Salários, participações nos resultados e encargos sociais, líquidos	22,1	0,9
Obrigações tributárias	(142,6)	(82,5)
Outros passivos	21,8	4,4
Subtotal	(157,9)	42,0

CAIXA GERADO PELAS ATIVIDADES OPERACIONAIS	121,3	582,6
OUTROS FLUXOS DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS		
Pagamentos de imposto de renda e contribuição social	(75,9)	(26,7)
Levantamentos (pagamentos) de depósitos judiciais	4,3	(3,8)
Pagamentos relacionados a processos tributários, cíveis e trabalhistas	(5,9)	(3,3)
Recebimentos de recursos por liquidação de operações com derivativos	83,5	191,5
Pagamento de juros sobre empréstimos e financiamentos	(159,4)	(88,6)
CAIXA LÍQUIDO GERADO (UTILIZADO NAS) PELAS ATIVIDADES OPERACIONAIS	(32,0)	651,8
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO		
Adições de imobilizado e intangível	(110,5)	(141,0)
Recebimento pela venda de ativo imobilizado e intangível	10,1	5,4
Aplicação em títulos e valores mobiliários	(2.540,0)	(2.737,8)
Resgate de títulos e valores mobiliários	2.656,4	2.445,4
CAIXA LÍQUIDO GERADO (UTILIZADO NAS) ATIVIDADES DE INVESTIMENTO	16,0	(427,9)
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO		
Amortização de empréstimos e financiamentos - principal	(799,2)	(857,1)
Captações de empréstimos e financiamentos	574,3	1.721,6
Pagamento de dividendos e juros sobre capital próprio referentes ao exercício anterior	(123,1)	(449,3)
CAIXA LÍQUIDO GERADO PELAS (UTILIZADO NAS) ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO	(348,0)	415,2
Efeito de variação cambial sobre o caixa e equivalentes de caixa	(31,0)	9,8
AUMENTO (REDUÇÃO) NO CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA	(395,0)	648,8
Saldo inicial do caixa e equivalentes de caixa	1.591,8	1.164,2
Saldo final do caixa e equivalentes de caixa	1.196,8	1.813,0
AUMENTO (REDUÇÃO) NO CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA	(395,0)	648,8
Informações adicionais às demonstrações dos fluxos de caixa:		
Itens não caixa:		
Capitalização de leasing financeiro	-	80,9
Hedge accounting, líquido dos efeitos tributários	24,6	40,5
Efeito da alteração de participação da Sociedade em controladas no exterior	-	3,6
* As notas explicativas são parte integrante das informações contábeis intermediárias		

9. 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.

_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.

O EBITDA não é uma medida utilizada nas práticas contábeis adotadas no Brasil, não representando o fluxo de caixa para os períodos apresentados. Também não deve ser considerado como uma alternativa ao lucro líquido na qualidade de indicador do desempenho operacional ou uma alternativa ao fluxo de caixa na qualidade de indicador de liquidez. O EBITDA não tem um significado padronizado e sua definição na Sociedade, eventualmente, pode não ser comparável ao LAJIDA ou EBITDA definido por outras companhias. Ainda que o EBITDA não forneça, de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil, uma medida do fluxo de caixa, a Administração o utiliza para mensurar o desempenho operacional da Sociedade. Adicionalmente, entendemos que determinados investidores e analistas financeiros utilizam o EBITDA como indicador do desempenho operacional de uma companhia e/ou de seu fluxo de caixa.

Este relatório contém informações futuras. Tais informações não são apenas fatos históricos, mas refletem os desejos e as expectativas da direção da Natura. As palavras “antecipa”, “deseja”, “espera”, “prevê”, “pretende”, “planeja”, “prediz”, “projeta”, “almeja” e similares, pretendem identificar afirmações que, necessariamente, envolvem riscos conhecidos e desconhecidos. Riscos conhecidos incluem incertezas, que não são limitadas ao impacto da competitividade dos preços e produtos, aceitação dos produtos no mercado, transições de produto da Companhia e seus competidores, aprovação regulamentar, moeda, flutuação da moeda, dificuldades de fornecimento e produção e mudanças na venda de produtos, dentre outros riscos. Este relatório também contém algumas informações “pró-forma”, elaboradas pela Companhia a título exclusivo de informação e referência, portanto, são grandezas não auditadas. Este relatório está atualizado até a presente data e a Natura não se obriga a atualizá-lo mediante novas informações e/ou acontecimentos futuros.



São Paulo, July 27, 2016 – Natura Cosméticos S.A. (BM&FBOVESPA: NATU3) announces today its results for the second quarter of 2016 (2Q16). 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).

The Natura logo is a stylized, dark blue, textured shape resembling a flower or a leaf, positioned centrally behind the text.

EARNINGS RELEASE

2Q16

In the second quarter of 2016, Natura posted consolidated net revenue of R\$2,026 million (+5.0% vs. 2Q15), EBITDA of R\$345 million (-3.5% vs 2Q15), net income of R\$91 million (-22% vs. 2Q15) and free cash flow of R\$96 million (-66% vs. 2Q15).

In Brazil, despite the still-challenging scenario, our gross revenue¹ advanced 1.2% from 2Q15, reversing the negative trend observed in the last six quarters.

In the period, we continued to make progress on executing our strategic plan, whose focus is on revitalizing the direct selling channel, innovative propositions for products and concepts with differentiated technologies and performance, streamlining our portfolio, reviewing our brand positioning and strategy, developing new alternative channels, designing a more agile and efficient organization and maintaining accelerated growth in the International Operations.

Among the highlights in the quarter, we intensified the use of targeted promotions and communications, defined a more attractive portfolio for cycles with commemorative dates (Mother's Day and Valentine's Day), published our new catalog *Revista Natura* with enhanced presentation of products, launched the communication strategy "Viva a sua beleza Viva" that reclaims our fundamental pillars and invests more in and gives greater attention to products, which included relaunching the Chronos skin treatment line and expanding the portfolio of the UNA makeup line, both of which enjoyed positive initial results.

In the development of new channels, with the positive results of the SOU line in the drugstore channel, we are executing the expansion plan and, by July 31, we will be present in 1,278 stores. For our owned stores, in April 2016, the first unit² was opened in São Paulo City, with positive results. The second store³ is slated to open in August 2016, and our plan includes progressive openings of other units. Rede Natura, the online channel that posted double-digit revenue growth, now has 70,000 digital franchisees (32,000 in 2Q15) and 950,000 registered consumers.

In the International Operations, which account for 32% of total net revenue (27% in 2Q15), we maintained our accelerated growth pace in local currency in Latam and in AUD⁴ at AESOP of 33.3% (20.4% in BRL) and 47.4% (49.2% in BRL), respectively. In the Latam, note that growth in BRL was affected by this currency's appreciation against a basket of the region's currencies. Aesop ended the quarter with 157 stores in 19 countries (112 stores in 16 countries in 2Q15) and same-store sales growth of around 17%.

¹ Gross revenue = net revenue + tax burden. Net revenue decreased 2.3% compared to 2Q15, due to the higher effective tax rate.

² Store opened in the mall Shopping Morumbi.

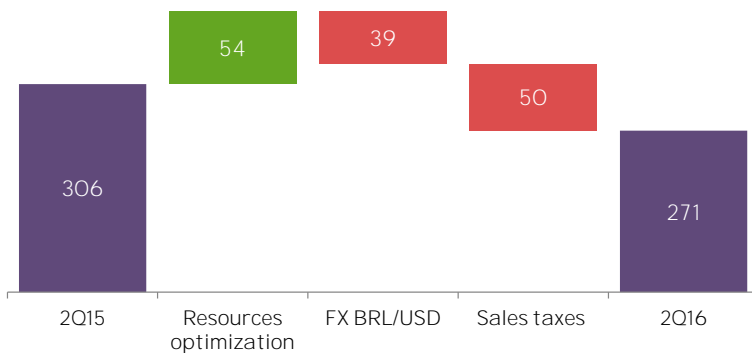
³ The second store will be opened in the mall Shopping Villa Lobos in São Paulo City.

