



INI – Instituto Nacional
de Investidores

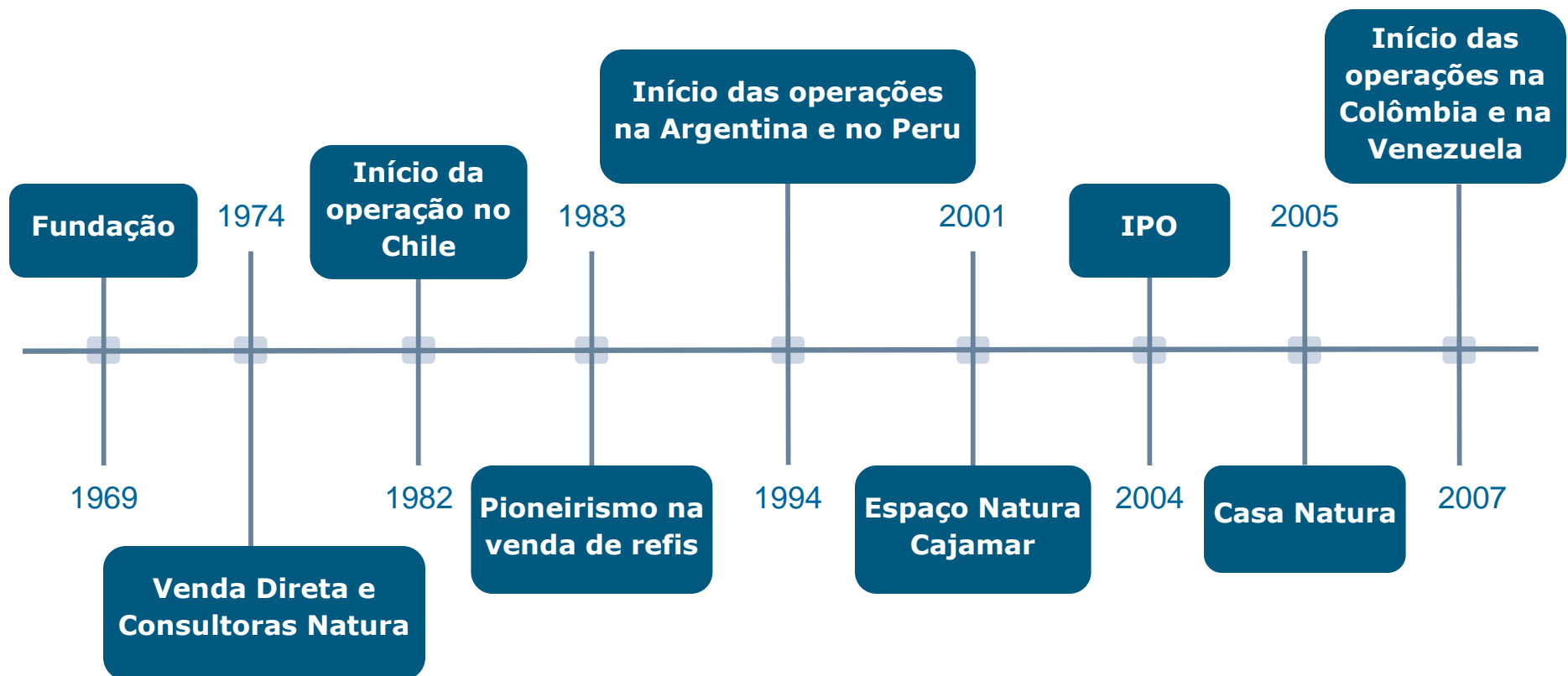
03 de abril de 2008





1 a natura

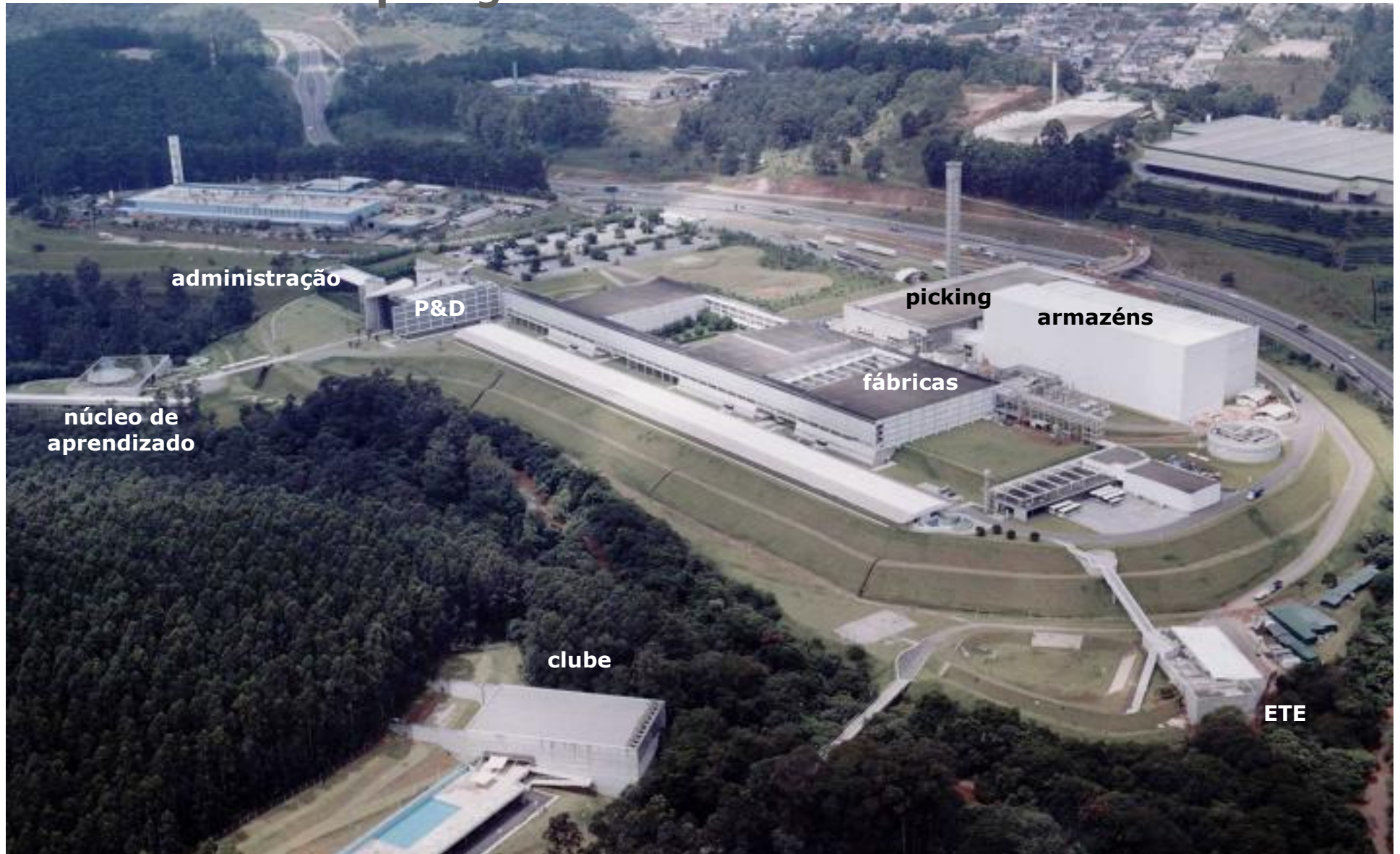
1 nossa história



nossas operações




nosso espaço




1 nossos pilares



Responsabilidade
Social



Consciência
Ambiental



Viabilidade
Financeira

1 governança corporativa



Compromisso com os mais altos padrões de governança corporativa:

- ✓ **Novo Mercado**
- ✓ **Política de Negociação**
- ✓ **Conselho de Administração** – 3 membros independentes
- ✓ **Comitê de Governança Corporativa e Comitê de Auditoria**
- ✓ **Equidade** – ações ordinárias
tag along
câmara de arbitragem
- ✓ **Transparência**



