

Resultados do 4T06 e do ano de 2006

02 de março de 2007



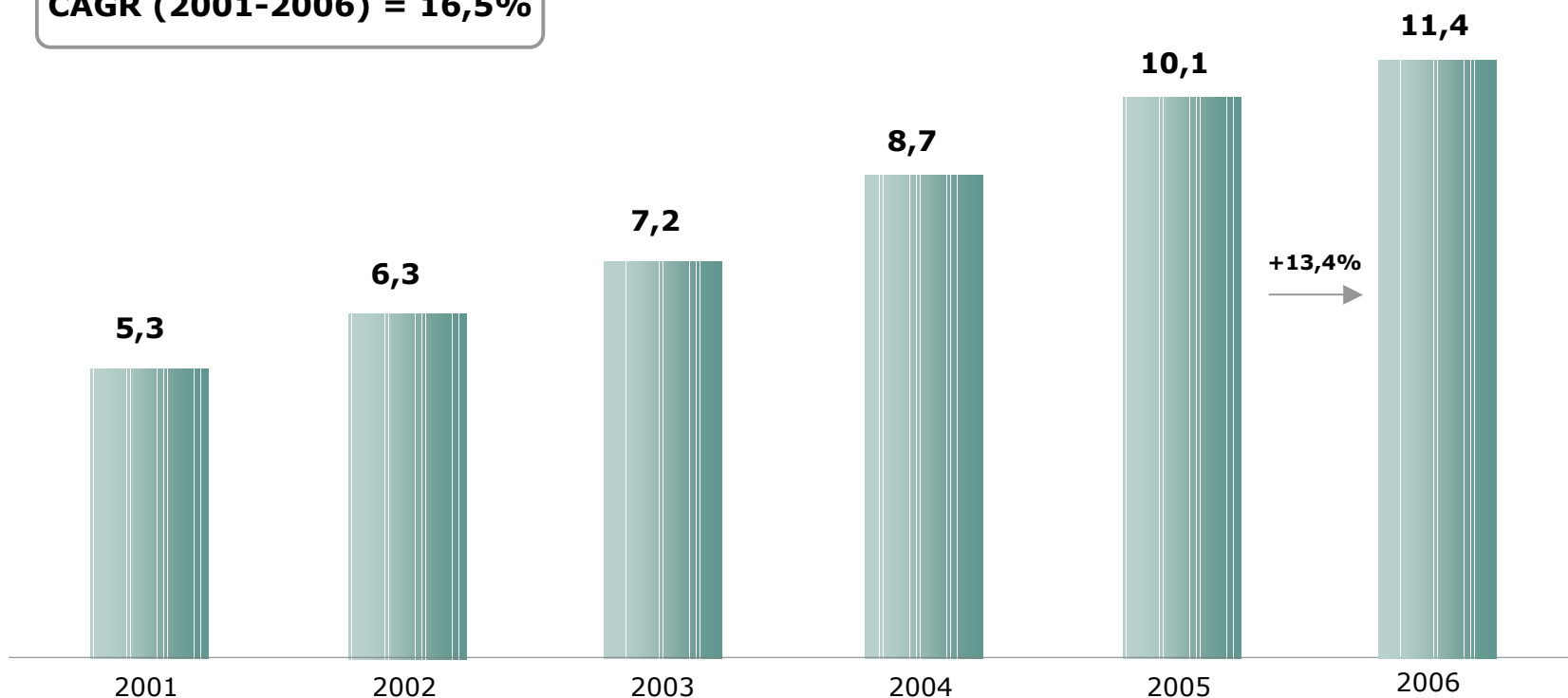


mercado alvo CF&T – Brasil



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

CAGR (2001-2006) = 16,5%



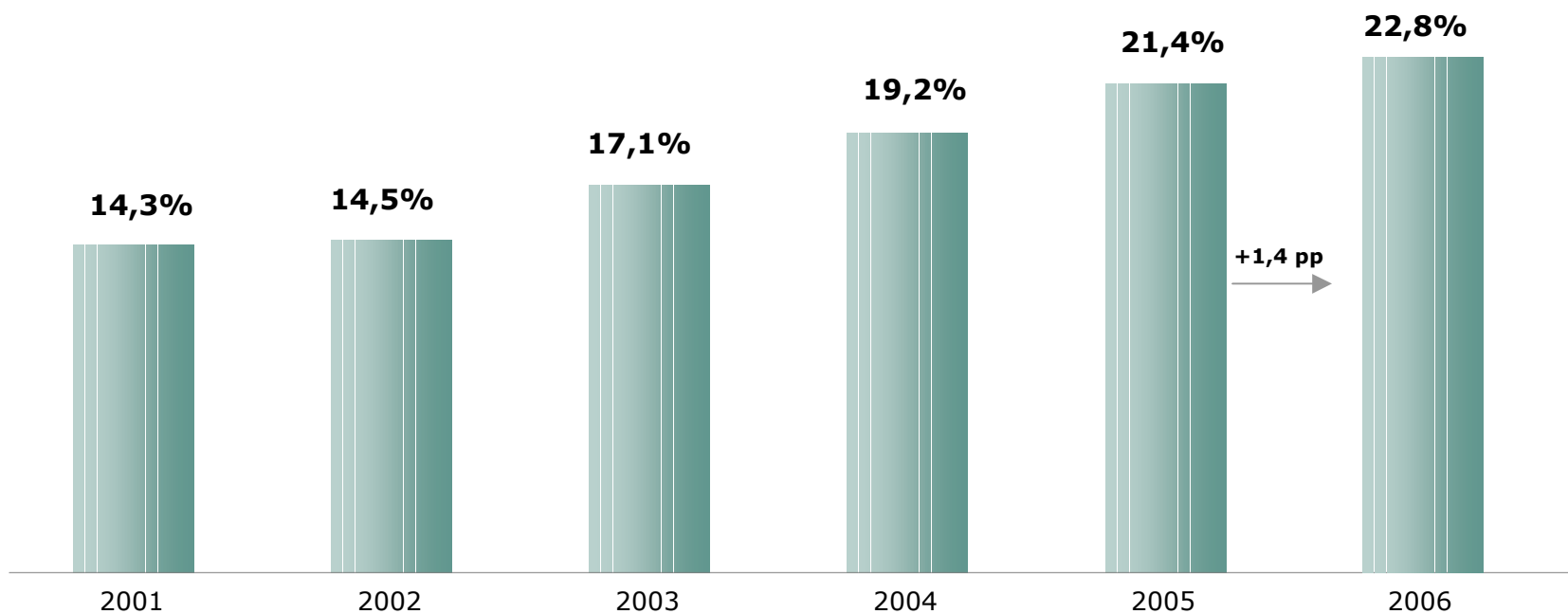
(1) Mercado Alvo: Cuidados com a Pele, Protetor Solar, Maquiagem, Perfumes, Fragrâncias, Cuidados para o cabelo, Creme de Barbear e Desodorantes. Não inclui Fraldas, Esmaltes para Unhas, Absorventes, Tinturas para Cabelos e Higiene Oral. **Fonte: Sipatesp e ABHIPEC.**



market share – 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: Sipatesp e ABHIPEC.**



market share – Brasil



> Receita Líquida do Setor no Mercado Alvo¹ e Market Share da Natura no Brasil

	Mercado Alvo (R\$ milhões)			Market Share-Natura (%)		
	2006	2005	Cresc%	2006	2005	Var. pp
Cosméticos e Fragrâncias	5.203	4.455	16,8%	36,2%	34,3%	1,8
Higiene Pessoal	6.240	5.638	10,7%	11,7%	11,3%	0,4
Total	11.443	10.093	13,4%	22,8%	21,4%	1,4

