

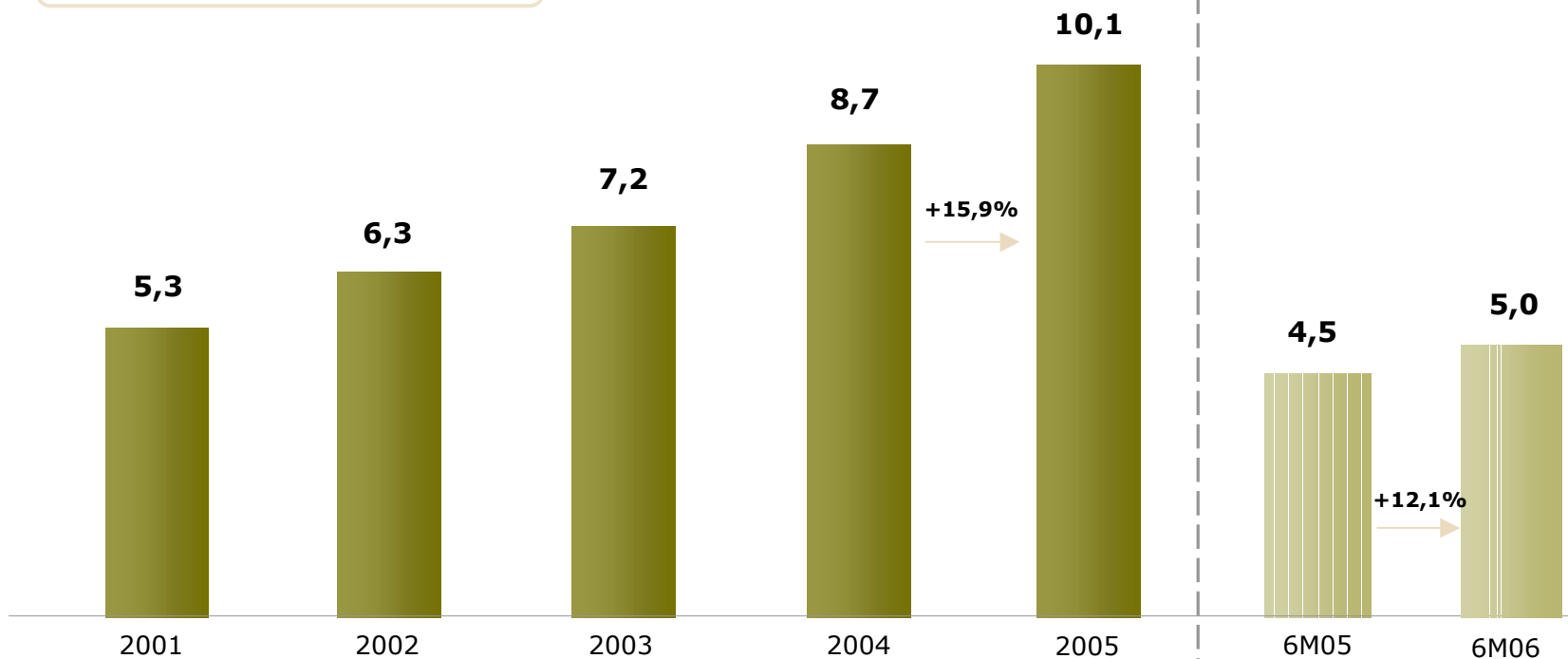


## Resultados do 3T06

27 de outubro de 2006

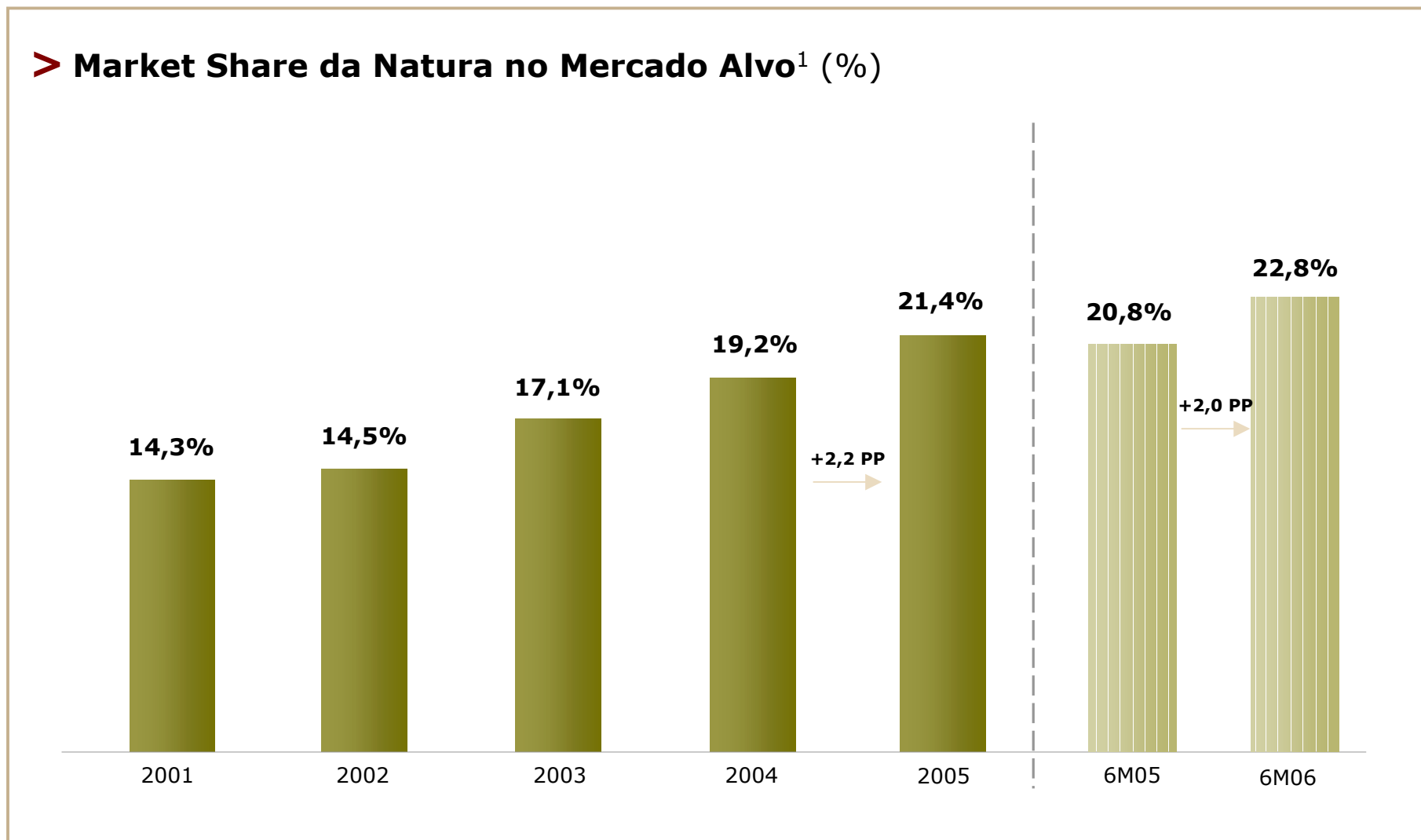
## > Mercado Alvo<sup>1</sup> – Receita Líquida (R\$ bilhões, nominal)