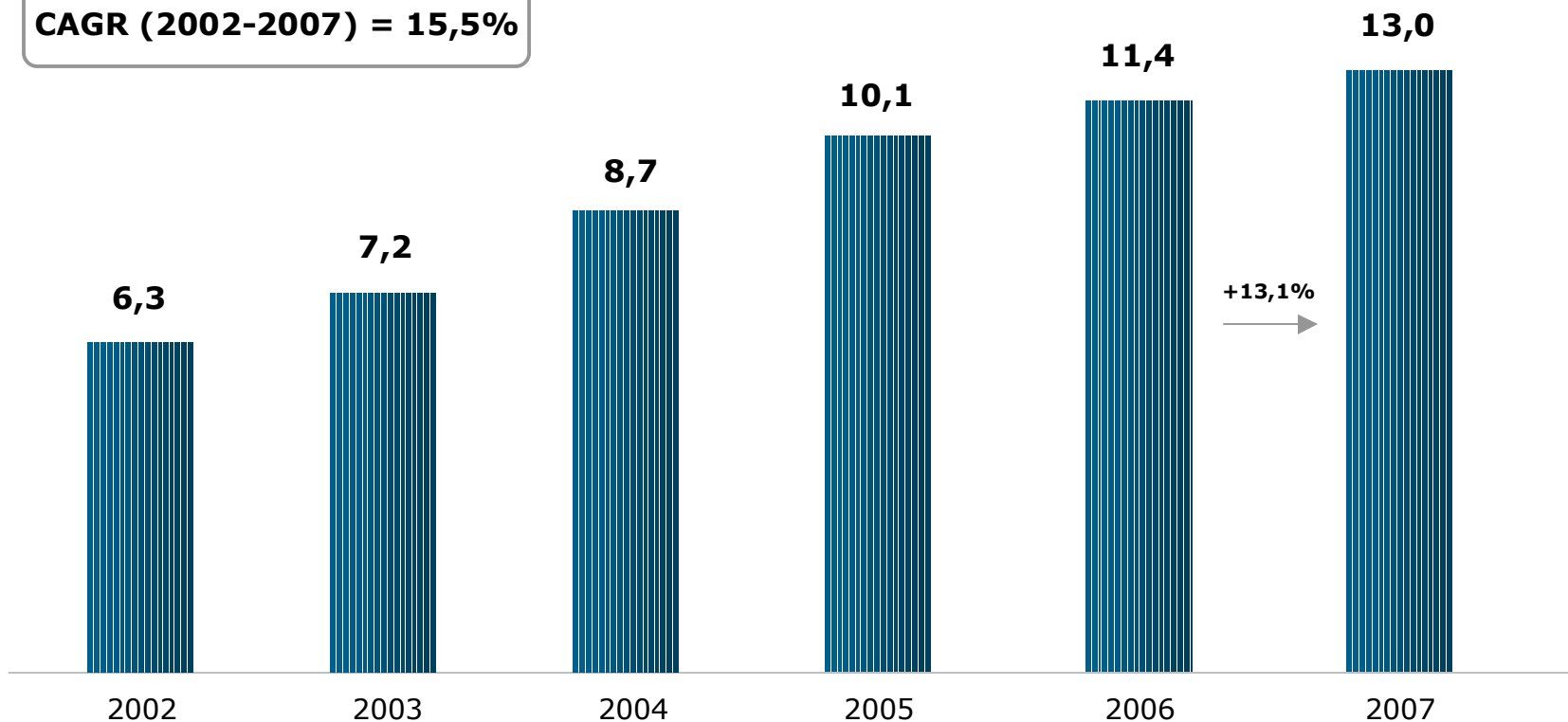
2 mercado alvo

2 mercado alvo CF&T – Brasil



> **Mercado Alvo¹** – (R\$ bilhões, nominal)

CAGR (2002-2007) = 15,5%

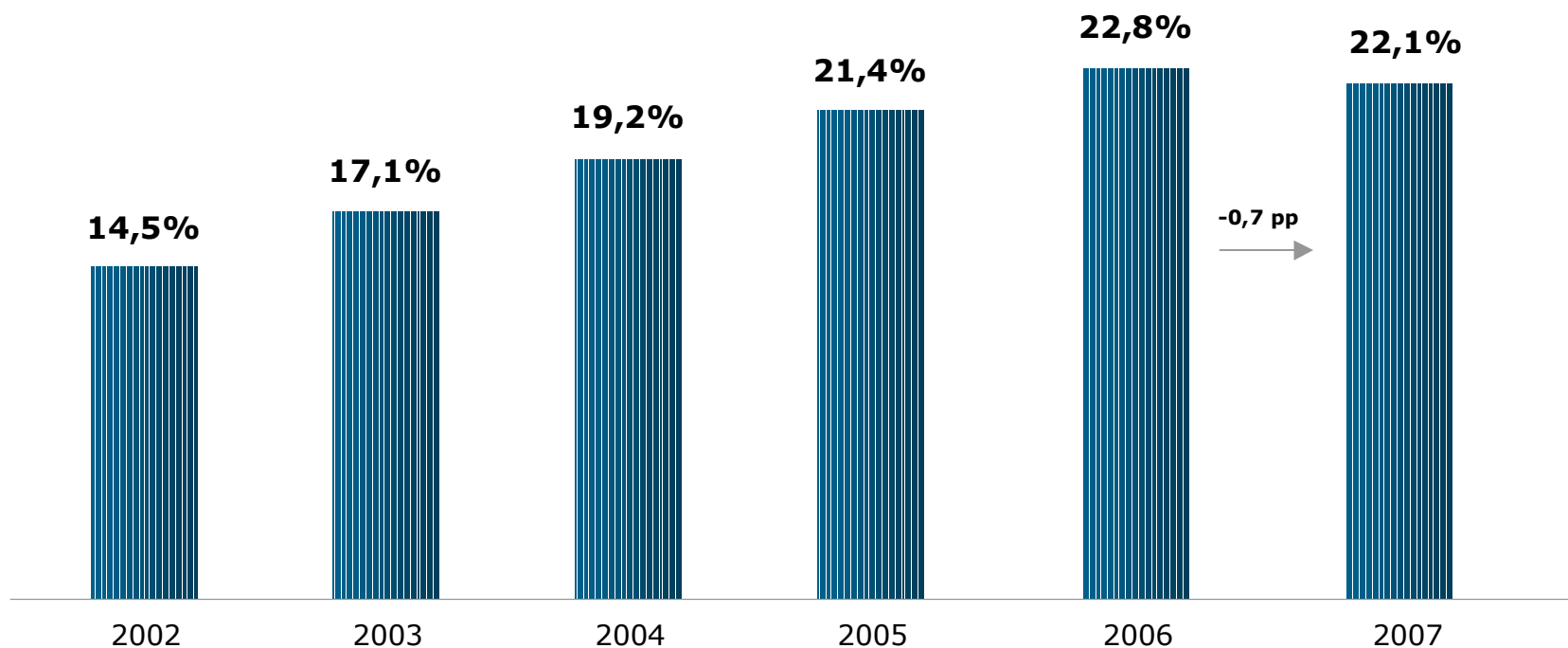


(1) Mercado Alvo: Cuidados com a Pele, Protetor Solar, Maquiagem, Perfumes, Fragrâncias, Cuidados para o cabelo, Creme de Barbear e Desodorantes. Não inclui Fraldas, Esmaltes para Unhas, Absorventes, Tinturas para Cabelos e Higiene Oral. **Fonte: Sipatesp e ABHIPEC.** Dados em receita Líquida.