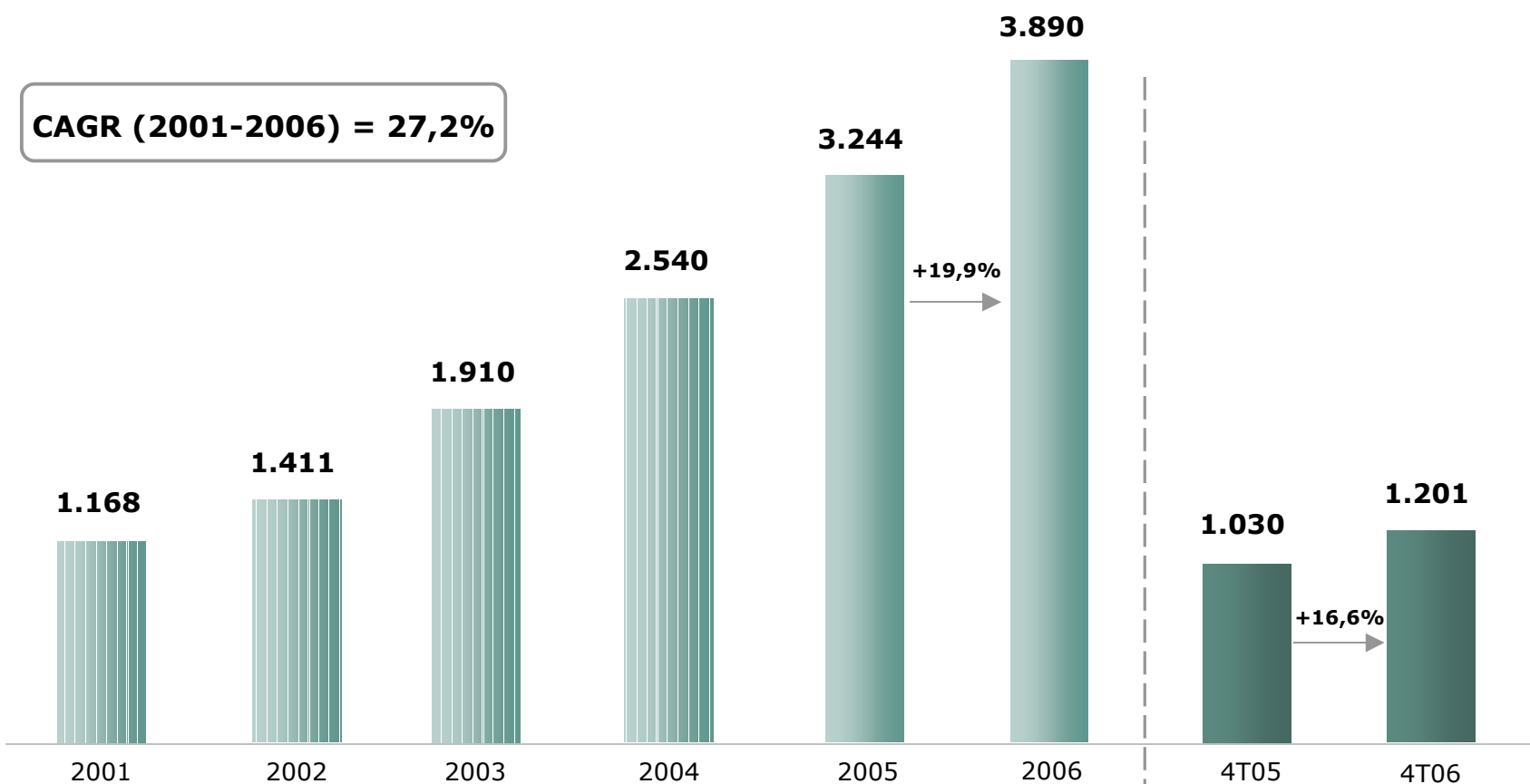
(1) Mercado Alvo: Cuidados com a Pele, Protetor Solar, Maquiagem, Perfumes, Fragrâncias, Cuidados para o cabelo, Creme de Barbear e Desodorantes. Não inclui Fraldas, Esmaltes para Unhas, Absorventes, Tinturas para Cabelos e Higiene Oral. **Fonte: Sipatesp e ABHIPEC.**



receita bruta consolidada



> Receita Bruta Consolidada (R\$ milhões)



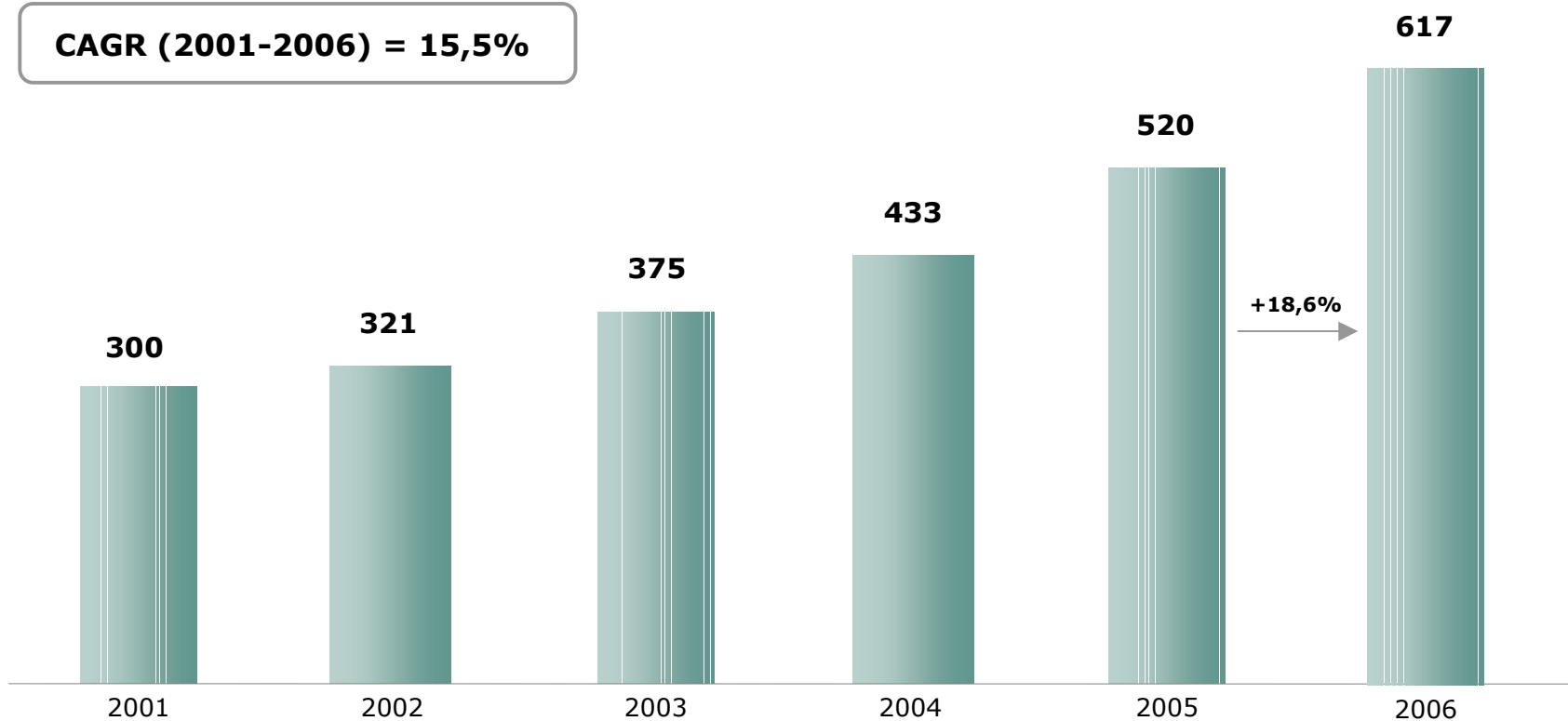


total consolidado de consultoras



> Total Consolidado de Consultoras¹ (milhares)

