

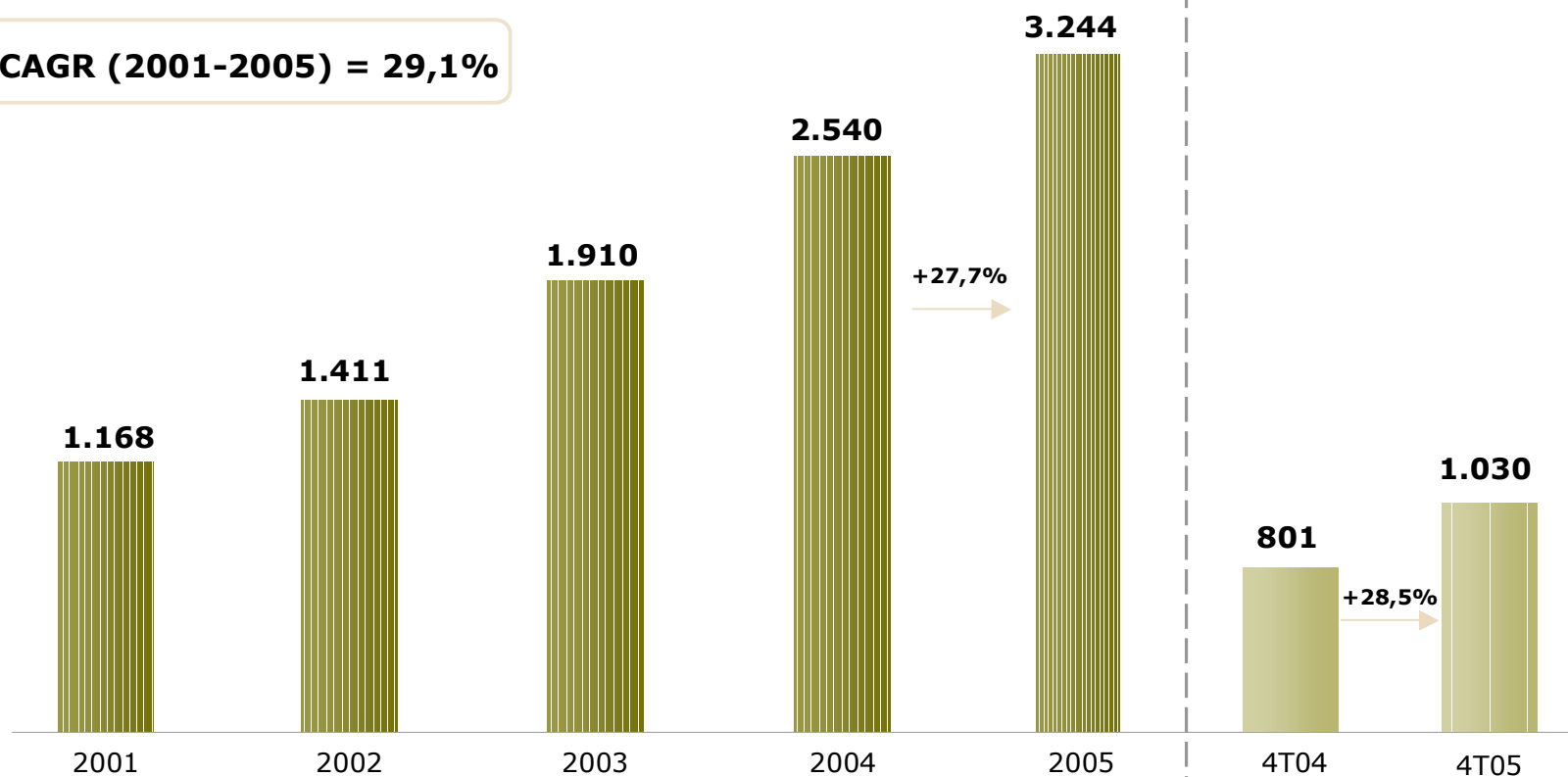


Resultados do 4T05 e do ano de 2005

23 de fevereiro de 2006