CAGR (2001-2005) = 17,5%



(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: Sipaesp e ABHIPEC.

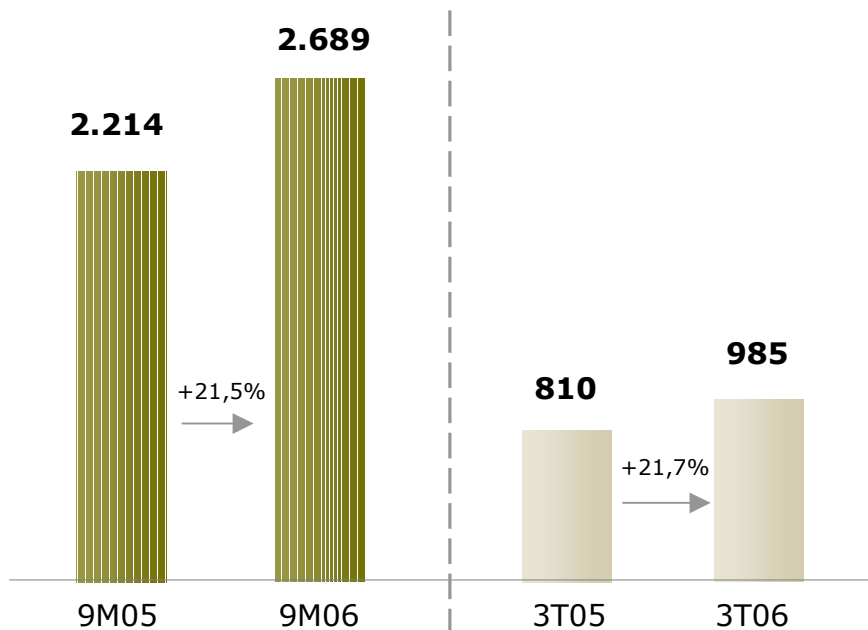
## > Market Share da Natura no Mercado Alvo<sup>1</sup> (%)



(1) Mercado Alvo: Cuidados com a Pele, Protetor Solar, Maquilagem, 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: Sipaesp e ABHIPEC.**

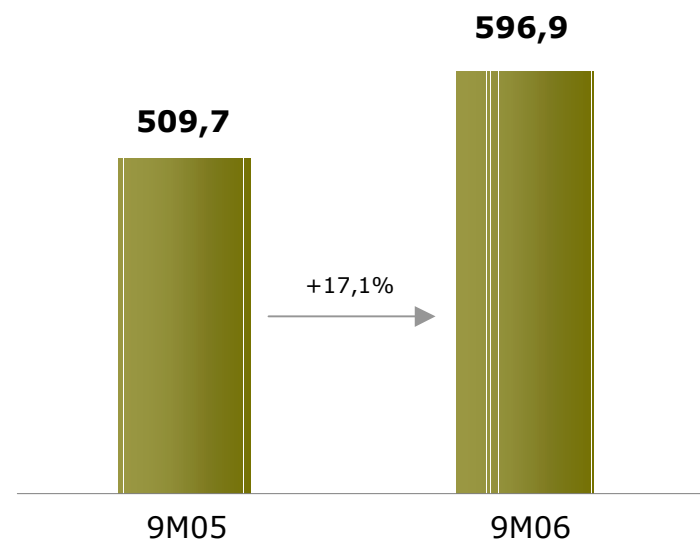
## > Receita Bruta Consolidada – R\$ milhões