CAGR (2001-2006) = 15,5%



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

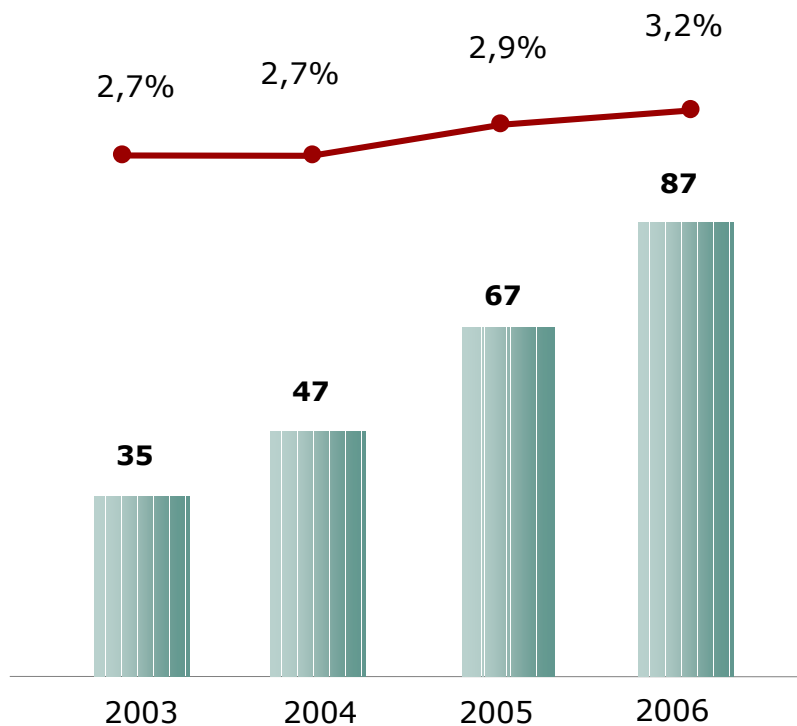


inovação



> Investimentos em Inovação

R\$ milhões

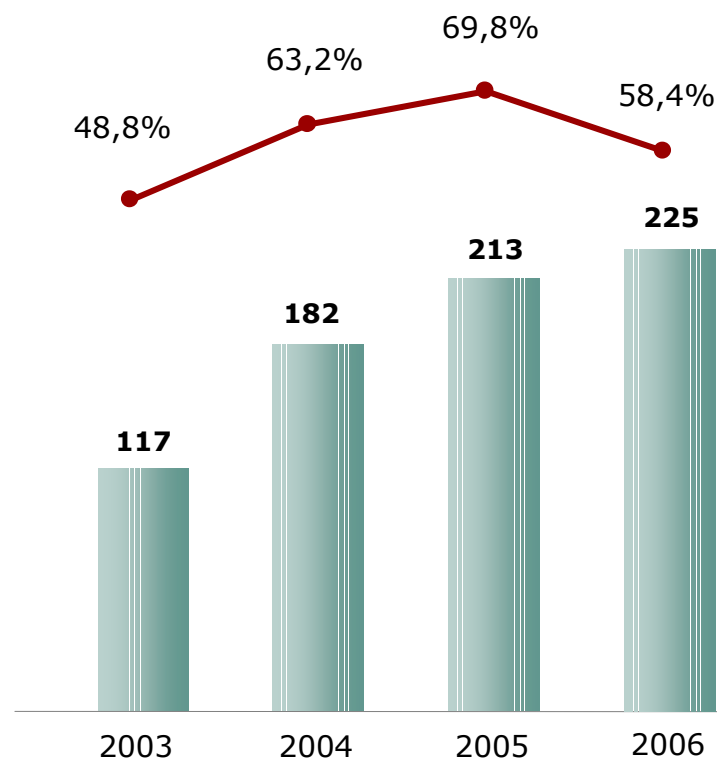


— % da Receita Líquida



Investimento em inovação

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



— Índice de inovação total



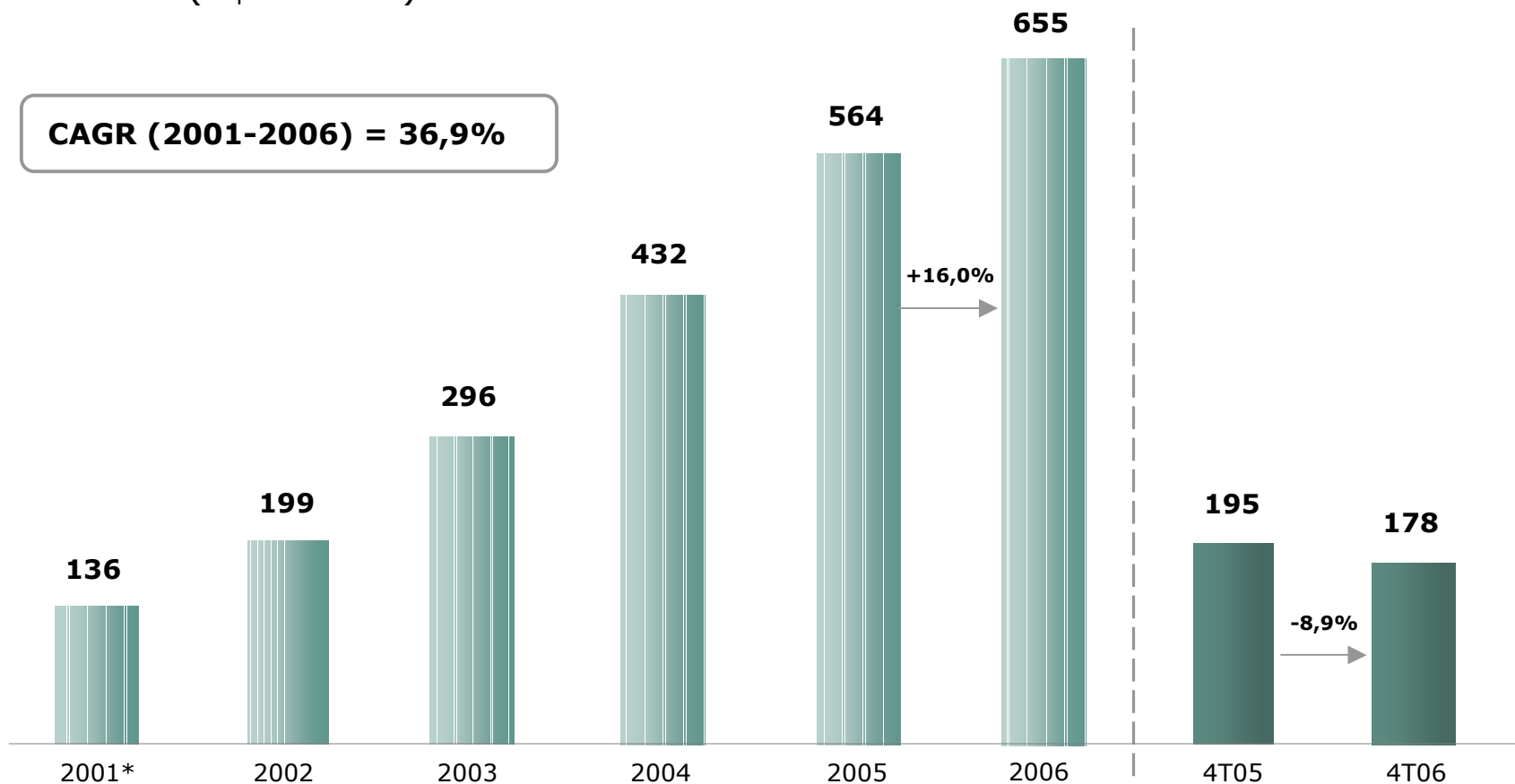
Número de lançamentos



EBITDA consolidado



> EBITDA (R\$ milhões)