⁴ AUD: Australian dollar.

R\$ million	2016	2015	Var. (%)	6M16	6M15	Var. (%)
Brazil Gross Revenue	2003,5	1979,2	1,2	3.615,2	3.682,9	(1,8)
International Gross Revenue	812,0	658,1	23,4	1.520,3	1.160,2	31,0
Consolidated Gross Revenue	2.815,5	2.637,3	6,8	5.135,5	4.843,1	6,0
Brazil Net Revenue	1376,2	1408,9	(2,3)	2.497,9	2.651,7	(5,8)
International Net Revenue*	649,5	520,1	24,9	1.217,5	918,9	32,5
Consolidated Net Revenue	2.025,7	1.928,9	5,0	3.715,4	3.570,7	4,1
% Share International Net Revenue	32,1%	27,0%	5,1 pp	32,8%	25,7%	7,0 pp
Brazil pro-forma EBITDA	270,9	305,7	(11,4)	427,3	574,2	(25,6)
% Brazil pro-forma EBITDA Margin	19,7%	21,7%	(2,0) pp	17,1%	21,7%	(4,5) pp
International pro-forma EBITDA	73,8	51,5	43,3	134,5	68,9	95,1
% International pro-forma EBITDA Margin	11,4%	9,9%	1,5 pp	11,0%	7,5%	3,5 pp
EBITDA Consolidado	344,7	357,2	(3,5)	561,7	643,1	(12,6)
% Margem EBITDA Consolidada	17,0%	18,5%	(1,5) pp	15,1%	18,0%	(2,9) pp
Consolidated Net Income	90,9	116,7	(22,0)	21,8	236,3	(90,8)
% Consolidated Net Margin	4,5%	6,0%	(1,6) pp	0,6%	6,6%	(6,0) pp
Internal cash generation	219,3	215,5	1,8	220,9	401,8	(45,0)
Free cash flow	96,3	281,6	(65,8)	-71,4	329,8	n/a
Net Debt / EBITDA	n/d	n/d	n/d	1,43	1,17	22,4

*Net (Loss) income attributable to owners of the Company

Brazil's EBITDA change



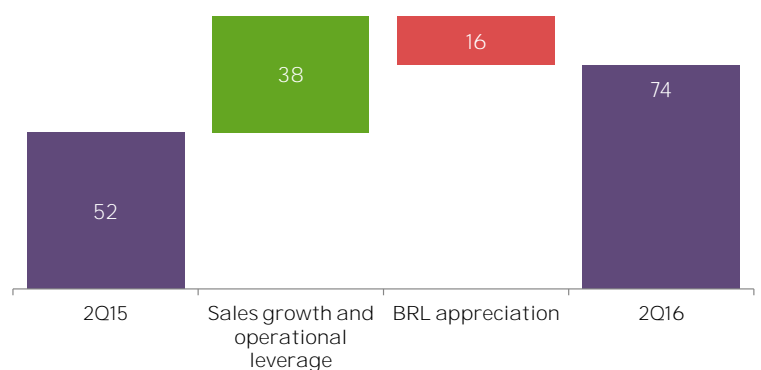
Consolidated EBITDA amounted to R\$345 million in the period, 3.5% lower than in 2015.

As shown in the chart on the left, the 11.4% decrease in EBITDA in Brazil is basically explained by the higher effective tax rate (31.3% in 2016 vs. 28.8% in 2015) and by the negative effect from exchange variation on costs of goods sold. These factors were partially neutralized by the more robust budget management, focused on capturing productivity gains, which enabled

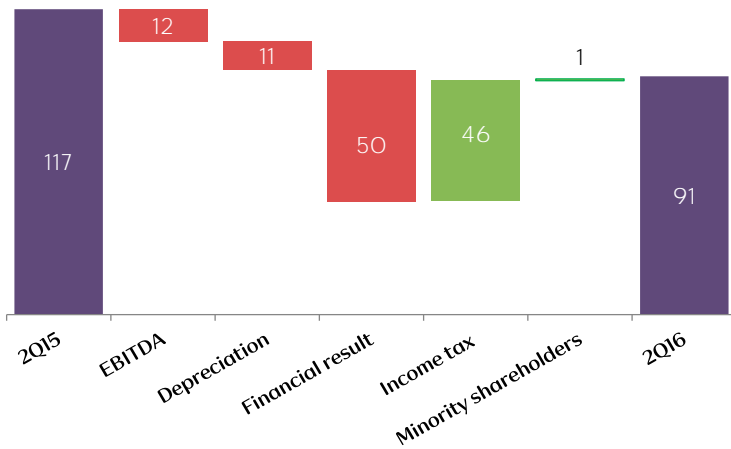
administrative expenses to remain at the same levels of last year (in nominal terms).

EBITDA from the International Operations (Latam, Aesop and France) amounted to R\$74 million, increasing 43.3% from 2015 and accounting for 21% of the consolidated amount (14% in 2015). When EBITDA from the International Operations is translated into BRL and incorporated into the consolidated results, the negative effect from BRL's appreciation was neutralized by the continued accelerated growth in revenue with operational leverage.

International Operations' EBITDA change



Change in consolidated net profit



Consolidated net income for the quarter amounted to R\$91 million (R\$117 million in 2Q15), with this contraction due to the following factors:

_EBITDA: deterioration primarily due to the higher effective tax rate in Brazil and the effects from exchange variation on our operations as a whole, both as explained above;

_Depreciation: growth in the asset base due to the investments made in recent years;

_Financial Result: a) (R\$6 million) due to the higher CDI (Brazil Interbank Deposit Rate) rate (3.36% in 2Q16 vs. 3.03% in 2Q15); b) (R\$13

million) due to the negative effect from BRL appreciation on the balance of accounts receivable from exports in USD in the International Operations; c) +R\$3 million due to the restatement of the liability associated with Aesop's purchase option; d) (R\$9 million) due to the depreciation in the ARS against the BRL on the balance of imports payable to Natura Brazil, at Natura Argentina's balance sheet, recorded in BRL; e) other impacts (R\$25 million): accrual of interests on liabilities and contingencies, PIS/Cofins taxes on financial income, adjustment of expenses on subsidized loan as per accounting pronouncement "CPC 07", bank suretyship, bank fees, etc.

_Income and Social Contribution taxes: positive effect in 2Q16 from the lower net profit before income tax coupled with the adoption of the straight-line method in the period. Effective tax rate of 9.8% in 2Q16 (32.5% in 2Q15) and 38.1% in 1H16 (32.0% in 1H15).

Free cash flow in the quarter was R\$96 million (R\$282 million in 2Q15). The decrease of R\$185 million is explained by the the investment in working capital due to the higher coverage of inventories in Brazil and Latam. In line with the plan for 2016, these negative effects were mitigated by the reduction in capital expenditure (capex guidance for 2016 of R\$350 million). In the first six months of the year, we invested R\$111 million (R\$141 million in 1H15), with the highlight to the International Operations (Latam and Aesop).

R\$ million	2Q16	2Q15	Var. R\$	Var. %	6M16	6M15	Var. R\$	Var. %
Net Income*	90,9	116,7	(25,7)	(22,0)	21,8	236,3	(214,5)	(90,8)
Depreciation and amortization	64,4	52,7	11,7	22,1	127,4	109,9	17,6	16,0
Non-cash / Other**	64,0	46,1	17,9	38,8	71,6	55,7	15,9	28,7
Internal cash generation	219,3	215,5	3,8	1,8	220,9	401,8	(180,9)	(45,0)
Working Capital (Increase)/Decrease	(60,2)	156,9	(217,2)	(138,4)	(181,6)	68,9	(250,6)	(363,5)
Operating cash generation	159,0	372,4	(213,3)	(57,3)	39,3	470,8	(431,5)	(91,7)
Capex	(62,7)	(90,8)	28,0	(30,9)	(110,6)	(141,0)	30,3	(21,5)
Free cash flow***	96,3	281,6	(185,3)	(65,8)	(71,4)	329,8	(401,2)	(121,6)

(*) Net income attributable to owners of the Company

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

We remain confident in Natura's fundamentals, in the strength of our brand and in the potential of our strategic plan to boost our competitiveness and ensure a financially healthy company with strong cash generation.