CAGR (2001-2005) = 29,1%



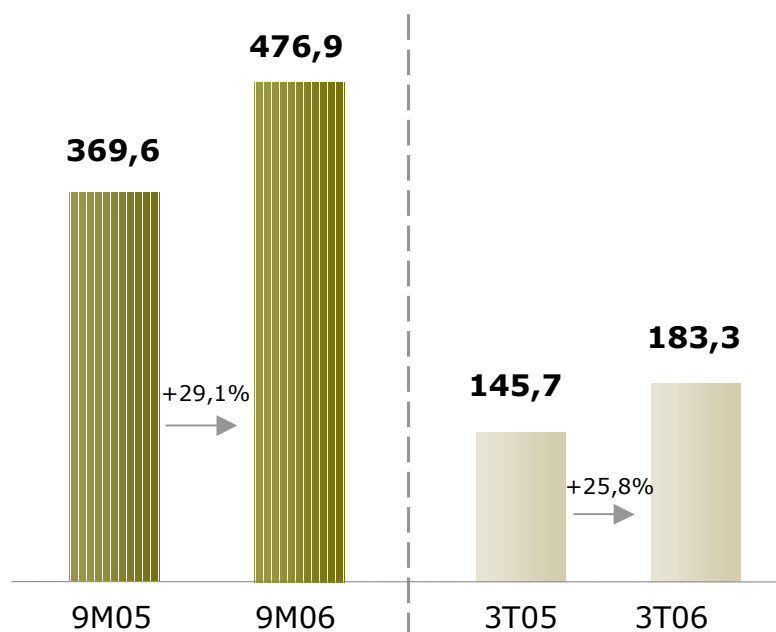
## > Total de Consultoras – milhares

CAGR (2001-2005) = 14,7%

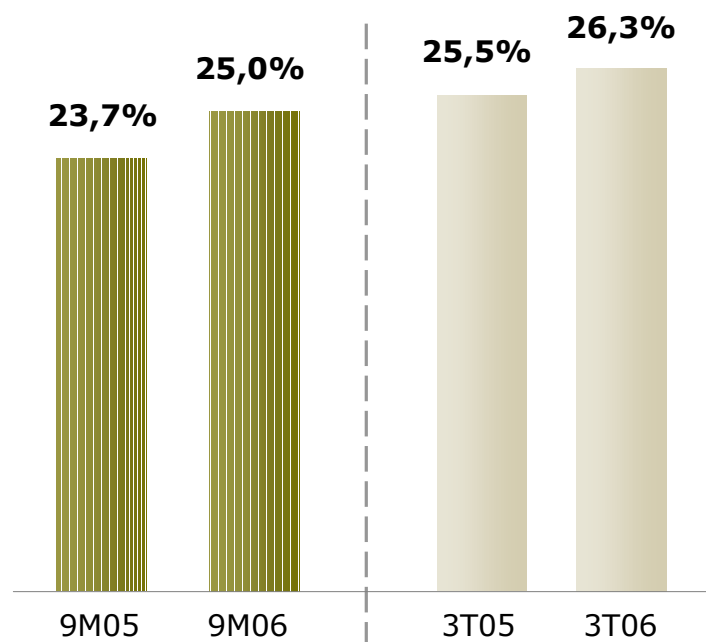


## > EBITDA – R\$ milhões

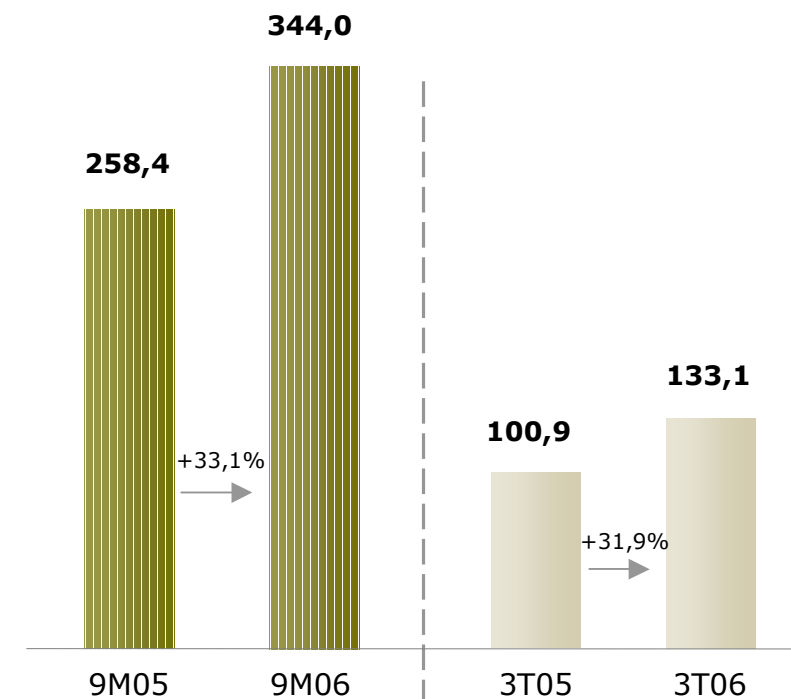
CAGR (2001-2005) = 42,7%



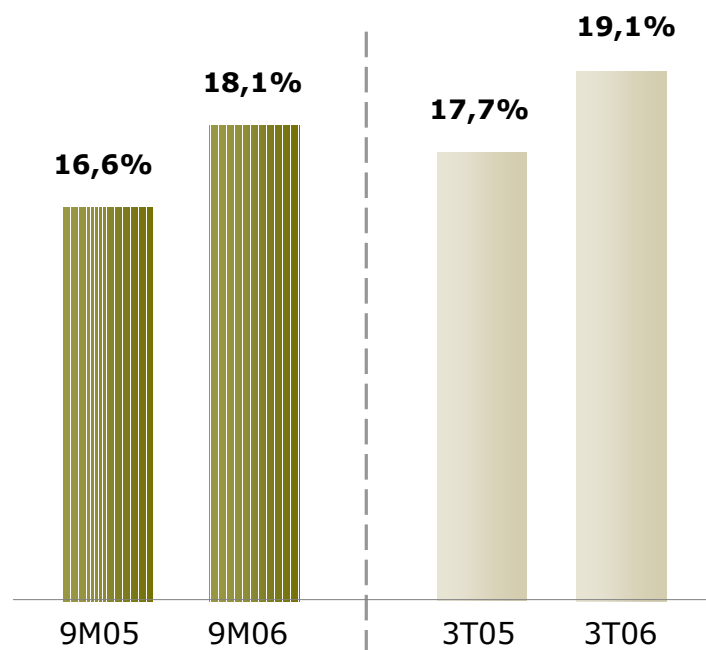
## > Margem EBITDA – %



## > Lucro Líquido – R\$ milhões

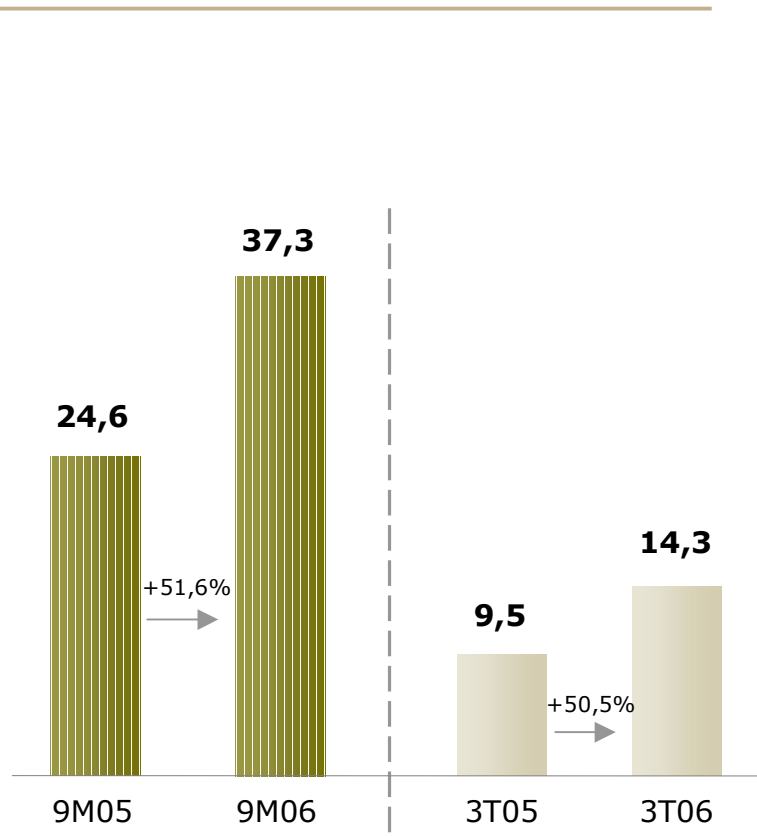


## > Margem Líquida – %

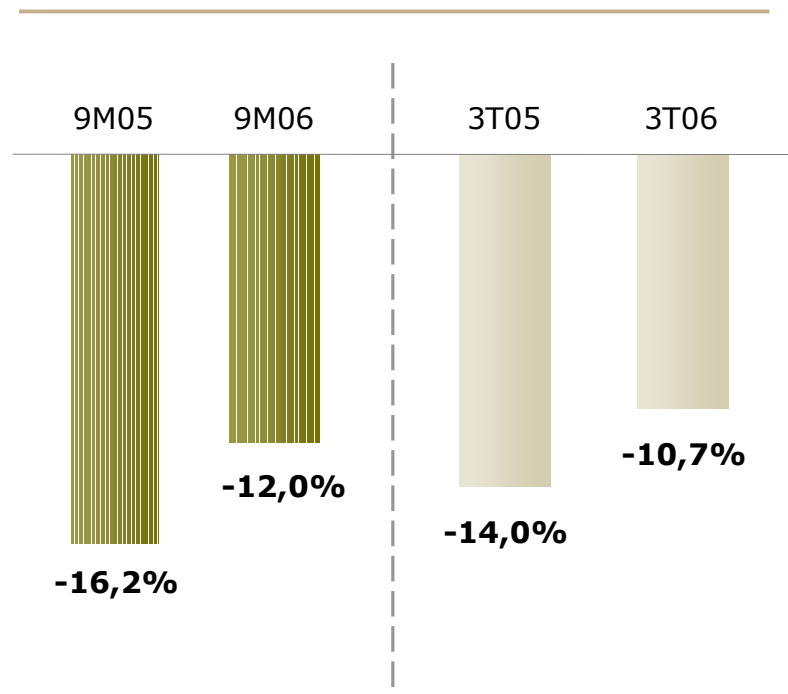


## > Receita Bruta –

US\$ milhões