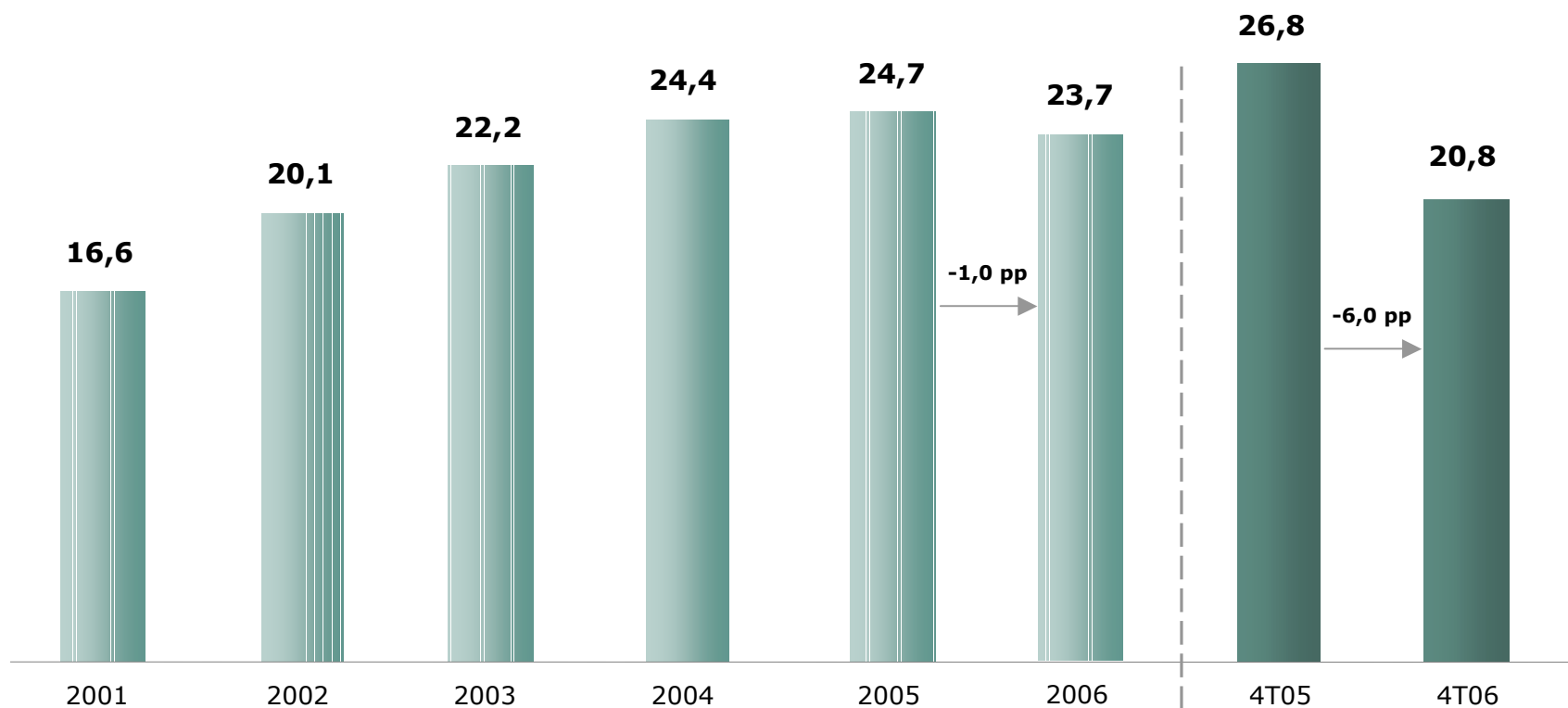
(*) Dados da Natura Empreendimentos.



margem EBITDA consolidada



> Margem EBITDA (%)

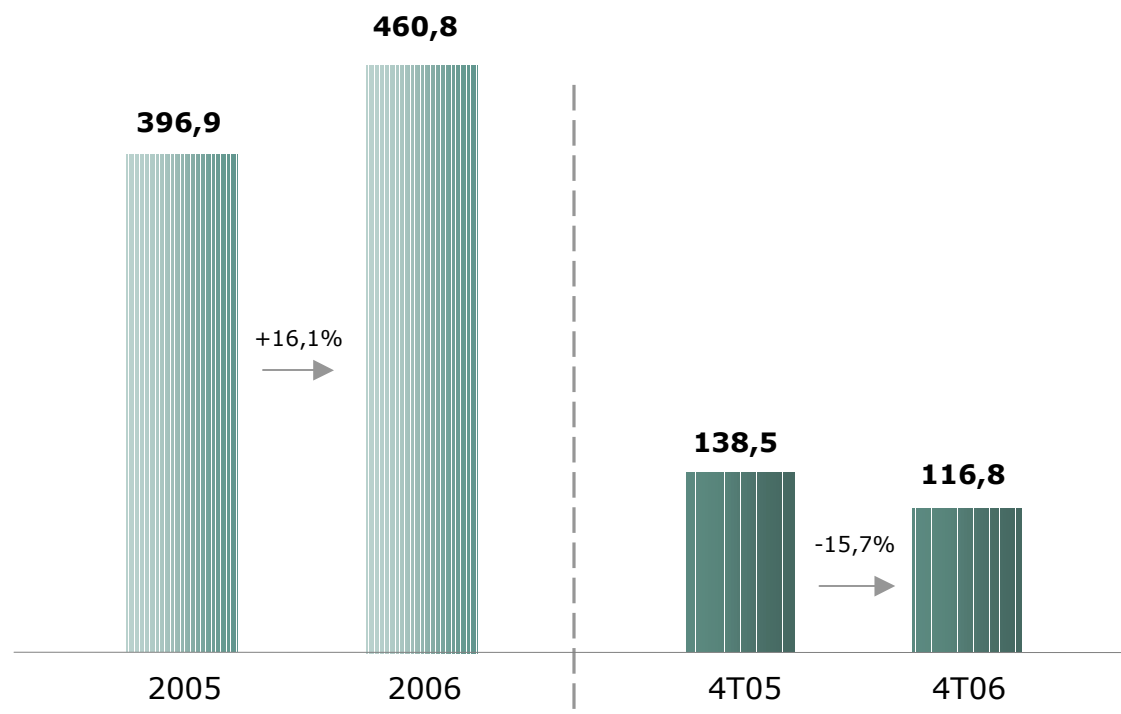




lucro líquido consolidado



> Lucro Líquido – R\$ milhões

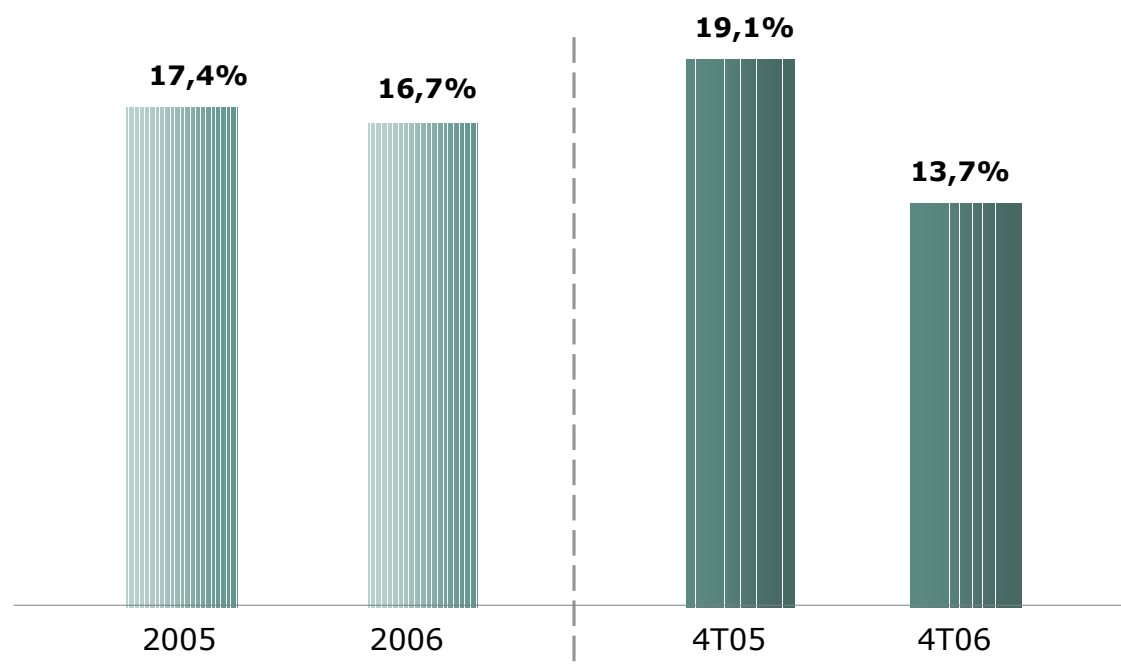




margem líquida consolidada



> Margem Líquida – %





processo de expansão internacional



> Destaques Financeiros – Argentina, Peru e Chile (US\$ milhões)