1. social and environmental highlights

Natura is the first company in Latin America to monetize the impact of its business on the environment and on society by adopting the international methodology environmental profit and loss account (E P&L). The analysis was supported by the technical consulting services of PwC and was based on Natura's consolidated data for 2013. The account registered water use and pollution, greenhouse gas emissions, solid waste generation, air pollution and land use.

According to the study, the environmental impact of Natura's chain – which encompasses the extraction of raw materials, the manufacture and transportation of products and the disposal of packaging – was estimated at R\$132 million for 2013. This impact would have been greater (equivalent to R\$164 million) without the measures of the Carbon Neutral Program, which, since 2007, reviews the company's processes to reduce greenhouse gas emissions and offset those that could not be reduced. The impact of our offsetting projects, based on the E P&L calculation, was positive R\$77 million.

In the cosmetics industry, Natura is the world's first company to conduct an end-to-end analysis of its entire chain, including the product-use phase. The study brings unprecedented information on this phase, which depends on consumers' behavior. As already expected, this phase has the biggest weighting, since personal care and cosmetic products are used in large part when taking a shower. The use phase represents an additional impact of R\$455 million, which is three times more than the phases related directly to Natura's business chain.

This is a pioneering management tool that details the environmental impacts generated by our operations in order to guide the company's strategic decisions and provide a more effective assessment of our Triple Bottom Line approach. We will start measuring our social impacts so that we can fulfill our ambition for 2020: be capable of measuring in financial terms Natura's impact on the economic, environmental and social dimensions. This will support the integrated management of our business and create a level of transparency of extreme importance for building a new capitalism.

Indicator	Unit	2020 ambition	6M16	2015 (12 months)
Relative carbon emissions (escopes 1, 2 e 3)	kg CO2/kg prod billed	2,15	3,38	3,18
% post consumption recycled materials ²	% (g recycled mat/g packaging)	10,0	3,6	2,9
% product recyclability ³	% (g recycled mat/g packaging)	74,0	51,0	50,0
Eco-efficient packaging ⁴	% (eco-efficient packaging units billed/ total units billed)	40,0	22,5	26,0
Amazon inputs consumed in relation to total inputs	% (R\$ Amazon inputs/R\$ total inputs)	30,0	19,7	12,2
Cumulative business volume in the Pan-Amazon region ⁵	R\$ millions	1.000,0	866,8	751,9
Water consumption	Liters / units manufactured	0,32	0,54	0,49
"Crer Para Ver" Penetration - Brazil ⁶	% active Natura Consultants	23,6	14,3	19,5

1 Results for the second quarter 2016.

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

3 The indicator considers the % of packaging that can be recycled in relation to the total mass of packaging billed.

4 Eco-efficient packaging is 50% lighter in relation to regular/similar

5 Cumulative amounts since 2011.

6 Refers to the profit before income tax attributed to the Crer Para Ver product line.

Relative carbon emissions (scopes 1, 2 and 3): increase compared to 2015 due to weaker sales in Brazil and higher emissions from exports by airfreight to Latam. We continue working to reverse this situation by expanding the distribution of our products via maritime freight. Reaching our ambition for 2020 will depend on the development of new eco-efficient products and alternatives for increasing local production in Latam.

% post-consumer recycled materials: The strategy of using recycled glass containers for fragrances continued to generate good results. Our challenge for reaching the 2020 goal is to increase the penetration of recycled glass in the entire fragrances portfolio.

% of product recyclability: stable results in relation to the previous year. The challenge proposed for 2020 will depend on redesigning certain products in the portfolio that allow for separating components and on using materials with higher recycling rates.

Eco-efficient packaging: Lower share of sales from items with eco-efficient packaging. We must resume our efforts to encourage consumers to use refills and expand our use of post-consumer recycled materials to include more items in the portfolio.

Consumption of Amazonian inputs in relation to Natura's total consumption: The result is mainly due to the higher purchases of Amazonian inputs for soap production. The increased use of Pan-Amazon ingredients in our formulations is our challenge for reaching the 2020 goal and in turn helping to protect forest regions.

Cumulative business volume in the Pan-Amazon region: Acquiring inputs for soap production has contributed more significantly to the business conducted in the Pan-Amazon region. The investments in Ecoparque, the technology park built in the state of Pará, will make an important contribution.

Relative water consumption: The higher water consumption in production processes is due to the reduction in production volume, which results in smaller batches and consequently more frequent equipment cleaning. We have ongoing projects to optimize the washing and sanitization processes by reducing water consumption and to increase the use of recycled water in our facilities to reverse this situation. We believe that, through our water footprint, which includes the company's entire value chain, we can better direct our efforts to the main focal points in this area.

Funding for Crer para Ver (Education) program: The performance of our product sales was excellent in terms of profitability, which will be allocated to investments in education through the Natura Institute. A portion of the funds will be allocated to education for Natura Consultants that includes high school, vocational and undergraduate programs.

2. economic performance

As from the second quarter of 2015, the following business segmentation was adopted: "Brazil," "Latam" (operations in Latin America, including Latam Corporate) and "Aesop" (including the results of the holding companies Natura Brasil Pty Ltd. and Natura Cosmetics Australia Pty Ltd. domiciled in Australia).

The historical data series since 2011 is available in the new format at the following link:

<http://natu.infoinvest.com.br/static/enu/balancos-interativos.asp?idioma=enu>

Quarter (R\$ million)	Consolidated ⁵			Pro-Forma								
				Brazil			Latam			Aesop		
	2Q16	2Q15	Change (%)	2Q16	2Q15	Change (%)	2Q16	2Q15	Change (%)	2Q16	2Q15	Change (%)
Total Consultants - end of period ('000) ⁶	1.863,8	1.810,6	2,9	1.327,2	1.344,4	(1,3)	535,6	465,1	15,1	-	-	-
Total Consultants - average of period ('000)	1.855,4	1.781,4	4,2	1.326,6	1.326,8	(0,0)	527,8	453,4	16,4	-	-	-
Units sold - items for resale (in million)	116,9	120,3	(2,8)	83,9	94,8	(11,5)	31,6	24,5	29,1	12	0,9	36,7
Gross Revenue	2.815,5	2.637,3	6,8	2.003,5	1.979,2	1,2	668,2	561,6	19,0	139,2	91,8	51,5
Net Revenue	2.025,7	1.928,9	5,0	1.376,2	1.408,9	(2,3)	519,6	431,7	20,4	126,1	84,5	49,2
COGS	(638,5)	(589,7)	8,3	(444,0)	(445,2)	(0,3)	(180,4)	(134,5)	34,1	(13,3)	(9,1)	47,2
Gross Profit	1.387,2	1.339,3	3,6	932,2	963,6	(3,3)	339,2	297,2	14,1	112,7	75,5	49,4
Selling, Marketing and Logistics Expenses	(770,6)	(745,5)	3,4	(527,6)	(530,7)	(0,6)	(222,0)	(199,2)	11,5	(16,2)	(10,5)	53,5
Administrative, R&D, IT and Projects Expenses	(331,8)	(299,1)	10,9	(179,0)	(180,2)	(0,7)	(64,2)	(59,7)	7,4	(86,1)	(56,3)	52,9
Other Operating Income / (Expenses), net	(4,4)	9,9	(144,8)	(4,9)	9,6	(150,9)	0,1	0,1	1,6	0,4	0,2	n/a
Financial Income / (Expenses), net	(178,9)	(129,1)	n/d	(164,4)	(124,8)	n/d	(10,6)	(4,7)	n/d	(3,9)	0,3	n/a
Earnings Before Taxes	101,4	175,4	(42,2)	56,3	137,5	(59,0)	42,5	33,7	26,2	6,9	9,1	n/d
Income Tax and Social Contribution	(9,9)	(57,0)	(82,6)	7,0	(38,4)	(118,2)	(13,2)	(15,7)	(15,9)	(3,7)	(3,0)	24,8
Noncontrolling shareholders	(0,6)	(1,7)	(64,0)	-	-	-	-	-	-	(0,6)	(1,7)	(64,0)
Net Income**	90,9	116,7	(22,0)	63,3	99,2	(36,2)	29,4	18,0	62,8	2,6	4,4	(41,7)
EBITDA*	344,7	357,2	(3,5)	270,9	305,7	(11,4)	58,6	42,8	37,0	19,2	13,3	44,5
Gross Margin	68,5%	69,4%	(1,0) pp	67,7%	68,4%	(0,7) pp	65,3%	68,8%	(3,6) pp	89,4%	89,3%	0,1 pp
Selling, Marketing and Logistics Expenses/Net Revenue	38,0%	38,6%	(0,6) pp	38,3%	37,7%	0,7 pp	42,7%	46,1%	(3,4) pp	12,8%	12,5%	0,4 pp
Administrative, R&D, IT and Projects Expenses/Net Revenue	16,4%	15,5%	0,9 pp	13,0%	12,8%	0,2 pp	12,3%	13,8%	(1,5) pp	68,3%	66,6%	1,6 pp
Net Margin	4,5%	6,0%	(1,6) pp	4,6%	7,0%	(2,4) pp	5,7%	4,2%	1,5 pp	2,1%	5,3%	(3,2) pp
EBITDA Margin	17,0%	18,5%	(1,5) pp	19,7%	21,7%	(2,0) pp	11,3%	9,9%	1,4 pp	15,2%	15,7%	(0,5) pp

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

(**) Net / (Loss) income attributable to owners of the Company

⁵ Consolidated figures include Brazil, Latam, Aesop and France.

⁶ Position at the end of Cycle 6 in France and Cycle 8 in Latam and Brazil.

Year-to-Date (R\$ million)	Pro-Forma											
	Consolidated ⁵			Brazil			Latam			Aesop		
	6M16	6M15	Change (%)	6M16	6M15	Change (%)	6M16	6M15	Change (%)	6M16	6M15	Change (%)
Total Consultants - end of period ('000) ⁴	1863,8	1810,6	2,9	1327,2	1344,4	(1,3)	535,6	465,1	15,1	-	-	0,0
Total Consultants - average of period ('000)	1850,5	1748,3	5,8	1333,5	1305,5	2,1	517,0	441,5	17,1	-	-	0,0
Units sold - items for resale (in million)	226,1	238,8	(5,3)	167,4	188,0	(11,0)	55,8	49,0	13,8	2,7	1,7	57,6
Gross Revenue	5.135,5	4.843,1	6,0	3.615,2	3.682,9	(1,8)	1.229,0	987,2	24,5	282,7	164,9	71,4
Net Revenue	3.715,4	3.570,7	4,1	2.497,9	2.651,7	(5,8)	954,2	761,5	25,3	256,1	150,7	69,9
COGS	(1.159,3)	(1.084,8)	6,9	(817,6)	(831,7)	(1,7)	(312,2)	(234,2)	33,3	(28,1)	(17,3)	62,3
Gross Profit	2.556,1	2.485,9	2,8	1.680,3	1.820,0	(7,7)	642,0	527,3	21,8	228,0	133,4	70,9
Selling, Marketing and Logistics Expenses	(1.462,0)	(1.393,8)	4,9	(1.004,6)	(1.006,6)	(0,2)	(415,3)	(359,8)	15,4	(32,3)	(18,2)	77,6
Administrative, R&D, IT and Projects Expenses ⁹	(663,1)	(577,2)	14,9	(350,5)	(346,5)	1,2	(128,9)	(119,1)	8,3	(177,9)	(105,8)	68,2
Other Operating Income / (Expenses), net	3,3	18,4	(81,9)	2,8	18,1	(84,7)	0,2	0,2	(13,1)	0,4	0,1	347,8
Financial Income / (Expenses), net	(396,7)	(183,8)	115,9	(367,7)	(194,1)	89,4	(25,7)	7,4	(446,7)	(3,4)	2,9	(215,8)
Earnings Before Taxes	37,6	349,5	(89,3)	(39,8)	290,9	(113,7)	72,2	56,0	29,0	14,8	12,4	19,3
Income Tax and Social Contribution	(14,3)	(111,8)	(87,2)	10,7	(81,6)	(113,2)	(17,5)	(26,6)	(34,3)	(7,6)	(3,7)	105,4
Noncontrolling shareholders	(1,4)	(1,3)	6,4	-	-	-	-	-	-	(1,4)	(1,3)	6,41
Net Income**	21,8	236,3	(90,8)	(29,1)	209,4	(113,9)	54,7	29,4	86,2	5,8	7,4	(21,5)
EBITDA*	561,7	643,1	(12,6)	427,3	574,2	(25,6)	108,8	56,5	92,7	35,1	21,4	63,5
Gross Margin	68,8%	69,6%	(0,8) pp	67,3%	68,6%	(1,4) pp	67,3%	69,2%	(2,0) pp	89,0%	88,5%	0,5 pp
Selling, Marketing and Logistics Expenses/Net Revenue	39,4%	39,0%	0,3 pp	40,2%	38,0%	2,3 pp	43,5%	47,2%	(3,7) pp	12,6%	12,1%	0,5 pp
Administrative, R&D, IT and Projects Expenses/Net Revenue	17,8%	16,2%	1,7 pp	14,0%	13,1%	1,0 pp	13,5%	15,6%	(2,1) pp	69,4%	70,2%	(0,7) pp
Net Margin	0,6%	6,6%	(6,0) pp	(1,2)%	7,9%	(9,1) pp	5,7%	3,9%	1,9 pp	2,3%	4,9%	(2,6) pp
EBITDA Margin	15,1%	18,0%	(2,9) pp	17,1%	21,7%	(4,5) pp	11,4%	7,4%	4,0 pp	13,7%	14,2%	(0,5) pp

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

(**) Net / (Loss) income attributable to owners of the Company

⁷ Consolidated figures include Brazil, Latam, Aesop and France.

⁸ Position at the end of Cycle 6 in France and Cycle 8 in Latam and Brazil.

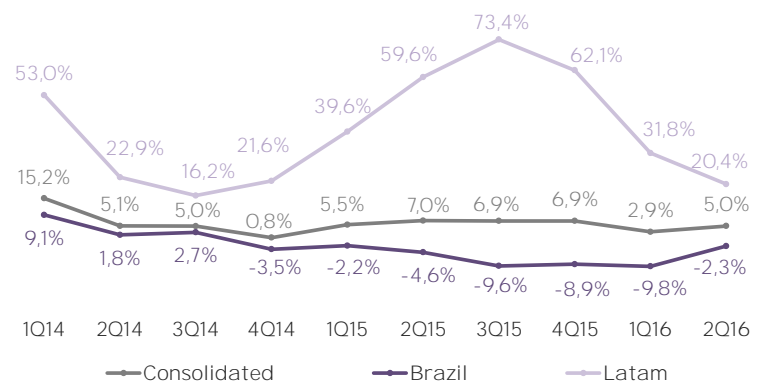
2.1. net revenue

In Brazil, net revenue contracted 2.3% compared to 2Q15, reflecting the negative effect from the higher effective tax rate.