2 participação no mercado – Brasil



> Market Share da Natura no Mercado Alvo¹ (%)



(1) Mercado Alvo: Cuidados com a Pele, Protetor Solar, Maquiagem, Perfumes, Fragrâncias, Cuidados para o cabelo, Creme de Barbear e Desodorantes. Não inclui Fraldas, Esmaltes para Unhas, Absorventes, Tinturas para Cabelos e Higiene Oral. **Fonte: Sipesp e ABHIPEC.**



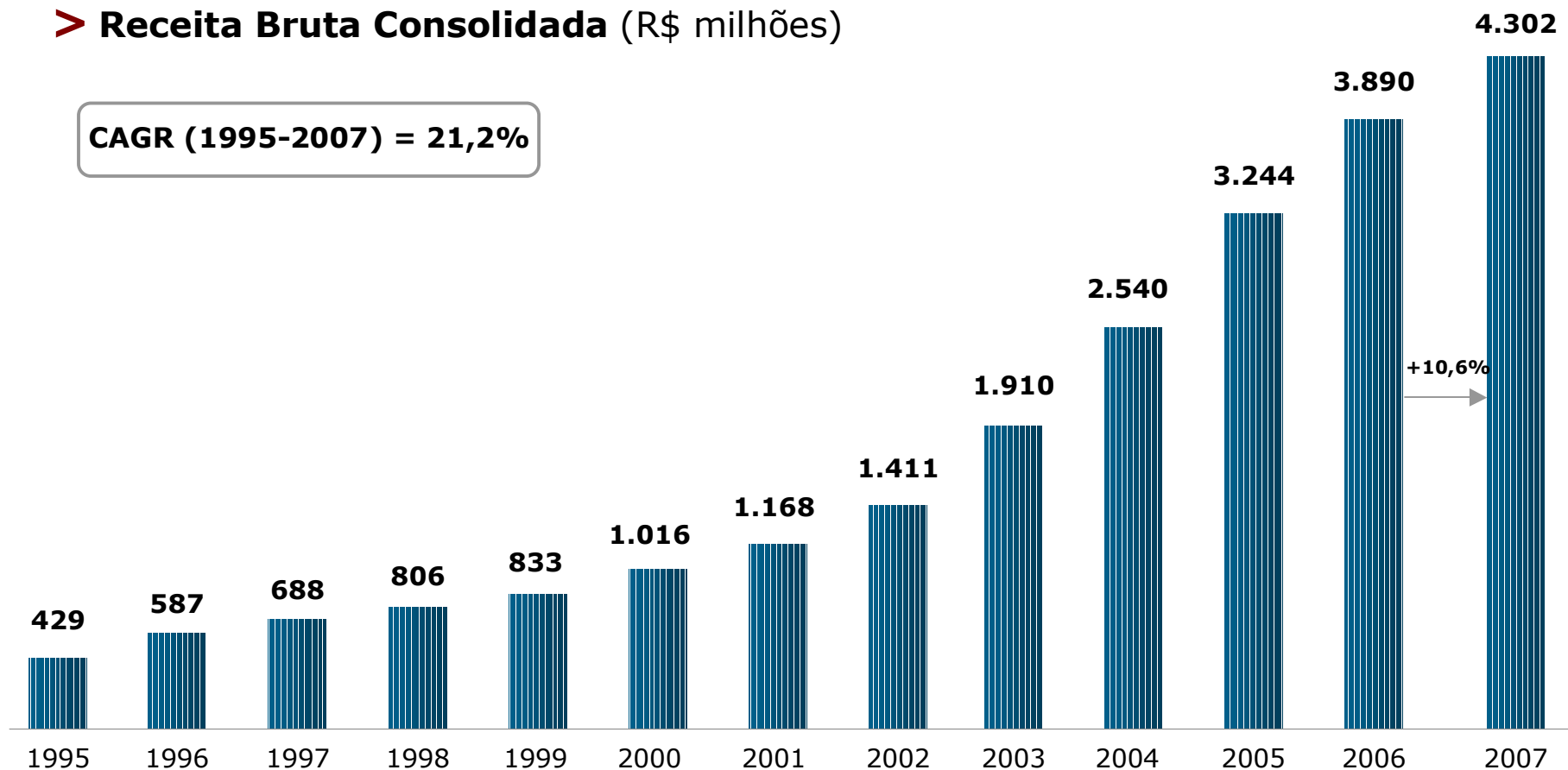
3 resultados

3 receita bruta consolidada



> Receita Bruta Consolidada (R\$ milhões)

CAGR (1995-2007) = 21,2%

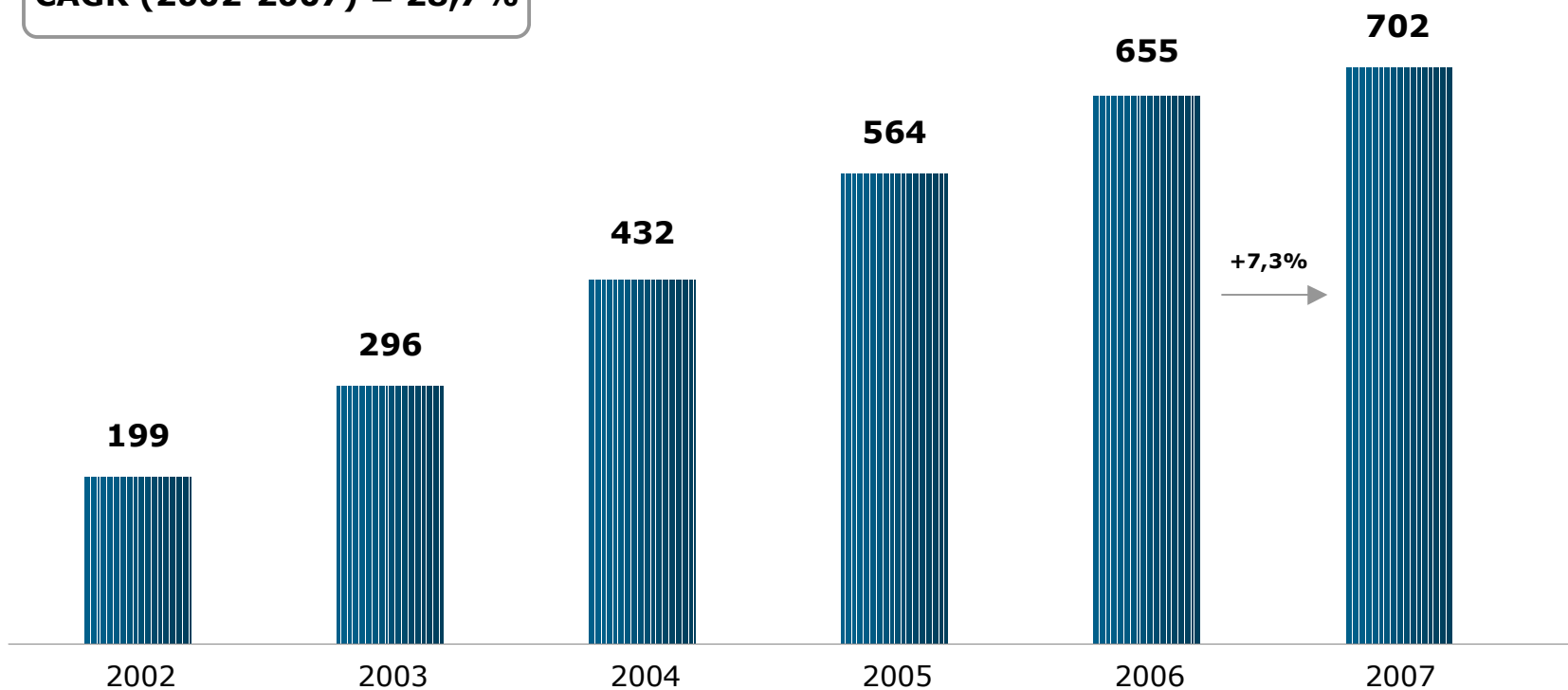


3 ebitda



> EBITDA Consolidado – (R\$ milhões)