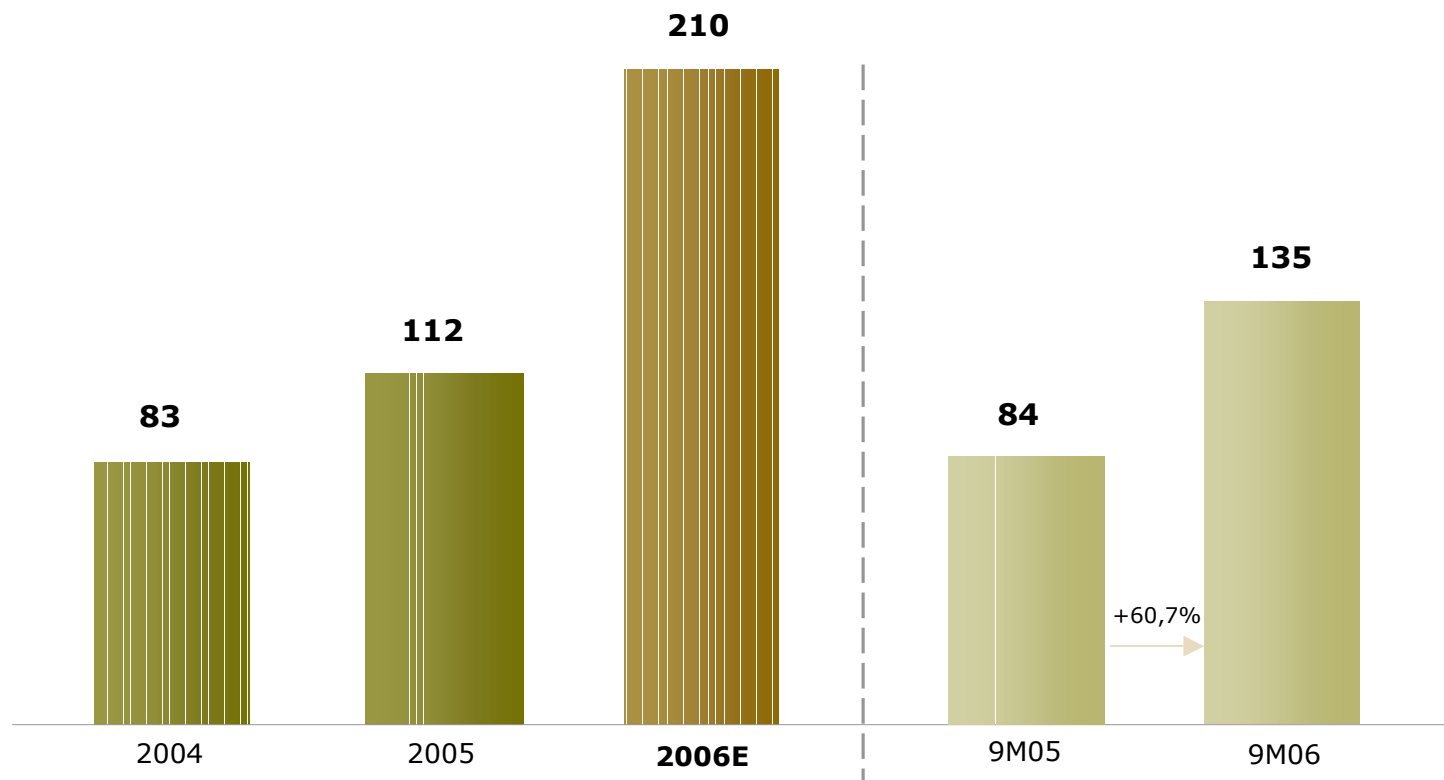
## > Margem Ebitda<sup>2</sup> - %



1. Argentina, Chile e Peru.

2. A partir deste trimestre (3T06) passamos a divulgar o Ebitda ao invés do resultado operacional.

> **CAPEX** (R\$ milhões)





R\$ milhões	9M06	9M05	Var. %
<b>Lucro líquido do período</b>	<b>344</b>	<b>258</b>	<b>33</b>
(+) Depreciação	41	31	31
<b>(=) Geração interna de caixa</b>	<b>385</b>	<b>290</b>	<b>33</b>
(-) Capital de giro operacional <sup>(1)</sup>	(68)	(24)	
(-) Outros ativos e passivos <sup>(2)</sup>	(11)	(2)	