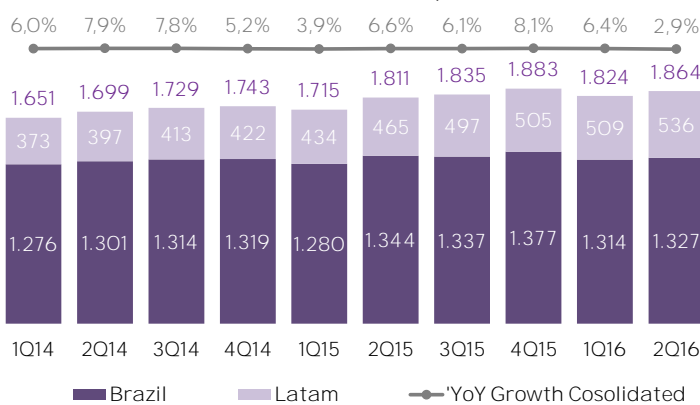
In the same period, gross revenue advanced 1.2% compared to 2Q15. The initiatives adopted to support a recovery in sales growth, as already commented in the introduction of this report, coupled with the higher participation of the Mother's Day cycle in 2Q16 compared to 2Q15, supported a reversal in the trend of declining sales observed in the past six quarters. During the period, the average number of consultants remained stable compared to the previous year and was adversely affected by a reduction in the channel's activity. The productivity level increased compared to the year-ago period.

In 2Q16, in view of the challenging market conditions, sales volumes fell 11%, which was offset by the 14.7% increase in average price, which is explained by the price increases implemented in the period and the optimization of promotional efforts.

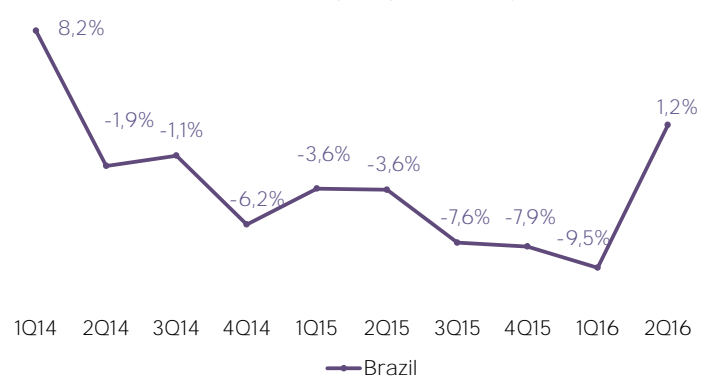
Net Revenue Growth (R\$ - % Year over Year)



Consultants - end of period



Productivity (% year over year) ⁽⁵⁾



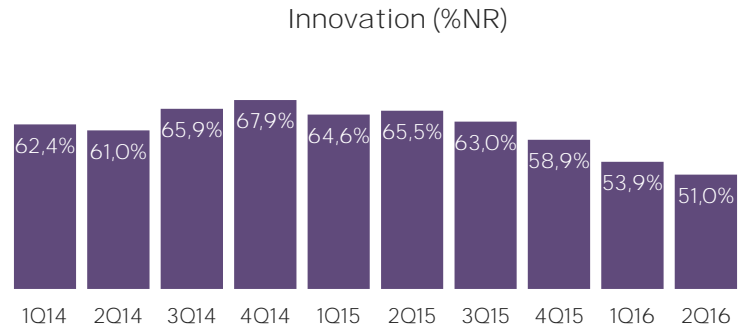
Net revenue from Latam advanced 20.4% in BRL (33.3% in local currency) in 2Q16 to account for 25.7% of consolidated net revenue (22.4% no 2Q15), which was supported by the strong expansion in the consultant base in relation to 2Q15 (15.1% based on base at end of period and 16.4% based on average in the period) and by the sales volume growth of 29.1%.

In 2Q16, Aesop posted net revenue growth of 49.2% in BRL (47.4% in AUD) to account for 6.2% of consolidated net revenue (4.4% in 2Q15), with a 36.6% increase in the number of items sold and 45 new stores opened in the last 12 months, which included three new countries (Italy, Denmark and Canada), bringing the total to 157 stores (112 in 2Q15) in 19 countries (16 in 2Q15). A directory with all Aesop stores can be found on the website www.aesop.com.

⁹ Productivity at retail prices = (gross revenue in the period/average number of consultants in the period)/(1 - % consultants' profit).

2.2. innovation & products

The innovation index¹⁰ stood at 51.0% in the 12 months to June, compared to 65.5% in 2Q15. The relative contribution of products launched in the quarter was lower than that of launches in the same period of the previous year.



2.3. gross margin

Consolidated gross margin in 2Q16 decreased 0.9 p.p. from the year-ago period. In Latam, gross margin contracted 3.6 p.p., while Aesop's margin remained stable (+0.1 p.p.) and Brazil's margin compressed 0.6 p.p.

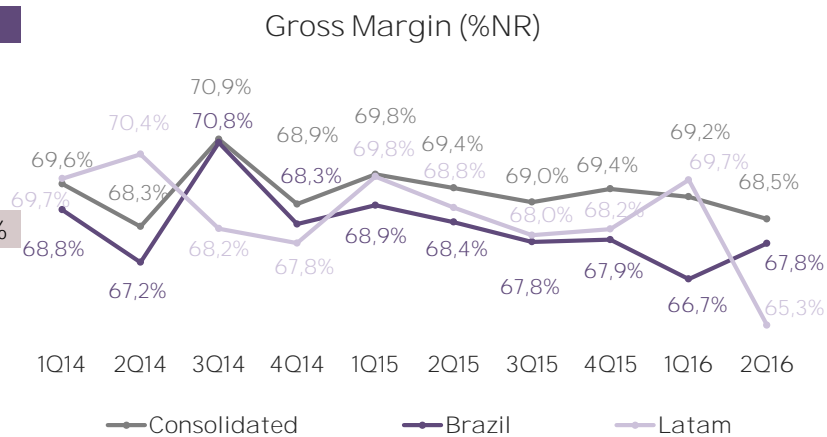
In Brazil, the reduction is explained by the higher effective tax rate and the lower dilution of fixed costs on lower sales volumes. These impacts were neutralized by the higher prices and the paring back of promotional efforts.

In Latam, the 3.6 p.p. decline is basically explained by the negative effects from the appreciation in the BRL on the cost of goods manufactured in Brazil and sold elsewhere in the region, and by the negative adjustment of R\$12 million in inventories at Natura Argentina.

The following table presents the main cost components:

	2Q16	2Q15	6M16	6M15
RM / PM / FP*	80,1%	80,1%	78,2%	78,4%
Labor	9,8%	9,1%	10,9%	9,9%
Depreciation	3,1%	2,9%	3,4%	3,4%
Other	7,1%	7,9%	7,6%	8,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

*Raw Material, Packaging Material and Finished Products



¹⁰ Innovation Index: share in the last 12 months of the sale of products launched in the last 24 months.

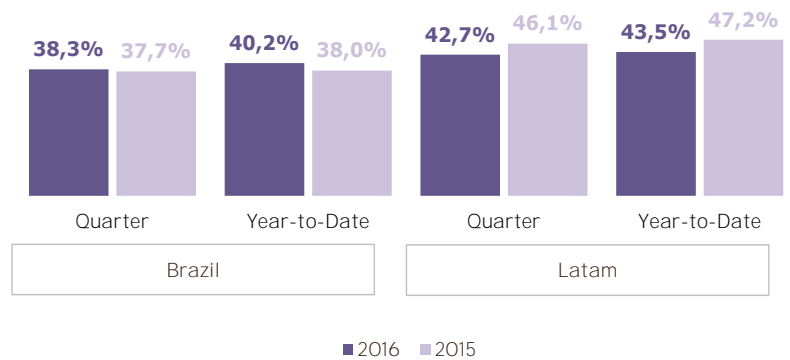
2.4. operating expenses

In Brazil, selling, marketing and logistics expenses decreased 0.6% in nominal terms compared to 2Q15. As a percentage of net revenue, the slight increase of 0.7 p.p., from 38.3% in 2Q16 to 37.7% in 2Q15 was due to the lower sales volume. We maintained the level of marketing investments and captured productivity gains in other lines.