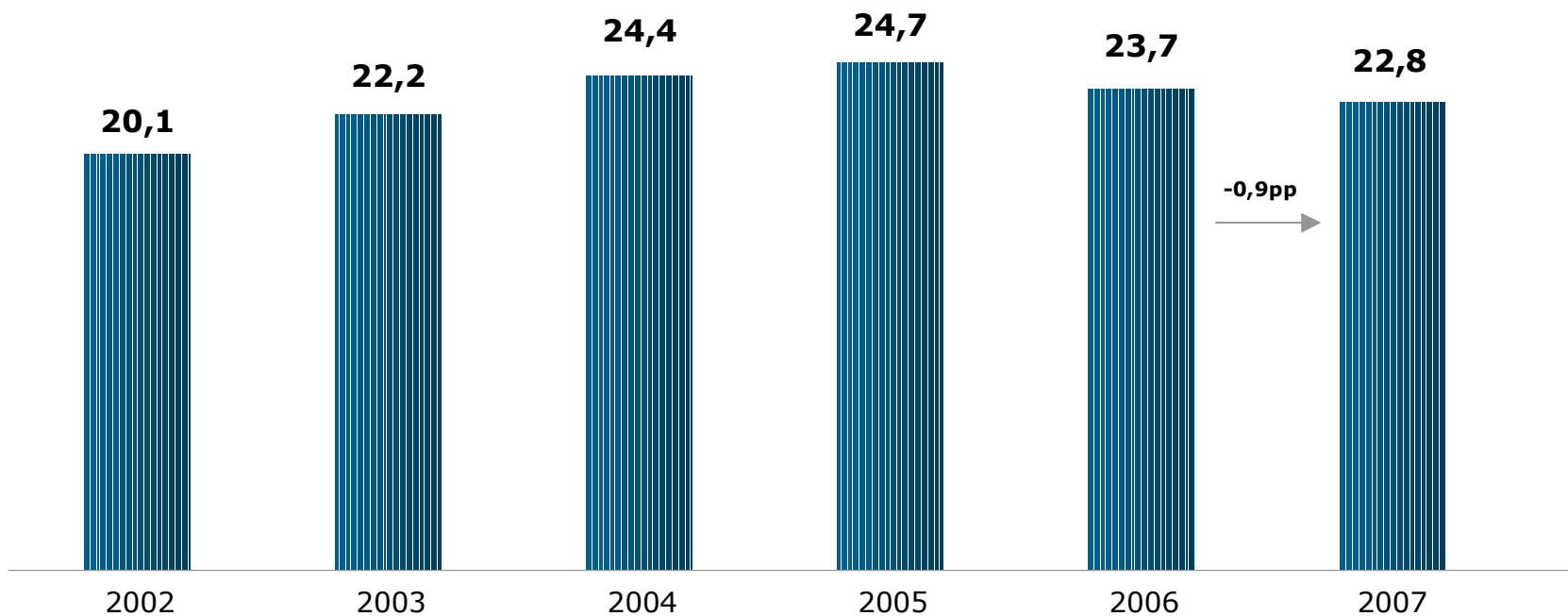
CAGR (2002-2007) = 28,7%



3 ebitda



> Margem EBITDA Consolidada – (%)

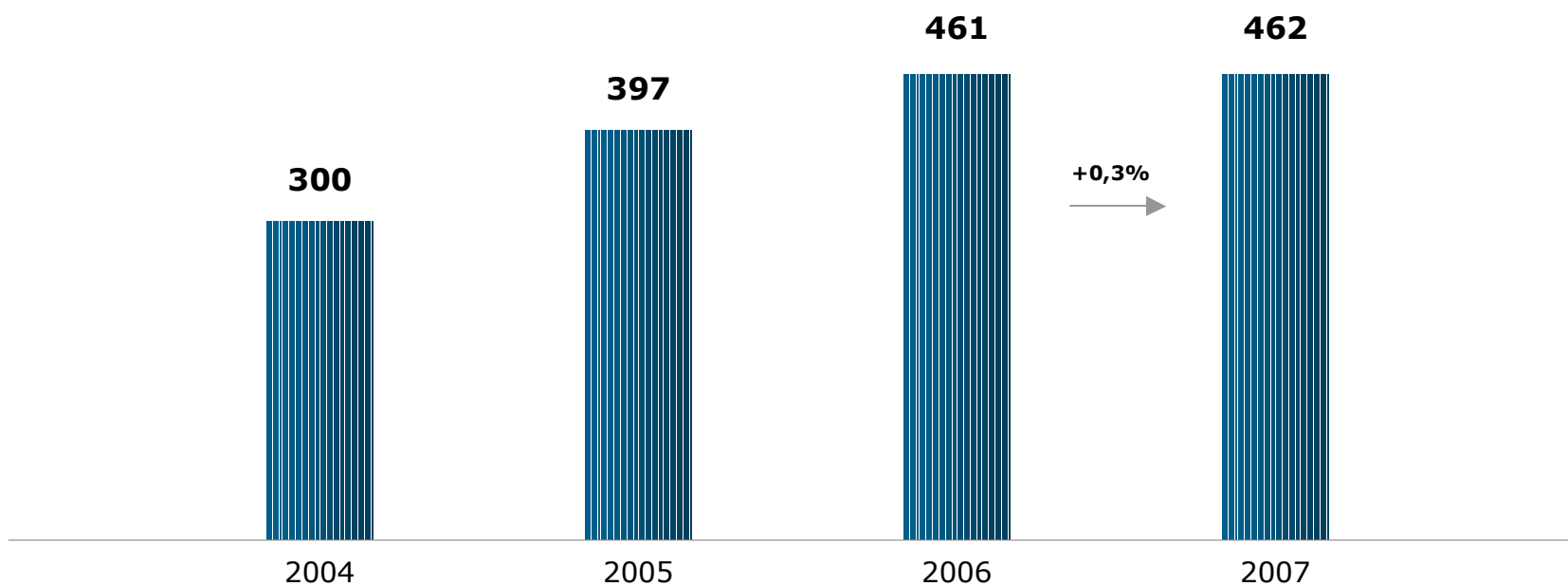


3 Lucro líquido



> Lucro Líquido – (R\$ milhões)