<b>(=) Geração operacional de caixa</b>	<b>306</b>	<b>264</b>	<b>16</b>
(-) CAPEX	(135)	(84)	61
<b>(=) Geração de caixa livre</b>	<b>171</b>	<b>180</b>	<b>-5</b>

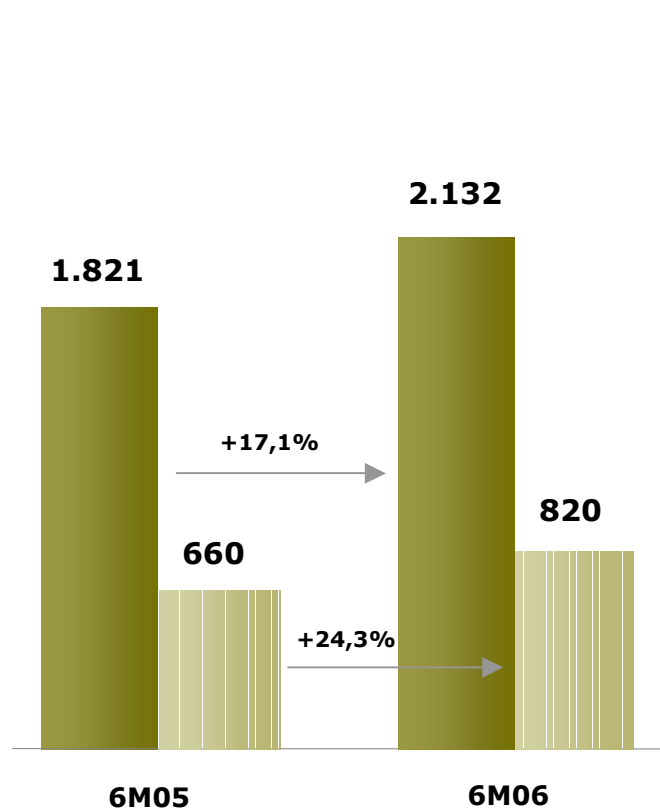
Nota 1: Ativos - Contas a receber, estoques e impostos a recuperar de curto prazo. Passivos - fornecedores, salários, participações no lucro e encargos sociais, obrigações tributárias, provisões e fretes a pagar.

Nota 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 de contingências.