	4T06	4T05	Var %	2006	2005	Var %
Total de Consultoras – final do período ¹	51,2	36,2	41,7%	51,2	36,2	41,7%
Unidades de produtos para revenda (em milhões)	4,0	2,2	83,3%	11,6	7,0	65,0%
Receita Bruta	17,6	11,6	52,0%	54,9	36,2	51,8%
Receita Líquida	13,5	8,9	51,6%	42,0	27,8	51,1%
Ebitda	-3,4	-1,5	135,9%	-6,8	-4,5	51,1%
<i>Margem Ebitda</i>	<i>-25,4%</i>	<i>-16,3%</i>		<i>-16,3%</i>	<i>-16,3%</i>	

(1) Número de consultoras ao final do ciclo 17 de vendas.



processo de expansão internacional



> Destaques Financeiros – México, Venezuela e França (US\$ milhões)

	4T06	4T05	2006	2005
Total de Consultoras – final do período ¹	5,0	1,4	5,0	1,4
Unidades de produtos para revenda (em milhões)	0,23	0,05	0,58	0,06
Receita Bruta	2,0	0,7	5,1	1,2
Receita Líquida	1,7	0,6	4,4	1,1
Ebitda	-5,4	-3,3	-16,7	-10,0

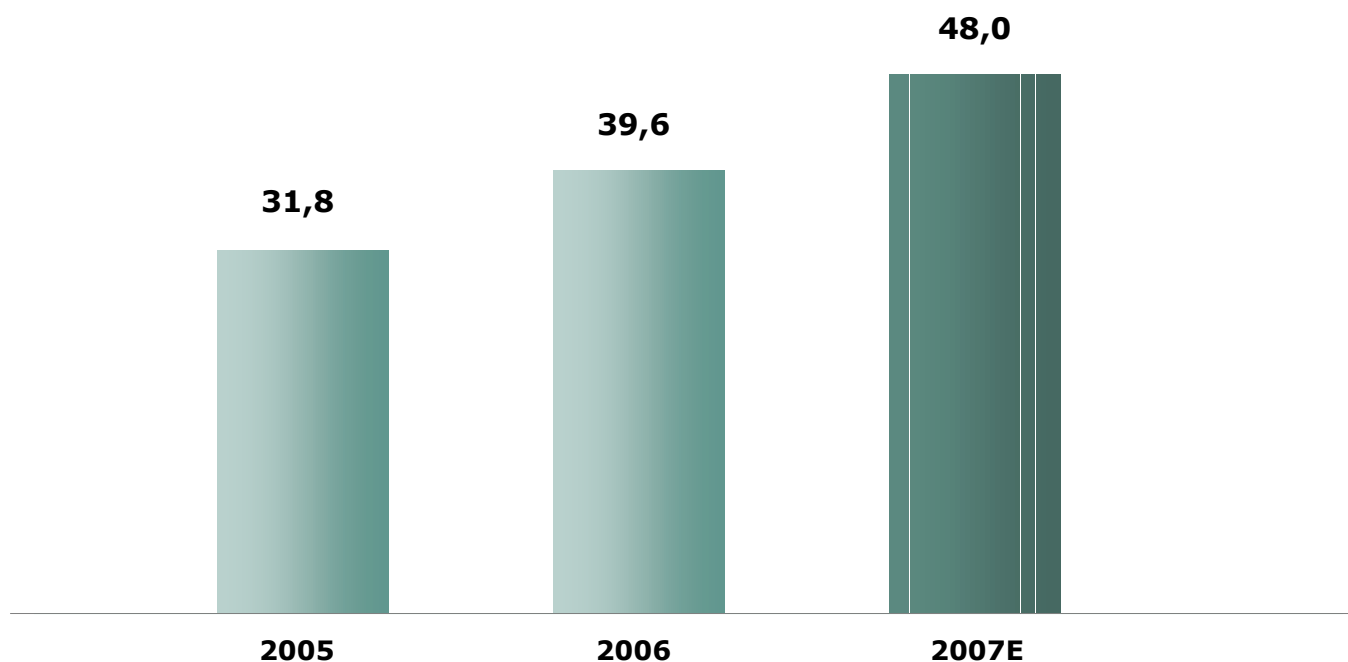
(1) Número de consultoras ao final do ciclo 17 de vendas.



processo de expansão internacional



> Total das Despesas Líquidas¹ (R\$ milhões)



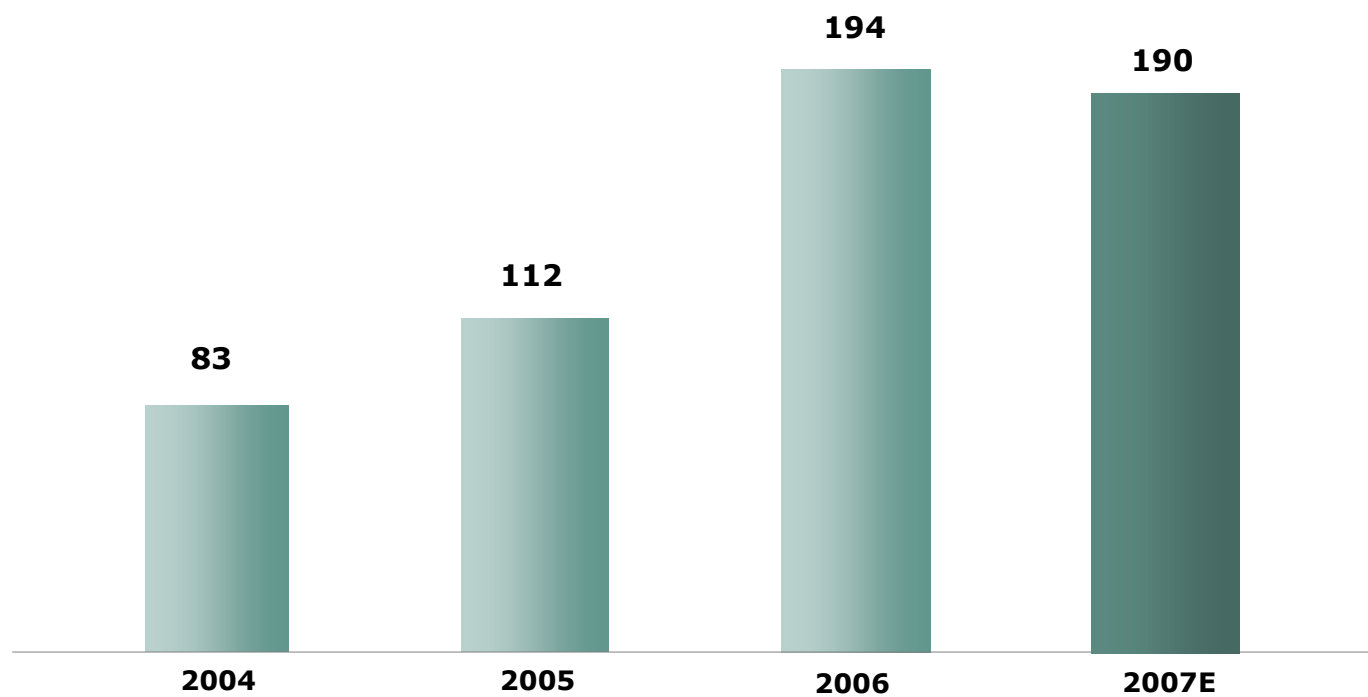
(1) Considera o prejuízo operacional das operações em fase de consolidação (Argentina, Chile e Peru) acrescido das operações em fase de implantação (México, Venezuela e França); e mais o impacto das variações cambiais na conversão dos balanços das empresas controladas deduzido do lucro apurado nas exportações do Brasil para as operações.