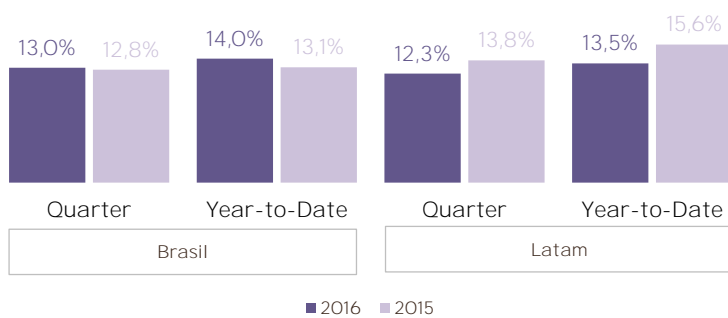
In Latam, as observed in prior quarters, even with the maintenance of significant marketing investments, the increase in this group of expenses lagged revenue growth and helped to dilute fixed costs.

In the consolidated results for the period, these expenses increased 3.4% from 2Q15 in nominal terms, with the International Operations registering an increase due to its accelerated growth and Brazil registering a decrease due to the efforts to optimize resources.

Selling, Marketing and Logistics Expenses (%NR)



Administrative, R&D IT and Project Expenses (%NR)



Administrative, R&D, IT and project expenses in Brazil decreased 0.6% in 2Q16 in relation to 2Q15, reflecting our ongoing efforts to build a leaner and more efficient organization.

In Latam, the increase in administrative expenses continues to lag revenue growth, supporting fixed cost dilution and neutralizing the high inflation in Argentina and the costs with implementing systems in the region.

2.5. other operating income and expenses

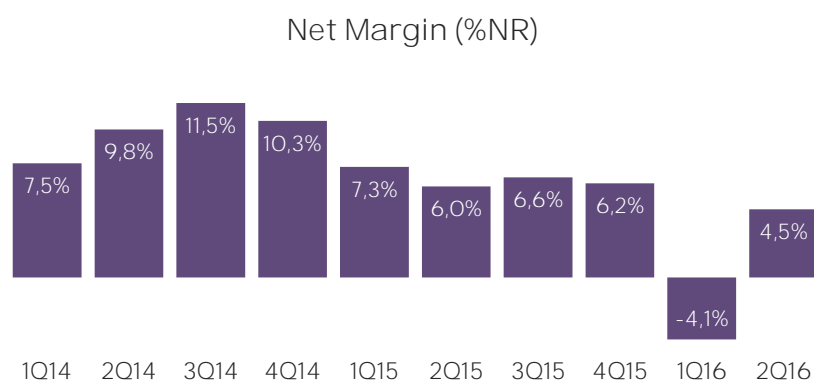
In 2Q16, we registered consolidated operating expenses of R\$4.4 million, compared to income of R\$9.9 million in 2Q15, which was mainly due to the higher allocation of the results of the Crer Para Ver project which were partially offset by the reclassification of interest expenses on subsidized loans from the net financial result (Accounting Pronouncement CPC 07) in the quarter.

2.6. EBITDA

	CONSOLIDATED EBITDA (R\$ million)					
	2Q16	2Q15	Change (%)	6M16	6M15	Change (%)
Net Revenue	2.025,7	1.928,9	5,0	3.715,4	3.570,7	4,1
(-) Income and Expenses	1.745,3	1.624,4	7,4	3.281,1	3.037,5	8,0
EBIT	280,4	304,5	(7,9)	434,3	533,2	(18,6)
(+) Depreciation / Amortization	64,4	52,7	22,1	127,4	109,9	16,0
EBITDA	344,7	357,2	(3,5)	561,7	643,1	(12,6)

In 2Q16, consolidated EBITDA contracted 3.5% from 2Q15, reflecting the operational deleverage in Brazil, the higher effective tax rate and the negative effects from exchange variation on cost of goods sold, as explained above. In nominal terms, these factors were partially neutralized by EBITDA growth in the International Operations and by the ongoing efforts to cut expenses.

2.7. net income (loss)



Natura posted net income of R\$90.9 million in the quarter (net income of R\$116.7 million in 2Q15). In addition to the contraction in EBITDA, as previously explained, the decrease of R\$49.8 million in the financial result compared to 2Q15 adversely affected net income in the period.

The composition of net income based on EBITDA follows:

(R\$ million)	2Q16	2Q15	Change R\$	Change (%)	6M16	6M15	Change R\$	Change (%)
EBITDA - Consolidated	344,7	357,2	(12,5)	(3,5%)	561,7	643,1	(81,3)	(12,6%)
Depreciation and amortization	(64,4)	(52,7)	(11,7)	22,1%	(127,4)	(109,9)	(17,6)	16,0%
Financial result	(178,9)	(129,1)	(49,8)	38,6%	(396,7)	(183,8)	(213,0)	115,9%
Income tax and social contrib.	(9,9)	(57,0)	47,1	(82,6%)	(14,3)	(111,8)	97,5	(87,2%)
Noncontrolling shareholders	(0,6)	(1,7)	1,1	(64,0%)	(1,4)	(1,3)	(0,1)	6,4%
Net income - Consolidated	90,9	116,7	(25,7)	(22,0%)	21,8	236,3	(214,5)	(90,8%)

The following chart presents the changes in the financial result, supported by some notes:

(R\$ million)	2Q16	2Q15	Change R\$	Change (%)	6M16	6M15	Change R\$	Change (%)
Financial result	(178,9)	(129,1)	(49,8)	39%	(396,7)	(183,8)	(212,9)	116%
1. Borrowings/financing and short-term investments - Brazil	(65,1)	(59,4)	(5,7)	10%	(125,1)	(107,9)	(17,2)	16%
2. Operational FX gains/(losses) - Brazil	(8,3)	4,9	(13,2)	(269%)	(16,5)	17,7	(34,2)	n/a
FX % change - USD/BRL	(9,8%)	(3,3%)	(6,5) pp	n/a	(17,8%)	16,8%	(34,6) pp	n/a
Beginning of period FX rate - BRL/USD	3,56	3,21	0,35	11%	3,90	2,66	1,25	47%
End of period FX rate - BRL/USD	3,21	3,10	0,11	3%	3,21	3,10	0,11	3%
Average trade receivable (exports) - USD million	23,8	18,0	5,8	32%	23,70	21,00	2,7	13%
Exports FX gains/(losses)	(8,3)	(1,9)	(6,4)	n/a	(16,5)	9,4	(25,8)	n/a
Operational derivatives	-	6,8	(6,8)	n/a	-	8,3	(8,3)	n/a
3. Provision for acquiring Aesop's remaining interest	(47,1)	(50,1)	3,0	(6%)	(116,3)	(67,8)	(48,5)	72%
4. International Operations - LATAM	(13,7)	(4,9)	(8,8)	180%	(41,7)	8,1	(49,8)	n/a
FX % change - USD/ARS	2,4%	3,0%	(0,6) pp	(21%)	15,4%	6,3%	9,2 pp	n/a
FX % change - USD/BRL	(9,8%)	(3,3%)	(6,5) pp	198%	(17,8%)	16,8%	(34,6) pp	n/a
FX % change - BRL/ARS	12,4%	6,4%	6,0 pp	94%	36,0%	(9,9%)	45,9 pp	n/a
Average trade payables balance (imports) at Argentina - BRL million	110,4	76,6	33,8	44%	115,9	81,4	34,5	42%
5. Other financial expense / income	(44,7)	(19,7)	(25,0)	127,4%	(97,1)	(33,9)	(63,2)	186%
Mark-to-market of financial derivatives	3,3	7,3	(4,0)	(55%)	(20,1)	17,6	(37,7)	(214%)
Interest accrual on taxes due and tax contingencies	(21,0)	(13,4)	(7,6)	56%	(41,3)	(25,2)	(16,1)	64%
Other	(27,0)	(13,5)	(13,5)	100%	(35,7)	(26,3)	(9,5)	36%

Loans and investments in Brazil: deterioration due to the higher CDI (Brazil Interbank Deposit Rate) rate. We are investing at more attractive rates and raising capital with a lower average interest rate compared to last year.