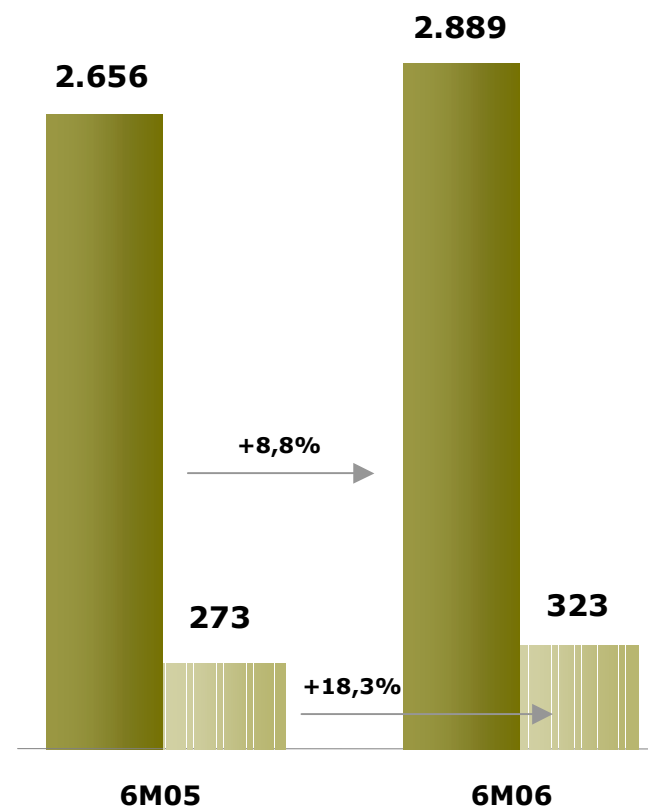
---

# **ANEXOS**

### > Cosméticos e Fragrâncias - R\$ Milhões

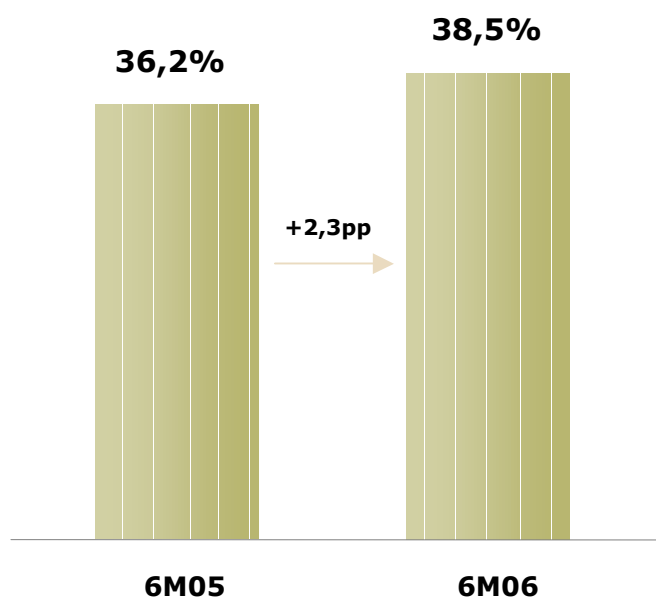


### > Higiene Pessoal - R\$ Milhões

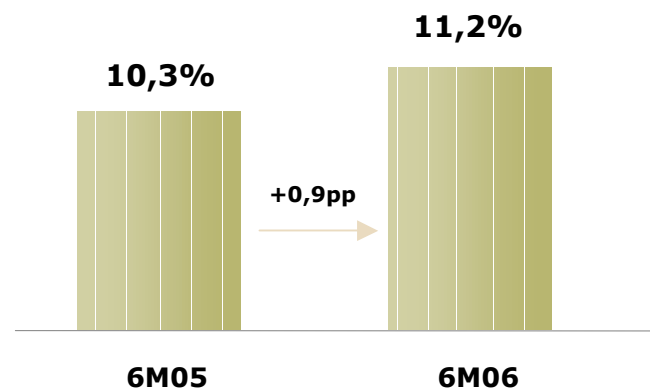


Mercado
  Natura

### > Cosméticos e Fragrâncias - %

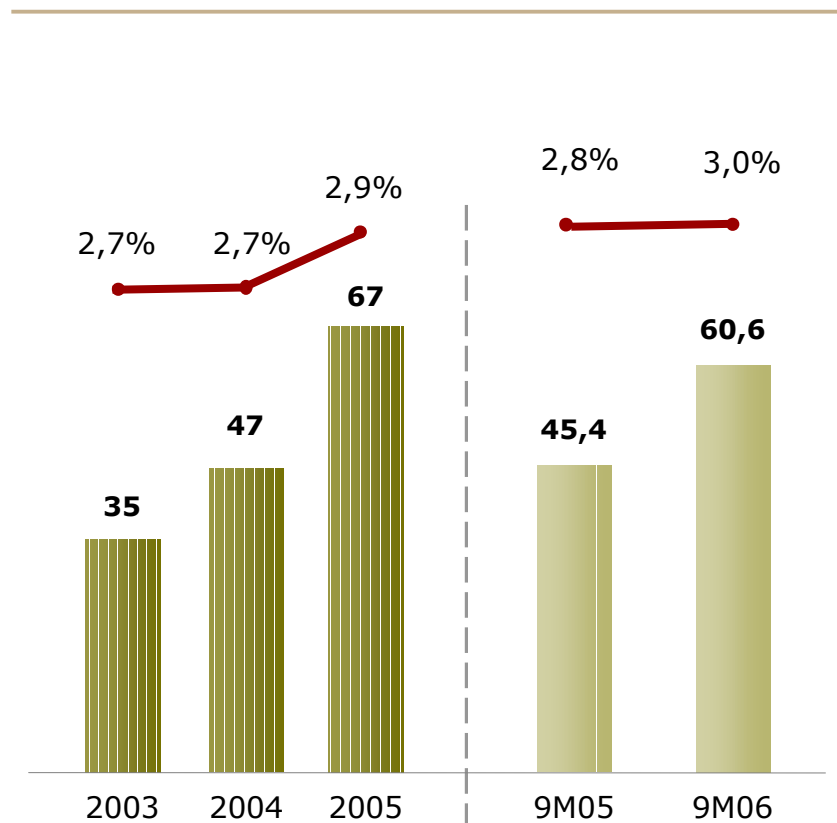


### > Higiene Pessoal - %

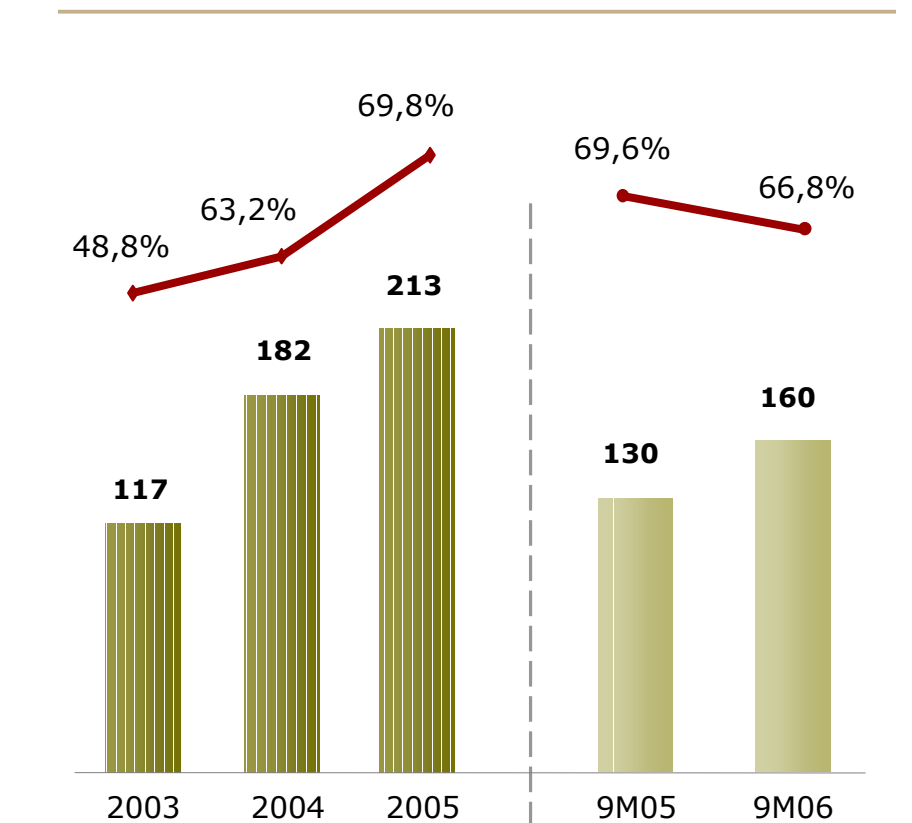


## > Investimentos em Inovação


R\$ milhões