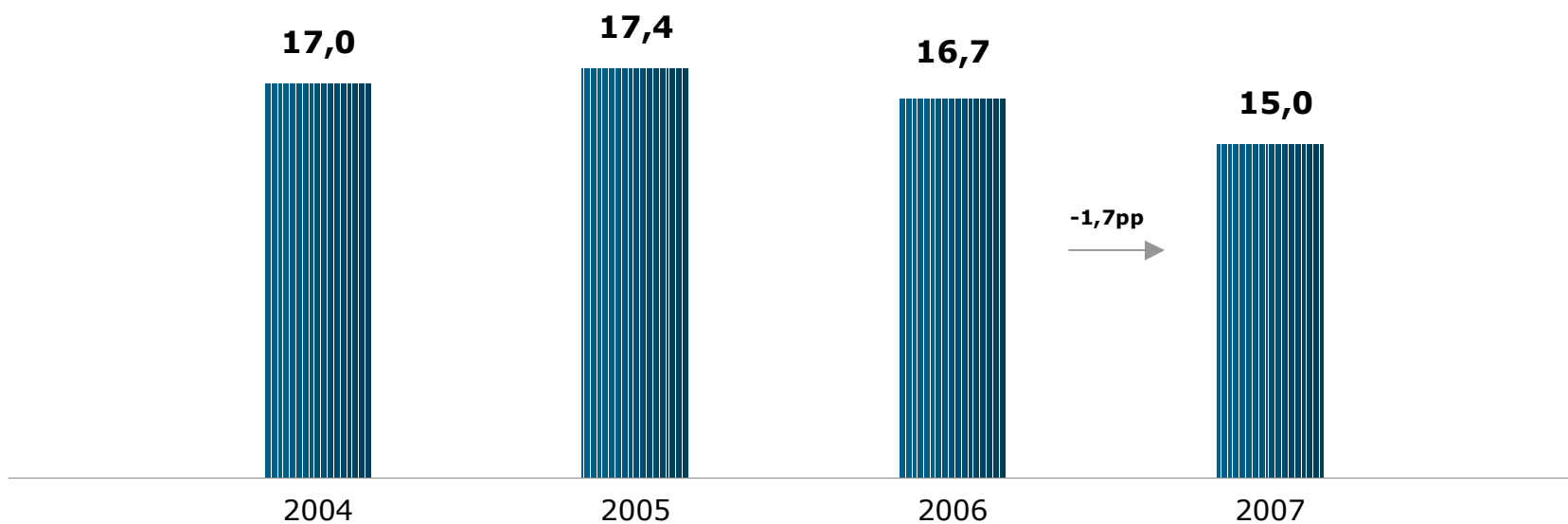
CAGR (2004-2007) = 15,5%



3 Lucro líquido



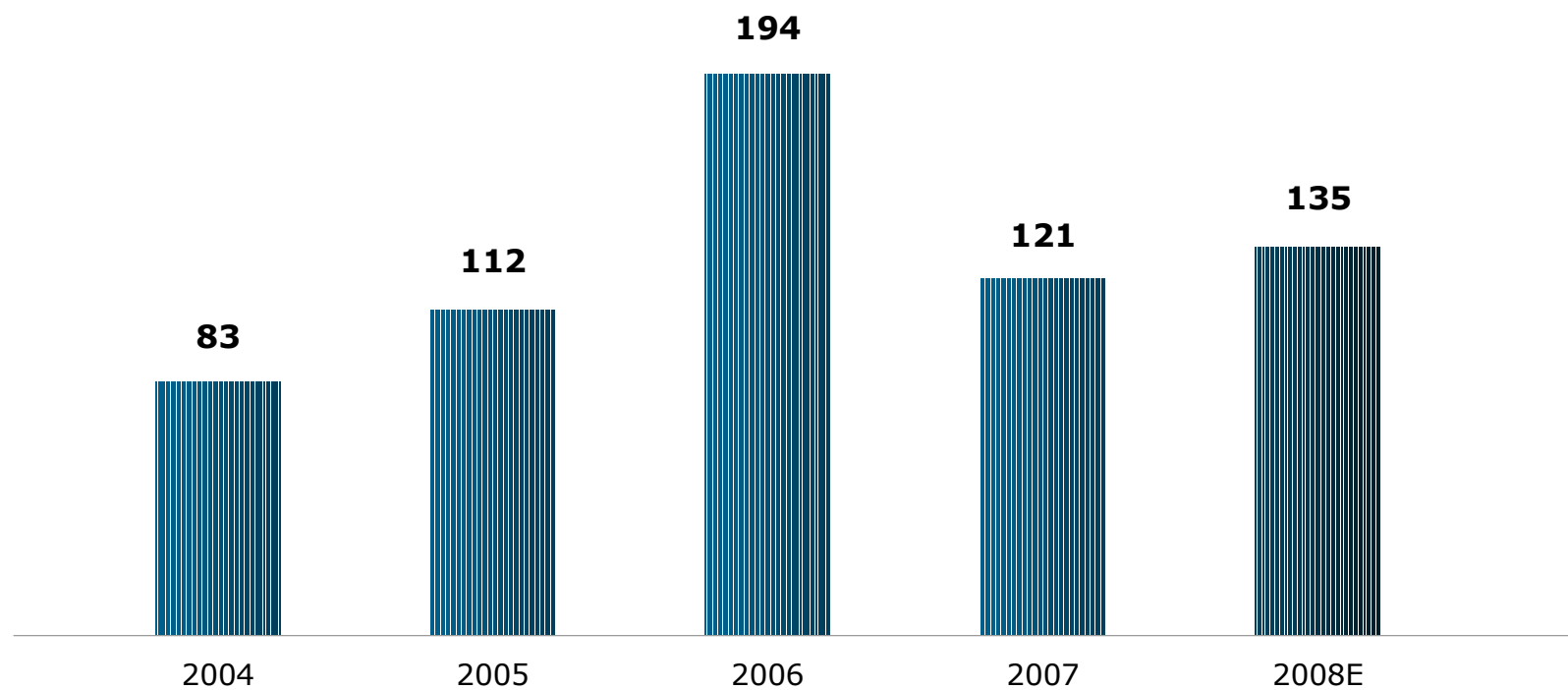
> Margem Líquida Consolidada – (%)



3 CAPEX



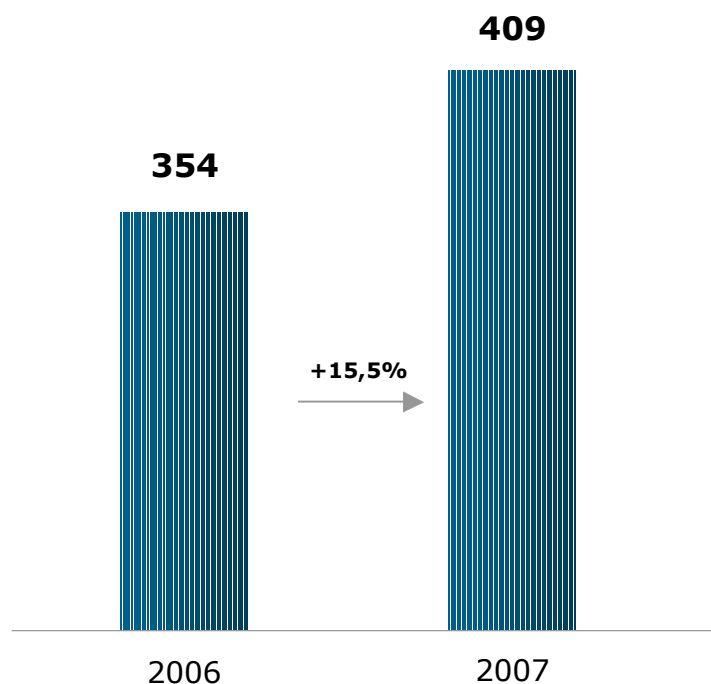
> **CAPEX** (R\$ milhões)



3 dividendos e JCP



> **Dividendos e JCP líquido declarados no exercício** (R\$ milhões)



Pay-out 2007

Lucro líquido	89%
Geração de caixa livre	255%

Dividendos + JCP (líquido) por ação

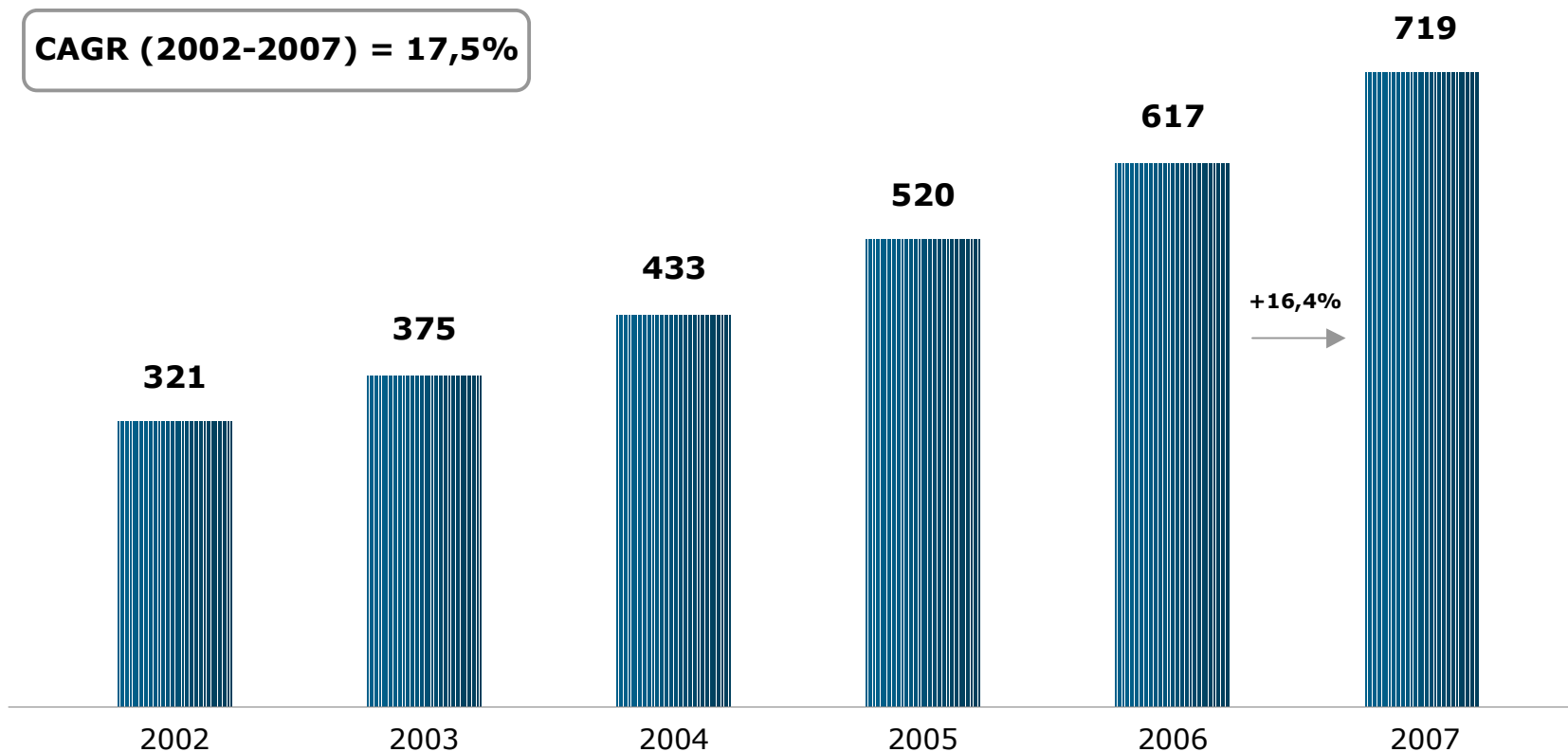
2005	R\$ 0,74	+12% +15%
2006	R\$ 0,83	
2007	R\$ 0,95	