CAPEX



> **CAPEX** (R\$ milhões)





geração de caixa *pro forma* – dados consolidados



R\$ milhões	2006	2005	Var %
Lucro líquido do período	460,8	396,9	16,1
(+) Depreciação e amortização	54,6	44,0	24,0
(=) Geração interna de caixa	515,4	440,9	16,9
(-) Capital de giro operacional ¹	-73,1	-3,7	
(-) Outros ativos e passivos ²	-46,7	1,5	
(=) Geração operacional de caixa	395,5	438,7	-9,8
(-) Adições de imobilizado	-193,6	-111,6	
(=) Geração de caixa livre	202,0	327,1	-38,3

(1) Ativos - Contas a receber, estoques e impostos a recuperar de curto prazo. Passivos - fornecedores, salários, participações no lucro e encargos sociais, obrigações tributárias, provisões e fretes a pagar.

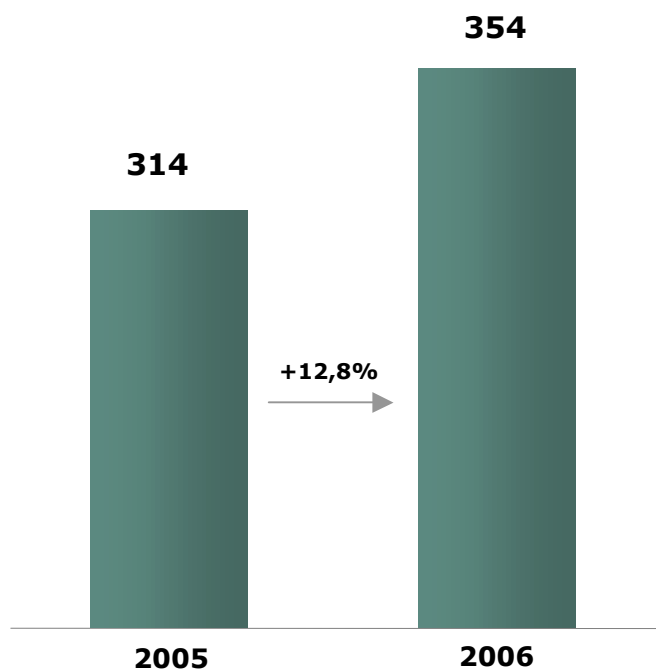
(2) Ativos - Adiantamento a colaboradores e fornecedores, imposto de renda e contribuição social diferidos de curto prazo, outros créditos e ativos realizáveis a longo prazo. Passivos - outros contas a pagar de curto e longo prazos e provisões para riscos tributários, cíveis e trabalhistas.



dividendos e juros sobre o capital próprio



> Dividendos e JCP Líquido Declarados no Exercício (R\$ milhões)



Pay-out 2006

Lucro líquido	77%
Geração de caixa livre	175%

Dividendos + JCP (líquido) por ação

2005	R\$0,74
2006	R\$0,83



perspectivas



- **Aumentar a eficiência das nossas ações de marketing e comerciais**
- **Gestão independente para o Brasil e para as operações internacionais**
- **Manter fixas as despesas administrativas por dois anos**
- **Obter ganhos de produtividade nos processos operacionais**
- **Atingir o *break even* nas operações da América Latina**
- **Manter os investimentos na operação mexicana, devido aos bons resultados apresentados por esta operação**
- **Abertura das operações na Colômbia e na Venezuela**
- **Prospectar novos mercados, priorizando USA e Rússia**

anexos

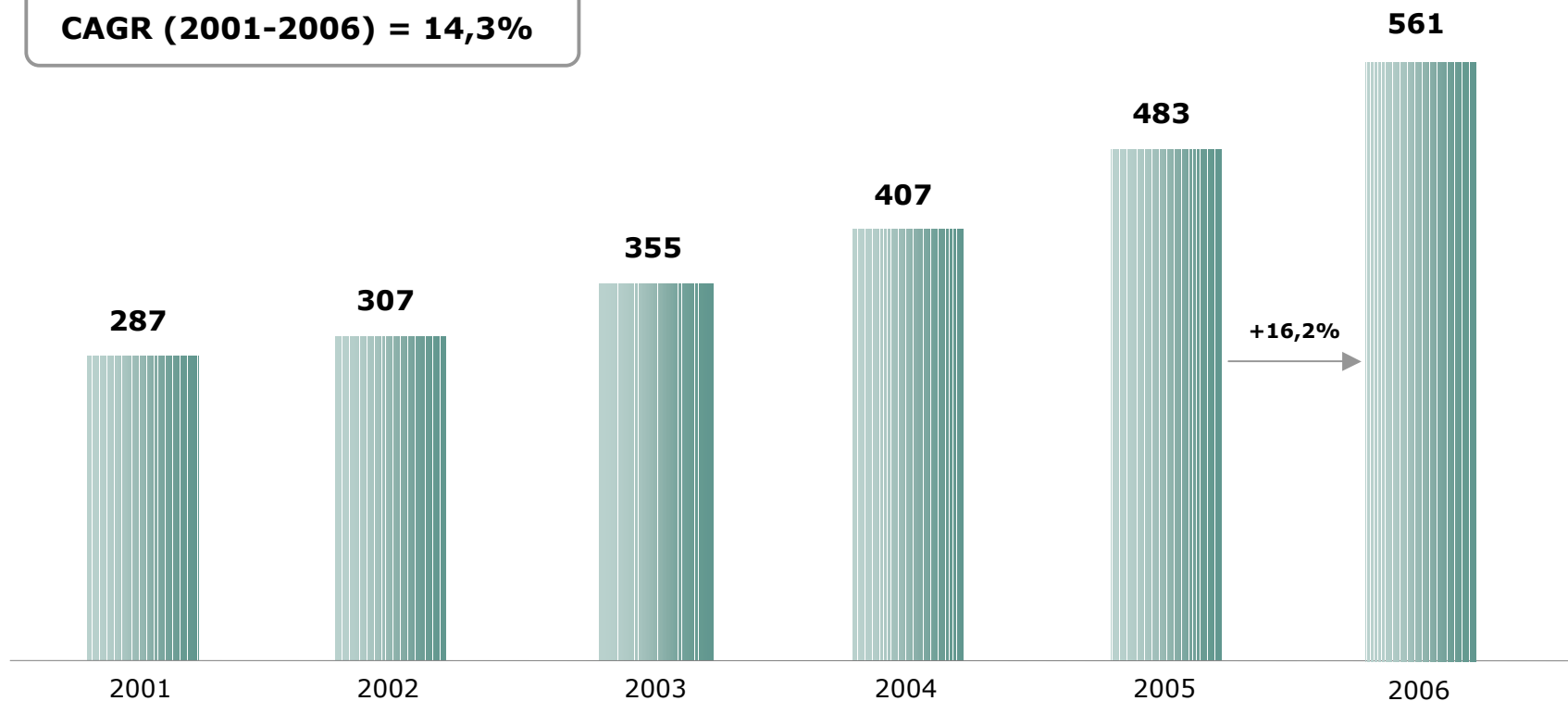


consultoras Brasil



> Consultoras Brasil¹ (milhares)

CAGR (2001-2006) = 14,3%



(1) Posição ao final do ciclo 17 de vendas.