Exchange variation Brazil Operations: the loss reflects the effects from the appreciation in the BRL against the USD on export receivables.

Provision for acquiring Aesop's remaining interest: restatement of the liability related to the acquisition of the remaining interest in Aesop. The amount booked in each period reflects the performance of the business (EBITDA), exchange variation and hedge instrument mark-to-market adjustment.

International Operations Latam: combined negative effect from the appreciation in the BRL against the USD and the depreciation in the ARS against the USD on the balance of imports payable at Natura Argentina.

2.8. cash flow

Free cash generation in the quarter amounted to R\$96.3 million, compared to R\$281.6 million in 2Q15, reflecting the lower net income, as explained above, combined with the investment in working capital of R\$60.2 million (reduction in working capital of R\$156.9 million in 2Q15), due to the expansion in inventory coverage in Brazil and Latam and the efforts to mitigate stockouts in certain countries in Latam.

In the first six months, cash burn is explained by the effects identified in 1Q16, such as the net loss and the higher investment in working capital.

R\$ million	2Q16	2Q15	Change R\$	Change (%)	6M16	6M15	Change R\$	Change (%)
Net Income*	90,9	116,7	(25,7)	(22,0)	21,8	236,3	(214,5)	(90,8)
Depreciation and amortization	64,4	52,7	11,7	22,1	127,4	109,9	17,6	16,0
Non-cash / Other	64,0	46,1	17,9	38,8	71,6	55,7	15,9	28,7
Internal cash generation	219,3	215,5	3,8	1,8	220,9	401,8	(180,9)	(45,0)
Working Capital (Increase)/Decrease	(60,2)	156,9	(217,2)	(138,4)	(181,6)	68,9	(250,6)	(363,5)
Operating cash generation	159,0	372,4	(213,3)	(57,3)	39,3	470,8	(431,5)	(91,7)
Capex	(62,7)	(90,8)	28,0	(30,9)	(110,6)	(141,0)	30,3	(21,5)
Free cash flow**	96,3	281,6	(185,3)	(65,8)	(71,4)	329,8	(401,2)	(121,6)

(*) Net income attributable to owners of the Company

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

2.9. indebtedness

As the following chart shows, we ended the year with a net debt/EBITDA ratio of 1.43, compared to 1.17 in the year-ago period.

R\$ million	jun/16	Part (%)	jun/15	Part (%)	Change (%)
Short-Term	2133,4	49,7	1425,8	31,9	49,6
Long-Term	2601,7	60,6	3836,8	85,9	(32,2)
Derivatives*	(220,2)	(5,1)	(466,3)	(10,4)	(52,8)
Finance Leases / Others**	(219,2)	(5,1)	(332,1)	(7,4)	(34,0)
Total Debt	4.295,7		4.464,2		(3,8)
(-) Cash, cash equivalents and short-term investment	2.272,2		2.637,2		(13,8)
(=) Net Debt	2.023,5		1.827,0		10,8
Net Debt / Ebitda	1,43		1,17		
Total Debt / Ebitda	3,04		2,86		

*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

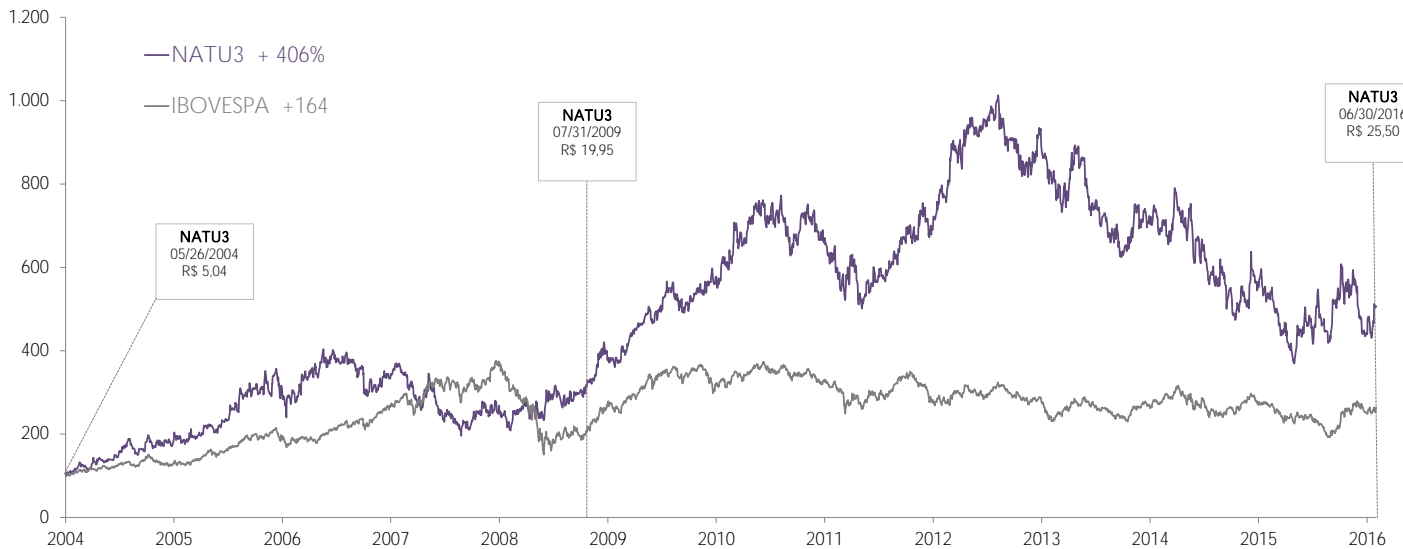
The growth in net debt reflects the lower EBITDA and the cash burn in the first six months of the year.

3. NATU3 performance

In 2Q16, the price of Natura stock gained 9.7% since December 2015, while the Bovespa Index increased 18.9%.

Average daily trading volume in the quarter was R\$32.4 million, compared to R\$32.8 million in the prior-year period.

In June 2016, our ranking in the Bovespa Liquidity Index was 50th (49th in June 2015). The following chart shows the performance of Natura stock since its IPO:



4. conference call & webcast

The Conference Call and Webcast will be held on Jul. 28, 2016 (Thursday) at the following time:

Portuguese / English

10:00 a.m. (Brasília time)

9:00 a.m. (New York time) (simultaneous translation)

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

From USA: Toll Free: +1 888 700 0802

From other countries: +1 786 924 6977

Code: Natura

Live webcast:

www.natura.net/investidor

5. investor relations

Telephone: (11) 4571-7786

Fabio Cefaly, fabiocefaly@natura.net

Luiz Palhares, luizpalhares@natura.net

Rodrigo Yuzo Ishiwa, rodrigoishiwa@natura.net

Camila Soares Cabrera, camilacabrera@natura.net



Índice Brasil 50 **IBRX 50**



MEMBER OF
**Dow Jones
Sustainability Indices**
In Collaboration with RobecoSAM

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



2015 Constituinte
MSCI Global
Sustainability Indexes

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



Índice Carbono Eficiente **ICO2** **MSCI**



Índice de Sustentabilidade Empresarial **ISE**
2015

6. balance sheet

as of June 2016 and December 2015

(in millions of Brazilian real - R\$)