3 consultoras



> Total Consolidado de Consultoras¹ (milhares)

CAGR (2002-2007) = 17,5%



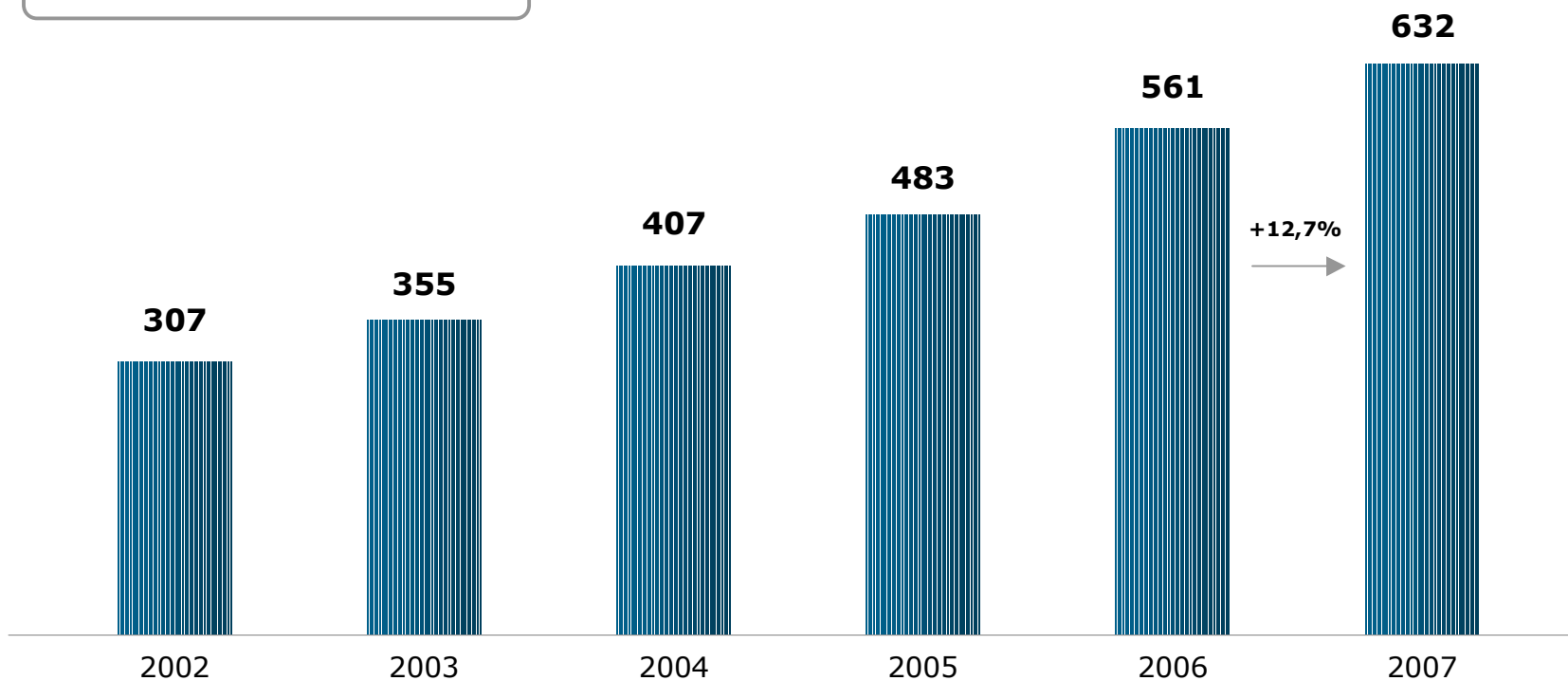
(1) Consultoras na Argentina, Brasil, Chile, Peru, México, Venezuela e Colômbia.

3 consultoras – Brasil



> Total de Consultoras¹ (milhares)

CAGR (2002-2007) = 15,5%

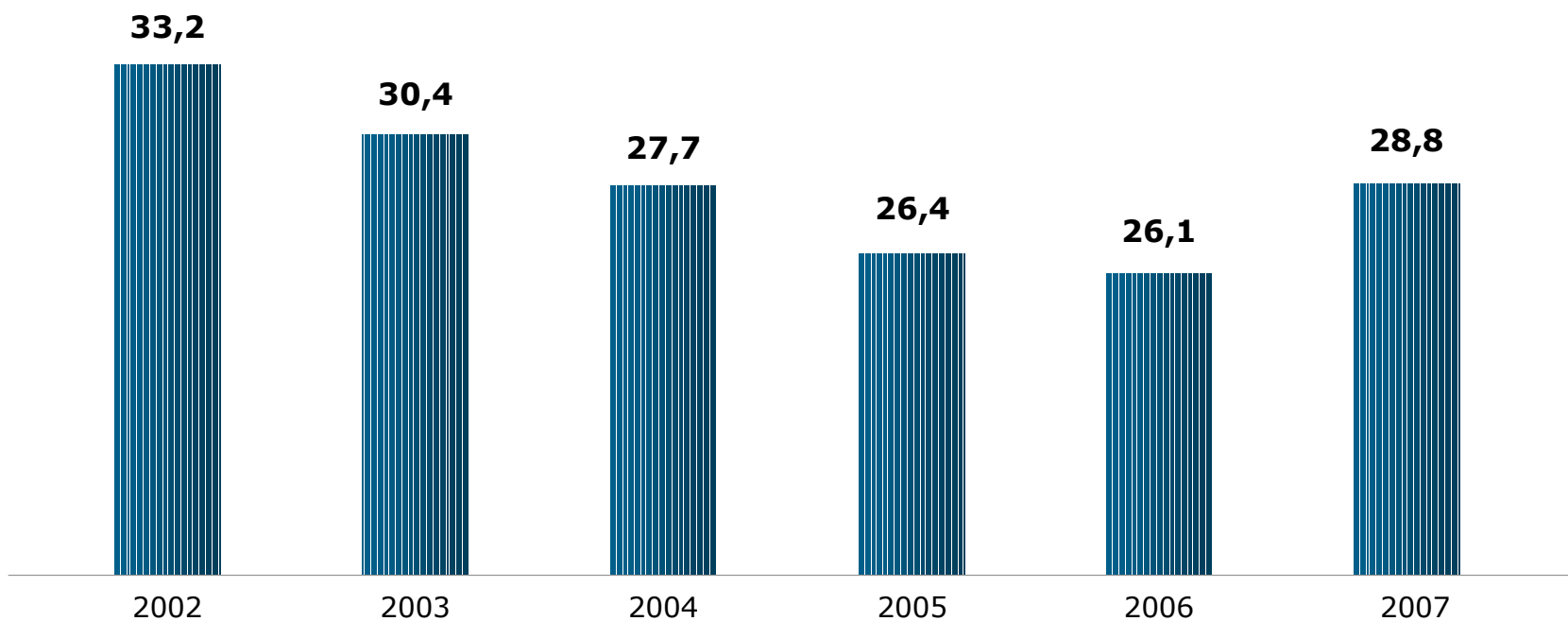


(1) Consultoras no Brasil.