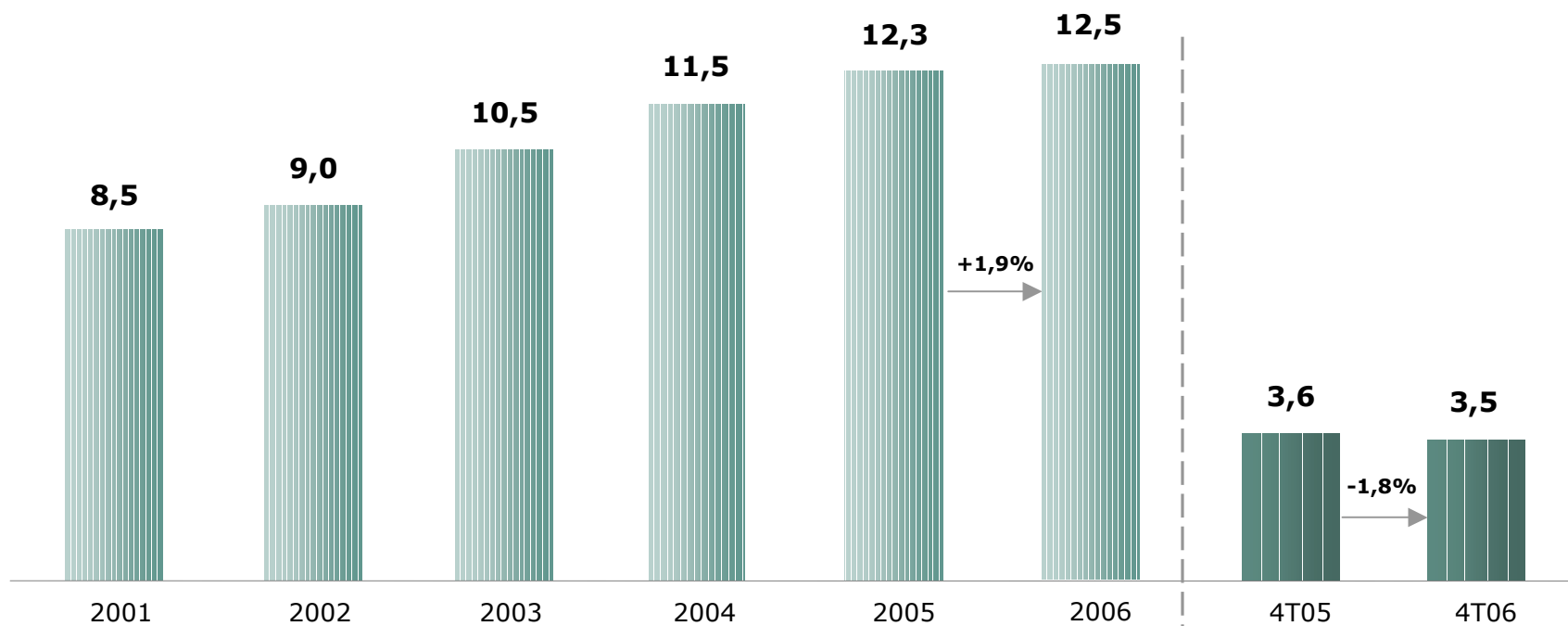


produtividade consultoras – Brasil



> Produtividade Brasil (R\$ mil por consultora ativa média)

CAGR (2001-2006) = 8,0%



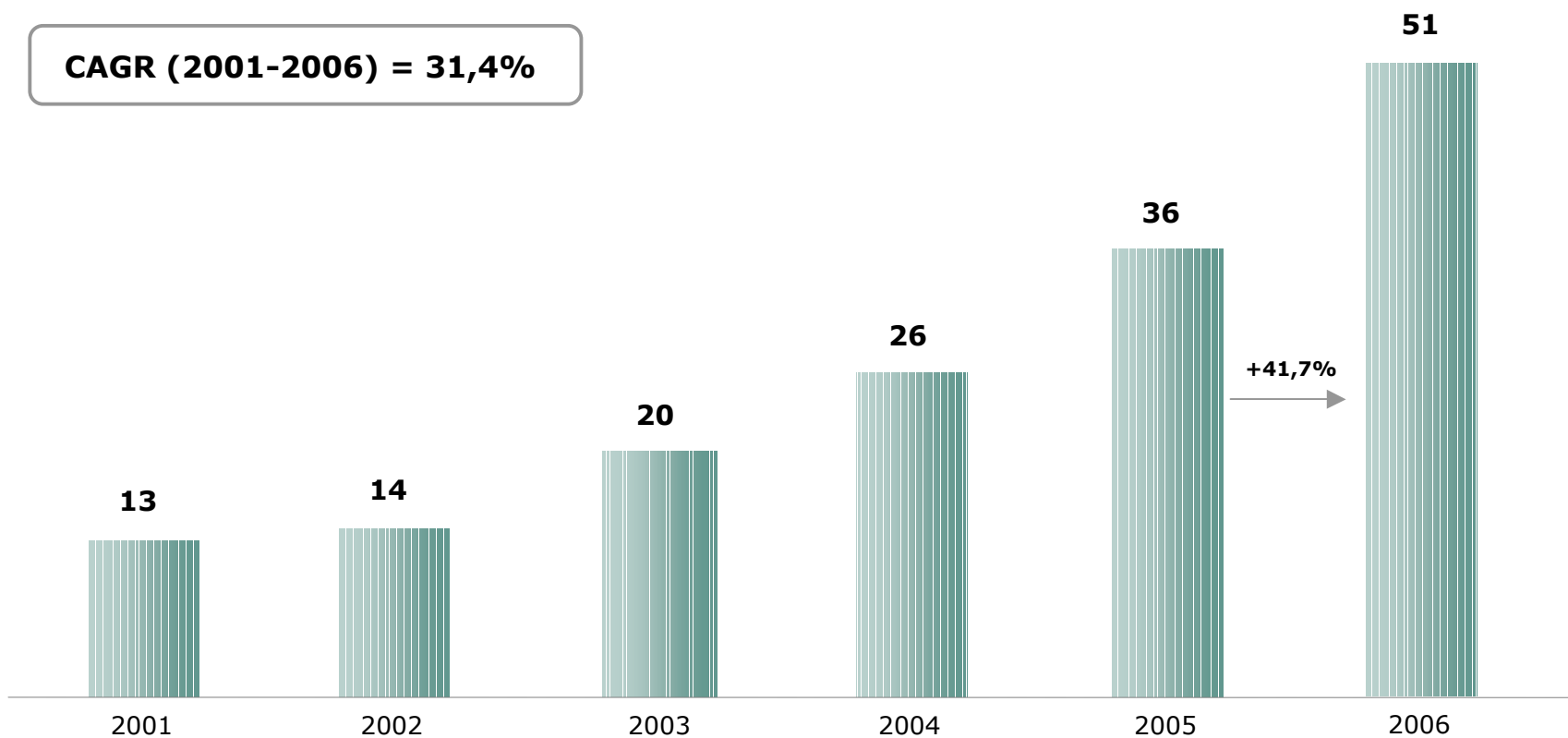


consultoras – operações em fase de consolidação



> Consultoras Argentina, Chile e Peru¹ (milhares)