ASSETS	jun-16	dez-15	LIABILITIES AND SHAREHOLDERS' EQUITY	jun-16	dez-15
CURRENT ASSETS			CURRENT LIABILITIES		
Cash and cash equivalents	1.196,8	1.591,8	Borrowings and financing	2.133,4	2.161,4
Short-term investments	1.075,4	1.191,8	Trade and other payables	742,0	802,9
Trade receivables	957,9	909,0	Payroll, profit sharing and related taxes	223,3	201,2
Inventories	1.039,3	963,7	Taxes payable	951,7	1.048,0
Recoverable taxes	311,6	320,4	Provision for acquisition of non-controlling interest	241,5	190,7
Derivatives	108,3	734,5	Other payables	187,0	168,8
Other receivables	311,7	307,5	Total current liabilities	4.478,9	4.572,9
Total current assets	5.000,9	6.018,7			
NON CURRENT ASSETS			NON CURRENT LIABILITIES		
Recoverable taxes	284,0	289,4	Borrowings and financing	2.601,7	3.374,5
Deferred income tax and social contribution	405,4	212,6	Taxes payable	162,8	87,7
Escrow deposits	295,0	287,8	Deferred income tax and social contribution	24,7	34,1
Other noncurrent assets	20,6	17,6	Provision for tax, civil and labor risks	84,2	77,9
Property, plant and equipment	1.717,7	1.752,4	Others provisions	287,1	170,1
Intangible assets	753,6	816,5	Total non current liabilities	3.160,5	3.744,3
Total noncurrent assets	3.476,3	3.376,3	SHAREHOLDERS' EQUITY		
			Capital	427,1	427,1
			Treasury shares	137,9	134,7
			Capital reserves	431,3	409,5
			Earnings reserves	(37,9)	(37,9)
			Proposed additional dividend	0,0	123,1
			Adjustment of equity evaluation	(165,9)	(28,3)
			Total equity attributable to owners of the Company	792,5	1.028,2
			Non controlling interests	45,2	49,6
			Total shareholders' equity	837,7	1.077,8
			Total do patrimônio líquido	837,7	1.077,8
TOTAL ASSETS	8.477,1	9.395,0	TOTAL LIABILITIES AND SHAREHOLDERS' EQUITY	8.477,1	9.395,0

7. statement of income

for the periods ended June 30, 2016 and 2015

R\$ million	2T16	2T15	6M16	6M15
NET REVENUE	2.025,7	1.928,9	3.715,4	3.570,7
Cost of sales	(638,5)	(589,7)	(1.159,3)	(1.084,8)
GROSS PROFIT	1.387,2	1.339,2	2.556,1	2.485,9
OPERATING (EXPENSES) INCOME				
Selling, Marketing and Logistics expenses	(770,6)	(745,8)	(1.462,0)	(1.393,8)
Administrative, P&D, IT and Project Expenses	(331,8)	(298,8)	(663,1)	(577,2)
Other operating (expenses) income, net	(4,4)	9,9	3,3	18,4
INCOME FROM OPERATIONS BEFORE FINANCIAL INCOME (EXPENSES)	280,4	304,5	434,3	533,2
Financial income	381,1	305,4	785,6	934,5
Financial expenses	(560,0)	(434,5)	(1.182,3)	(1.118,3)
INCOME BEFORE INCOME TAX AND SOCIAL CONTRIBUTION	101,4	175,4	37,6	349,5
Income tax and social contribution	(9,9)	(57,0)	(14,3)	(111,8)
NET INCOME BEFORE NONCONTROLLING	91,5	118,4	23,3	237,6
Noncontrolling	0,6	1,7	1,4	1,3
NET INCOME	90,9	116,7	21,8	236,3
ATTRIBUTABLE TO				
Owners of the Company	91,0	116,7	21,8	236,3
Noncontrolling	0,6	1,7	1,4	1,3
	91,5	118,4	23,3	237,6

8. statement of cash flows

for the periods ended June 30, 2016 and 2015

R\$ million	6M16	6M15
CASH FLOW FROM OPERATING ACTIVITIES		
Net income	23,3	237,6
Adjustments to reconcile net income to net cash provided by operating activities:		
Depreciation and amortization	127,4	109,9
Provision (reversal) for losses on transactions with derivative contracts " swap " and "f	513,9	(315,1)
Provision (reversal) for tax, civil and labor contingencies	8,3	(0,9)
Monetary restatement of escrow deposits	(11,5)	(9,8)
Income tax and social contribution	14,3	111,8
Loss on sale and disposal of fixed and intangible assets	2,5	(1,2)
Equity income	0,0	0,0
Interest and exchange variation on loans and financing	(305,5)	425,3
Exchange variation on other assets and liabilities	(29,2)	9,5
Provision (reversal) for losses on property	0,3	(0,7)
Provision (reversal) related to the grant of options to purchase shares	3,2	(7,2)
Provision (reversal) for doubtful accounts	3,0	(14,9)
Provision (reversal) for losses on inventories	29,1	(0,2)
Provision of health care plan and carbon credits	5,4	2,0
Net income attributable to non-controlling	(1,4)	(1,3)
Provision for acquisition of non-controlling	50,8	67,8
	433,9	612,5
(INCREASE) DECREASE IN ASSETS		
Trade receivables	(51,9)	(24,5)
Inventories	(104,7)	23,2
Recoverable taxes	14,3	(69,5)
Other receivables	(12,4)	(1,1)
Subtotal	(154,6)	(72,0)
INCREASE (DECREASE) IN LIABILITIES		
Domestic and foreign suppliers	(59,2)	119,2
Payroll, profit sharing and related taxes, net	22,1	0,9
Taxes payable	(142,6)	(82,5)
Other payables	21,8	4,4
Subtotal	(157,9)	42,0

CASH GENERATED BY OPERATING ACTIVITIES	121,3	582,6
OTHERS CASH FLOWS BY OPERATING ACTIVITIES		
Payments of income tax and social contribution	(75,9)	(26,7)
Withdrawal (payment) of escrow deposits	4,3	(3,8)
Payment of tax, civil and labor contingencies	(5,9)	(3,3)
Receivables of derivatives	83,5	191,5
Payment of interest on borrowings and financing	(159,4)	(88,6)
NET CASH GENERATED (USED IN) BY OPERATING ACTIVITIES	(32,0)	651,8
CASH FLOW FROM INVESTING ACTIVITIES		
Acquisition of property, plant and equipment and intangible assets	(110,5)	(141,0)
Receivable from sale of fixed and intangible assets	10,1	5,4
Short-term investments	(2540,0)	(2737,8)
Redemption of short-term investments	2656,4	2445,4
Capital increase in subsidiaries	-	-
Dividends received from subsidiaries	-	-
NET CASH GENERATED (USED) IN INVESTING ACTIVITIES	16,0	(427,9)
CASH FLOW FROM FINANCING ACTIVITIES		
Repayments of borrowings and financing - principal	(799,2)	(857,1)
Proceeds from borrowings and financing	574,3	1721,6
Payment of dividends and interest on capital of the prior year	(123,1)	(449,3)
NET CASH GENERATED (USED) IN FINANCING ACTIVITIES	(348,0)	415,2
Gain arising on translation foreign currency cash and cash equivalents	(31,0)	9,8
INCREASE (DECREASE) IN CASH AND CASH EQUIVALENTS	(395,0)	648,8
Cash and cash equivalents at the beginning of the year/period	1591,8	1164,2
Cash and cash equivalents at the end of the year/period	1196,8	1813,0
INCREASE (DECREASE) IN CASH AND CASH EQUIVALENTS	(395,0)	648,8
ADDITIONAL STATEMENTS OF CASH FLOWS INFORMATION:		
Non cash items:	-	-
Capitalization of financial leasing	-	80,9
Hedge accounting	24,6	40,5
Effects of changes from participation of subsidiaries abroad	-	3,6
* The notes are an integral part of these interim financial information.		

9. 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.

_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.

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.