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



— % da Receita líquida

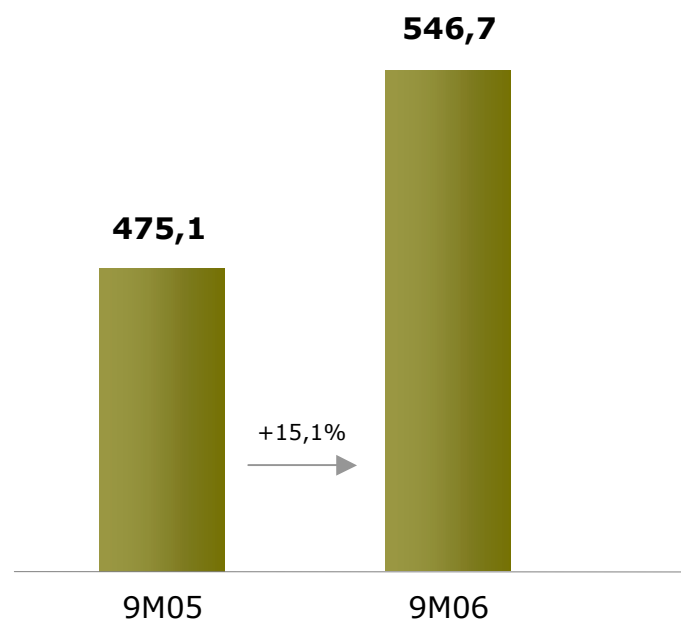
 Investimento em inovação

— Índice de inovação total

 Número de lançamentos

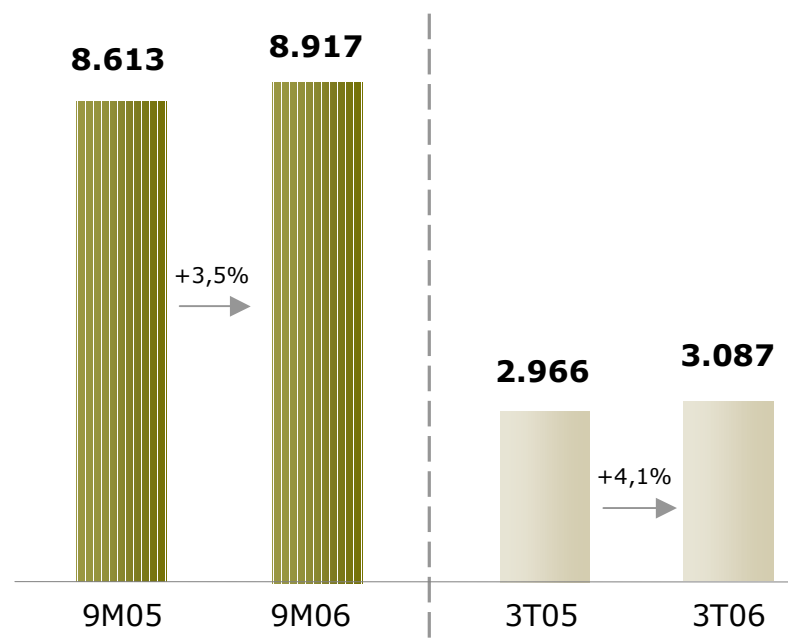
## > Consultoras Brasil – em milhares

CAGR (2001-2005) = 13,9%



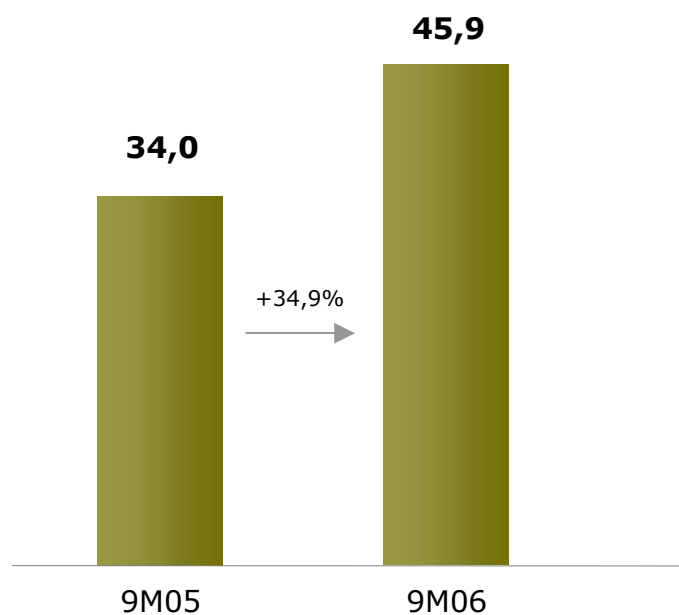
## > Produtividade no Brasil<sup>1</sup> – R\$ por consultora ativa média