CAGR (2001-2006) = 31,4%



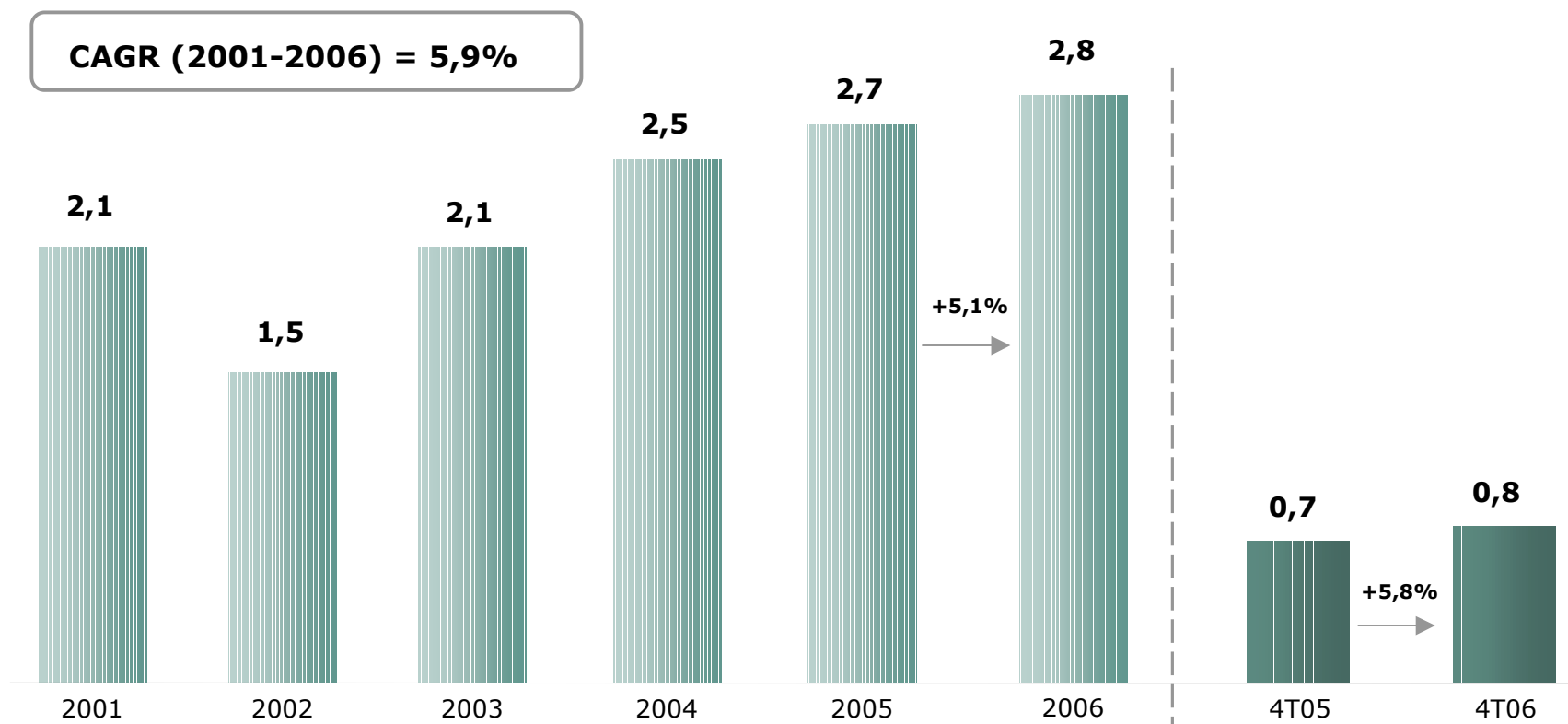
(1) Posição ao final do ciclo 17 de vendas.



produtividade consultoras – operações em fase de consolidação



> Produtividade Argentina, Chile e Peru (US\$ mil por consultora ativa média)

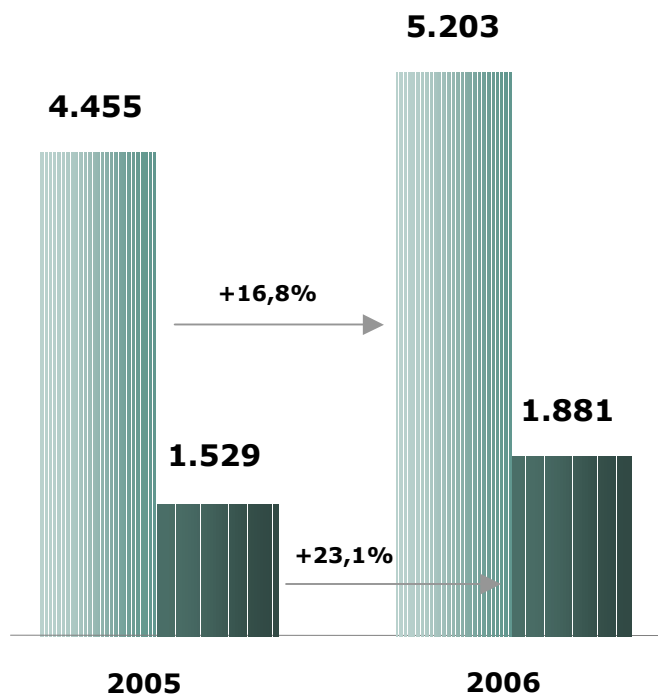




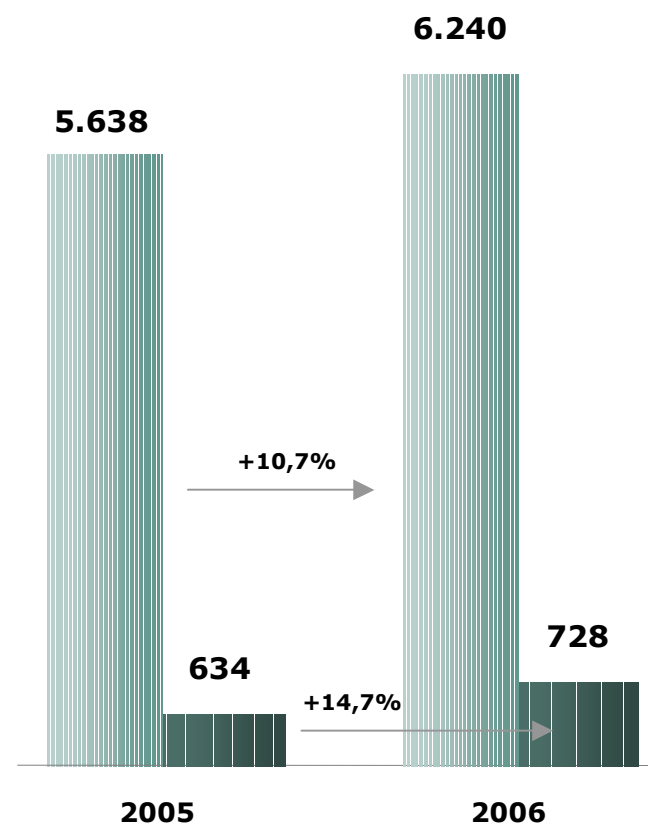
mercado alvo CF&T – Brasil receita líquida por categoria



> Cosméticos e Fragrâncias – R\$ Milhões



> Higiene Pessoal – R\$ Milhões



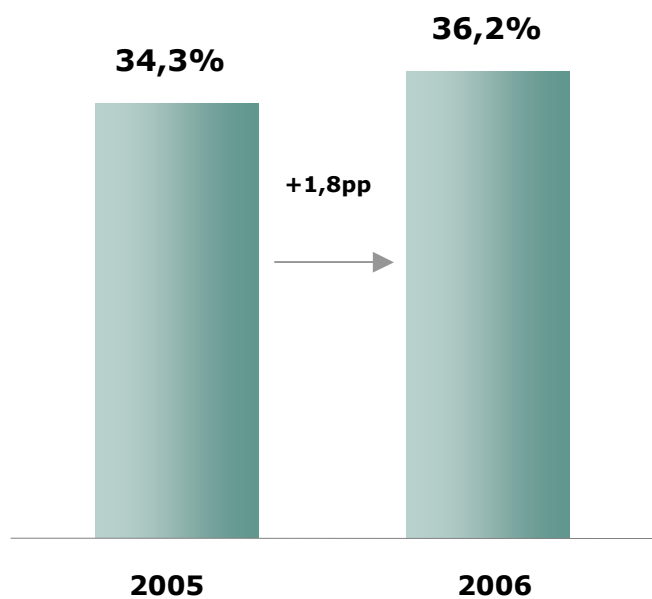
■ Mercado ■ Natura



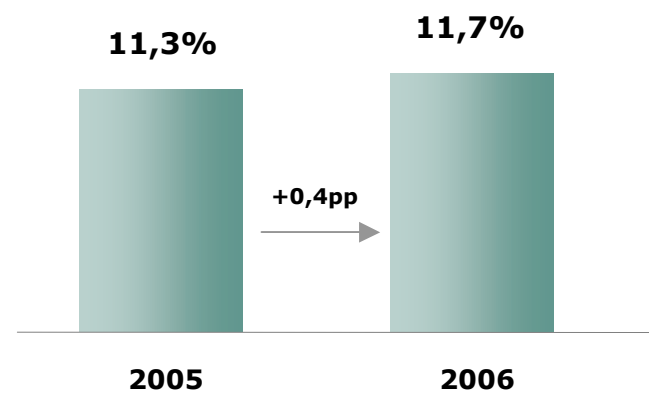
mercado alvo CF&T – Brasil market share Natura por categoria



> Cosméticos e Fragrâncias – %



> Higiene Pessoal – %



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