3 consultoras – Brasil



> **Turnover¹** (milhares)

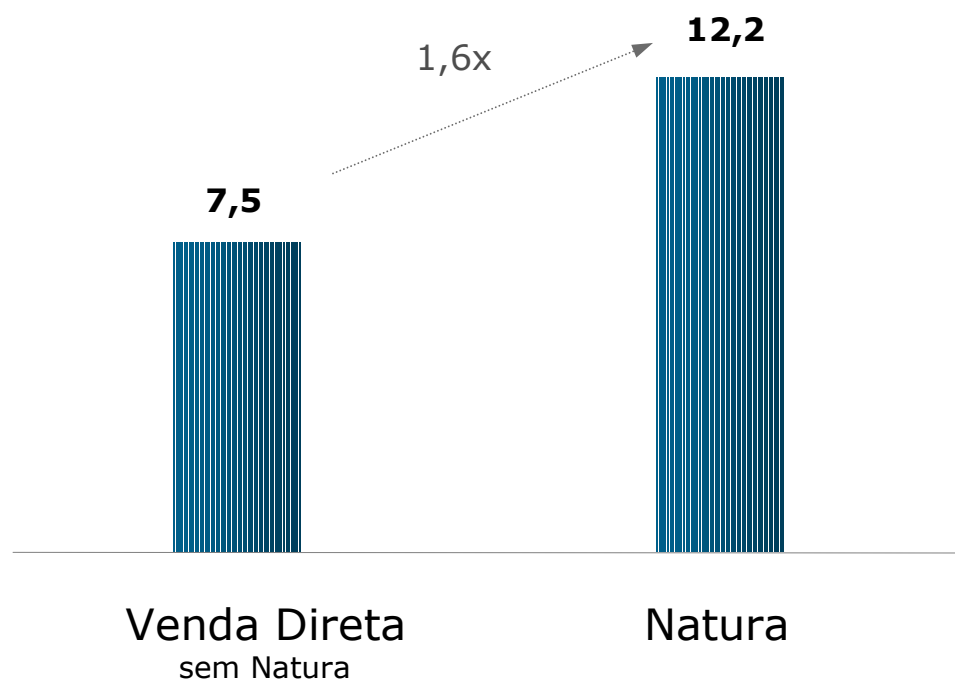


(1) Consultoras no Brasil.

3 consultoras – Brasil



> **Produtividade no Brasil – Natura versus Venda Direta**
(R\$ mil por consultora ativa média em 2007)



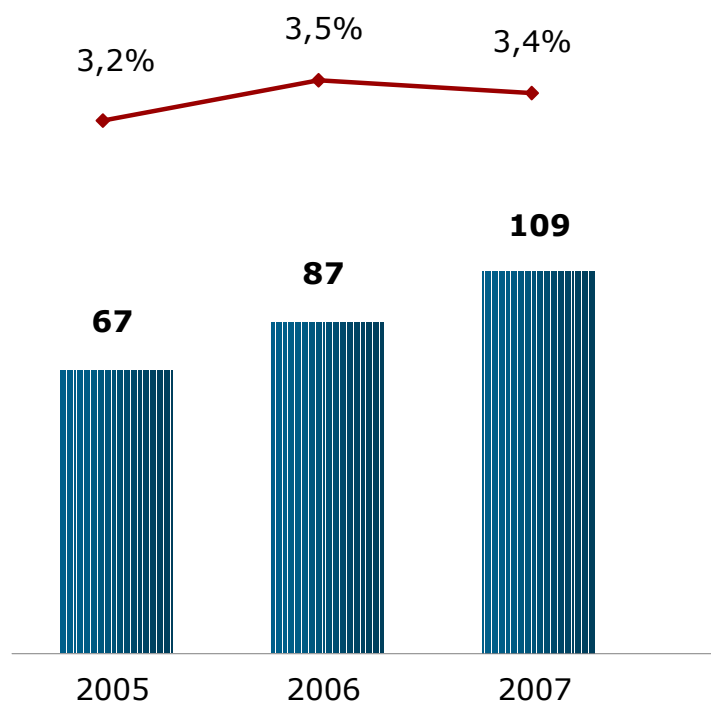


4 inovação


4 inovação



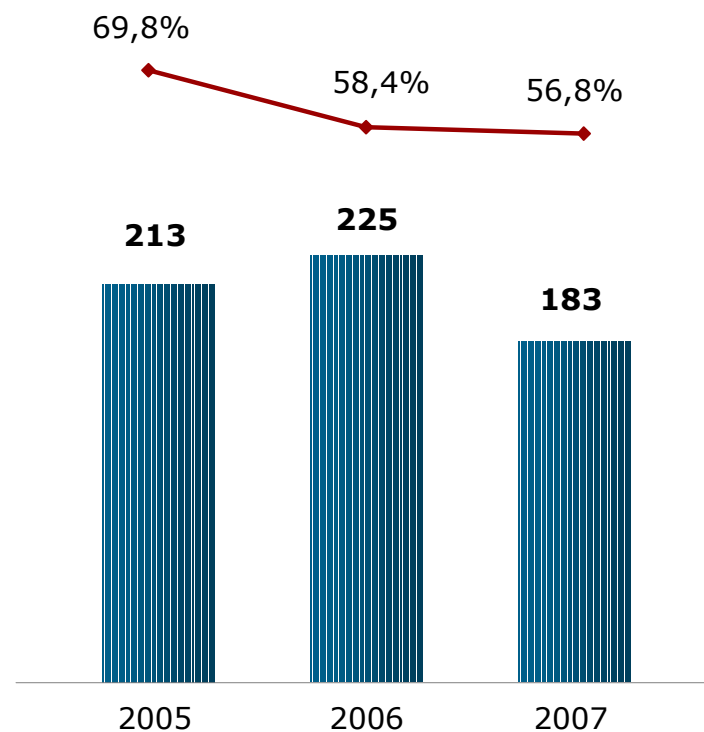
> Investimentos em Inovação – (R\$ milhões)




— % da Receita Líquida

 Investimento em inovação

> Número de Lançamentos e Índice de Inovação Total – inovação + aperfeiçoamento



— Índice de inovação total

 Número de lançamentos

4 inovação



Lançamos 183 novos produtos em 2007, entre eles:

Chronos Flavonóides de Passiflora, cujo desenvolvimento, em parceria com a Universidade Federal de Santa Catarina, foi fruto de um longo trabalho de pesquisa.



4 inovação



Chegou Zip. O novo batom da Natura.

Batom Zip, cuja venda atingiu 2,6 milhões de unidades no lançamento.

São 12 opções de cores numa embalagem prática e compacta para você guardar no bolso, na gaveta do escritório, no porta-lavas do carro ou na bolsinha de beleza. É rápido, é gostoso, é Zip.

4 inovação



Relançamento da Linha **Natura Homem** com excelente aceitação junto ao público masculino.



A close-up photograph of a person's hands holding a large amount of bright orange, flake-like material. The hands are positioned at the top and bottom of the frame, with fingers spread to support the material. The material consists of numerous small, irregular, flake-like pieces that are piled together. The background is blurred, showing a blue and white surface, possibly a table or a container. The lighting is bright, highlighting the texture and color of the material.

Resultados Sócio-ambientais

resultados sócio-ambientais

- ✓ **Consumo de água** (m³) redução de **19,2%**
- ✓ **Resíduos** (ton.) redução de **3,1%**
- ✓ **Consumo de Energia** (joules) aumento de **3,2%**

responsabilidade corporativa

Carbono neutro – Nos próximos cinco anos, reduziremos 33% das emissões de gases do efeito estufa de toda a cadeia de produção.

Álcool orgânico – Em 2007, passamos a substituir o álcool comum utilizado em nossos produtos por álcool orgânico.

Vegetalização – Continuamos avançando no movimento de vegetalização, que busca substituir os componentes animais e minerais por componentes vegetais.

Essas ações transparecem em nossa **tabela ambiental**, novidade lançada em 2007.