CAGR (2001-2005) = 9,7%



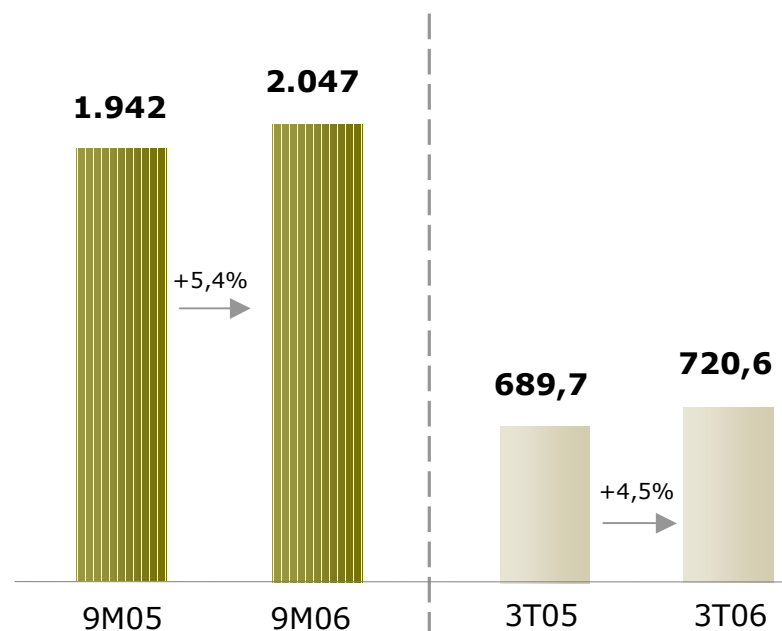
### > Consultoras<sup>1</sup> Operações Internacionais – milhares

CAGR (2001-2005) = 29,0%



### > Produtividade<sup>2</sup> Operações Internacionais – US\$

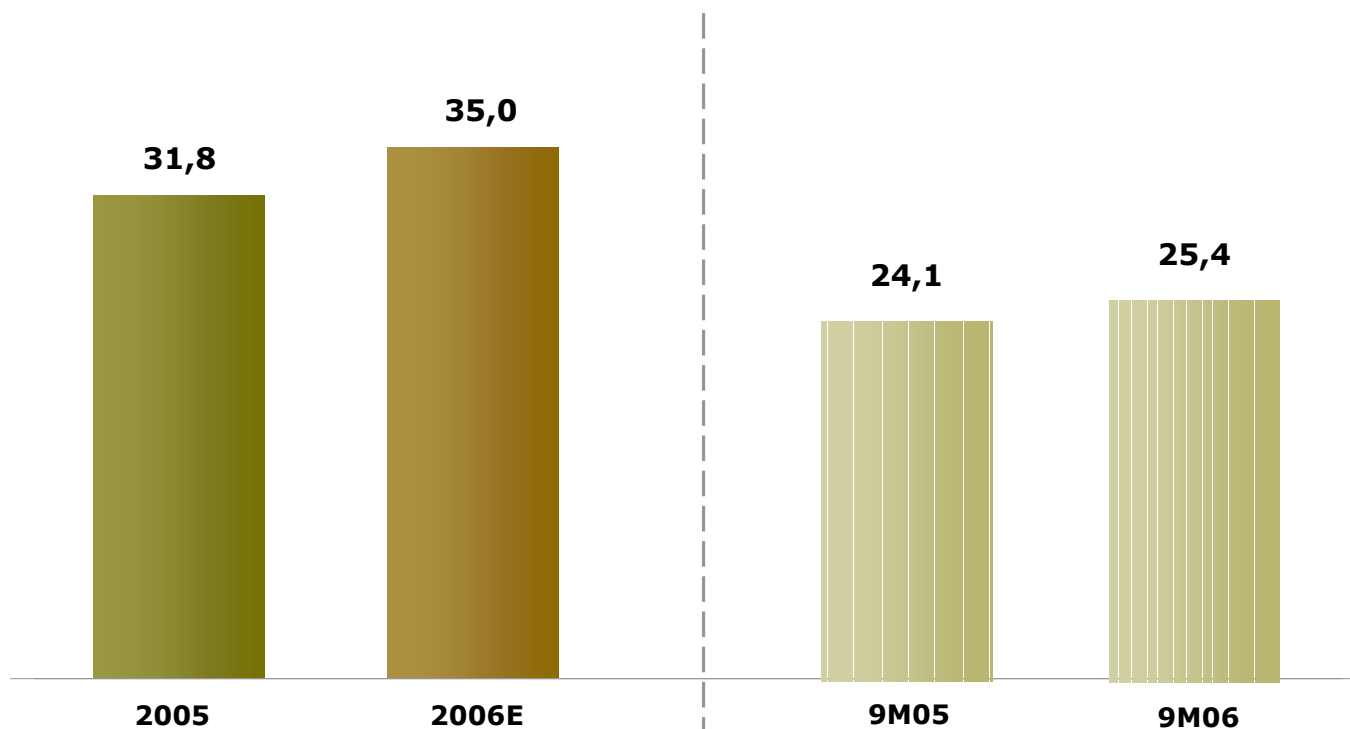
CAGR (2001-2005) = 6,5%



(1) Considera o número de consultoras disponíveis na Argentina, Chile e Peru.

(2) Volume de negócios por consultora ativa média na Argentina, Chile e Peru, nos períodos.

## > Total das Despesas Líquidas\* (R\$ milhões)



(\*) Considera o prejuízo operacional das operações já existentes (Argentina, Chile e Peru) acrescidos, (i) das novas operações (México e França); e (ii) Impacto das variações cambiais na conversão dos balanços das empresas controladas deduzido do lucro apurado nas exportações do Brasil para as operações.





*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](http://www.natura.net/investidor)**