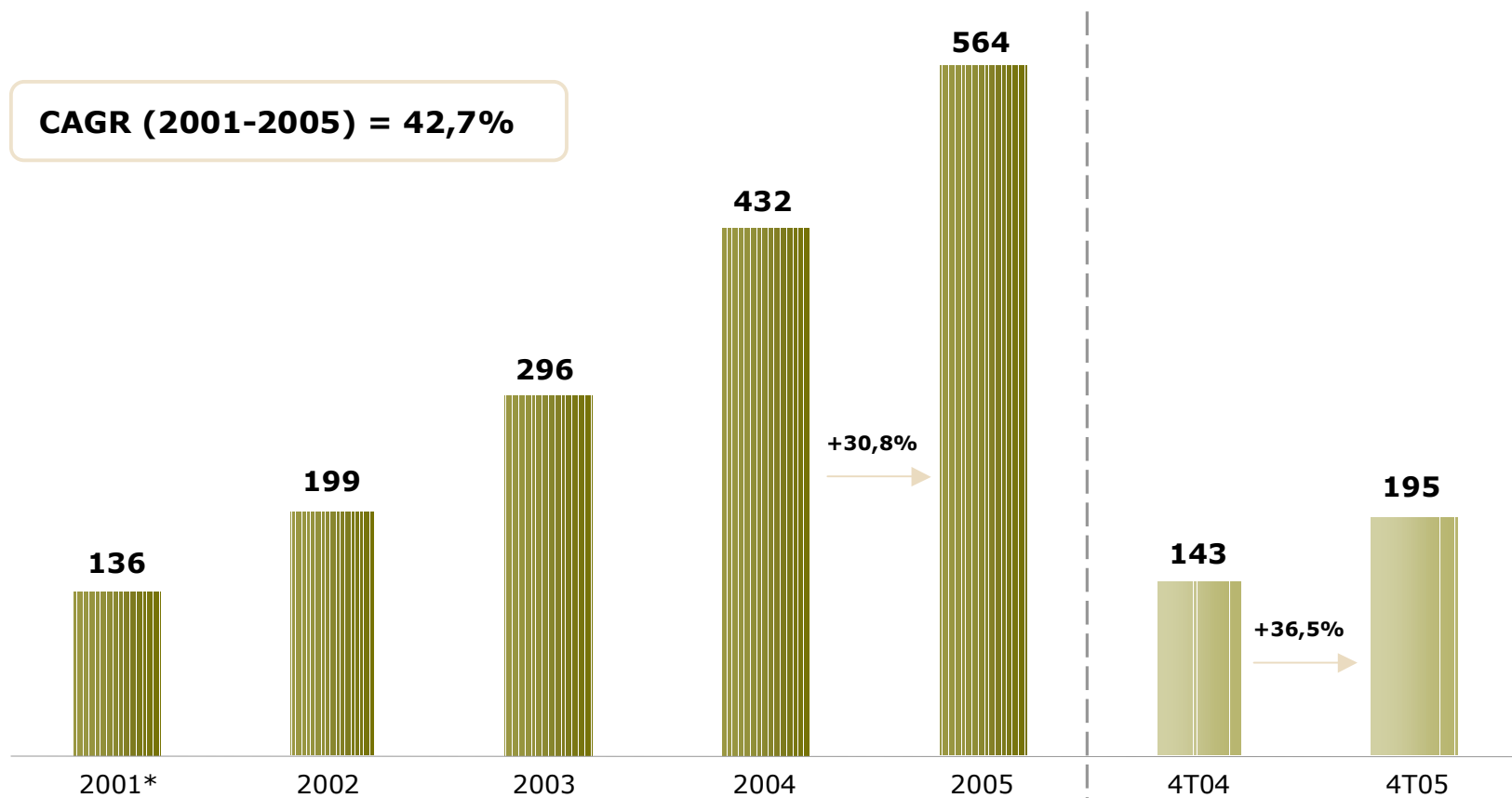
> **Receita Bruta Consolidada** (R\$ milhões)