Refis – A venda dos refis sobre o total de itens faturados cresceu de 19,8% em 2006 para 21,4% em 2007, superando a meta de 20% para o período.

uso de
refil

vegetalização de
óleos corporais





5 operações internacionais

5 operações internacionais



✓ **Resultados 2007:**

Receita Internacional cresceu 41,4%

Número de Consultoras no exterior – 86 mil

Investimentos de R\$ 45 milhões

Início das operações na Venezuela e na Colômbia

Expansão da operação no México

✓ **Guidance 2008:**

Investimentos de R\$ 97 milhões

✓ **Meta para 2012:**

4,5% de *market share* na América Latina¹

(1) Market Share na América Latina, excluindo Brasil.



6 perspectivas

6 perspectivas



plano de ação

Investimentos no Brasil 2008-2010: R\$ 400 milhões

- ✓ **Marketing** – maiores investimentos e aumento de eficiência
- ✓ **Modelo comercial** – CNO (Consultora Natura Orientadora)
- ✓ **Descentralização** dos Centros de Distribuição
- ✓ **Casas Natura** – 30 inaugurações até 2010

6 perspectivas

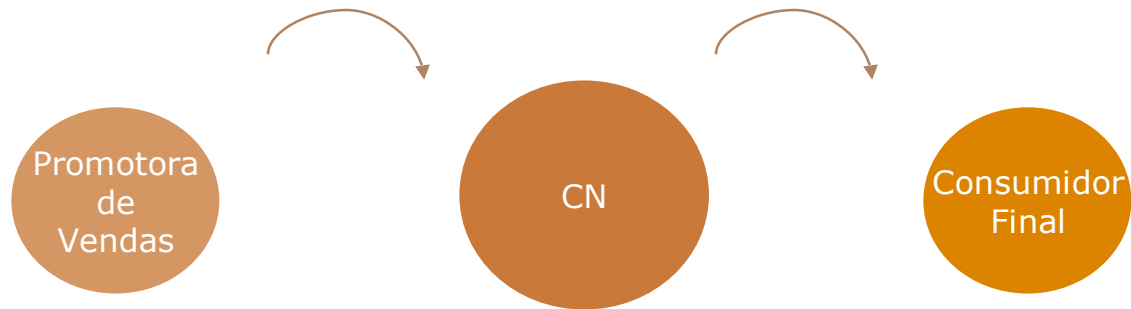


Marketing – maiores investimentos e aumento de eficiência.

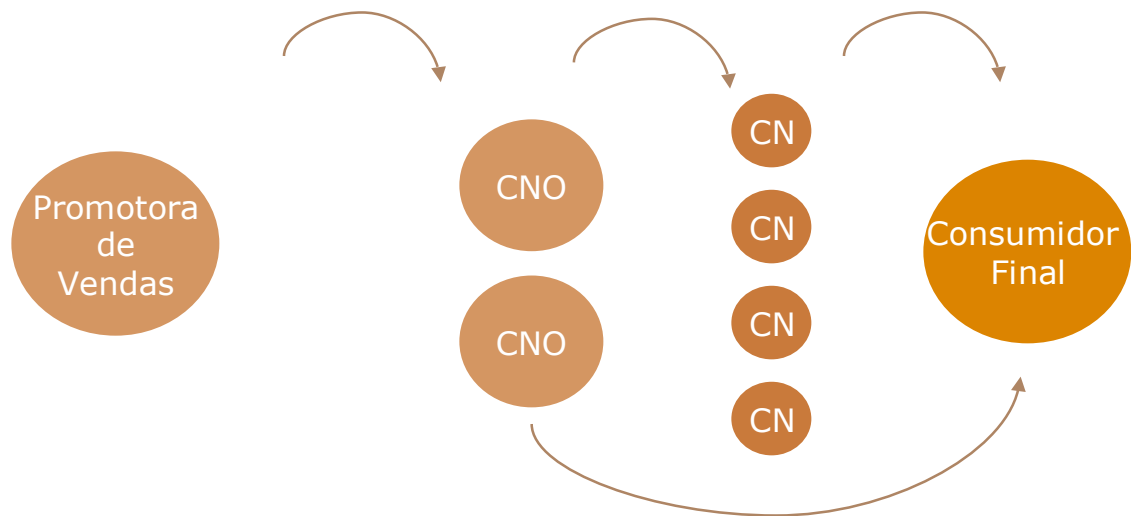


projeto consultora natura orientadora

Modelo *single level*



Modelo *bi-level* → CNO



casa natura



6 perspectivas



ganhos de eficiência

Os investimentos de R\$ 400 milhões serão financiados por:

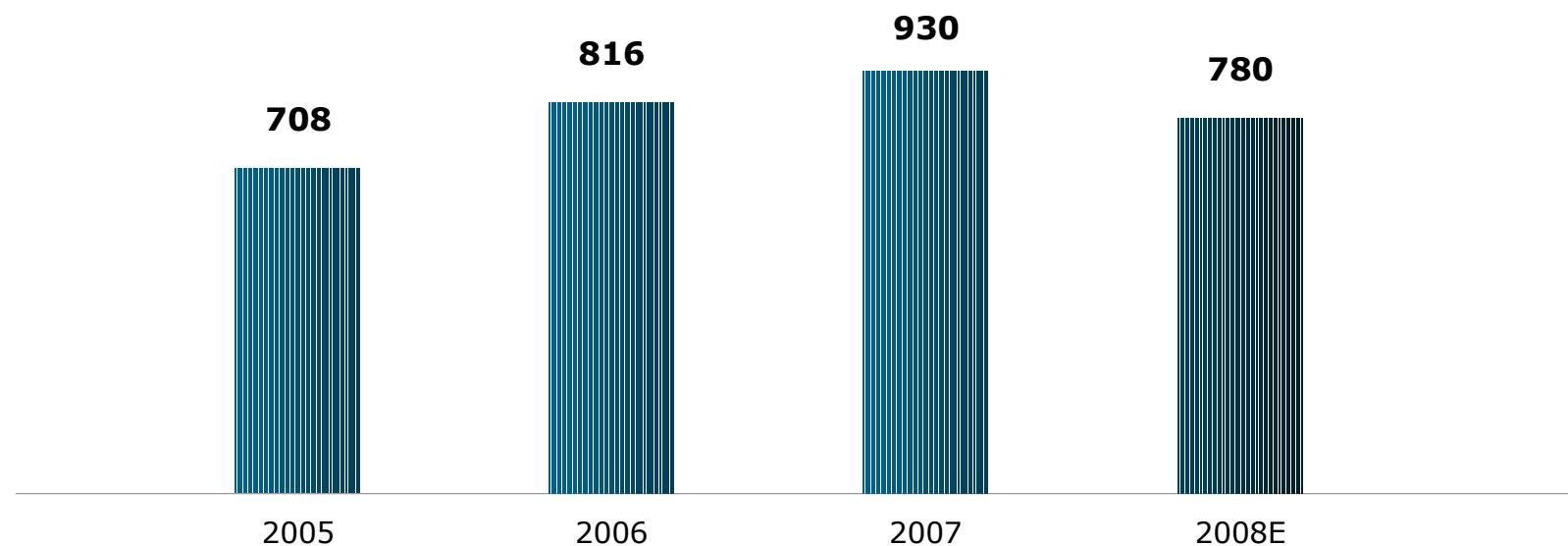
- ✓ **Melhor gestão do portfolio de produtos**
- ✓ **Processo de manufatura**
- ✓ **Processo logístico**
- ✓ **Programa de prevenção de perdas**

Estas iniciativas, aliadas ao congelamento do nosso overhead até 2010, permitirão o atingimento da margem Ebitda de no mínimo 23% no triênio 2008-2010.

6 perspectivas



Portfolio natura: novos produtos e renovações de produtos pré-existent



Esta apresentação 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. Esta apresentação também contém algumas informações "pro forma", elaboradas pela Companhia a título exclusivo de informação e referência, portanto, são grandezas não auditadas. Esta apresentação está atualizada até a presente data e a Natura não se obriga a atualizá-la mediante novas informações e/ou acontecimentos futuros.

www.natura.net/investidor