CAGR (2001-2005) = 29,1%



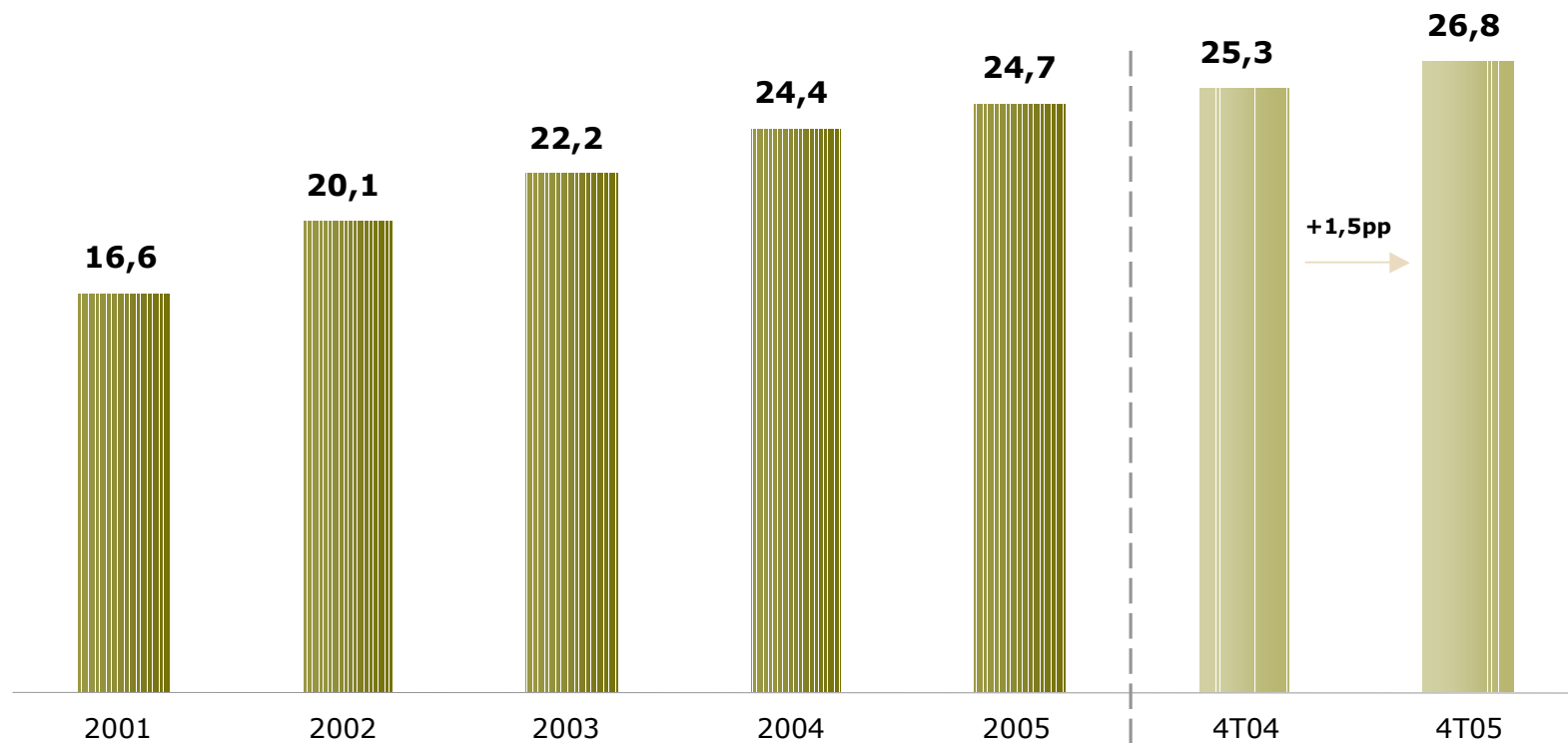
> EBITDA (R\$ milhões)

CAGR (2001-2005) = 42,7%



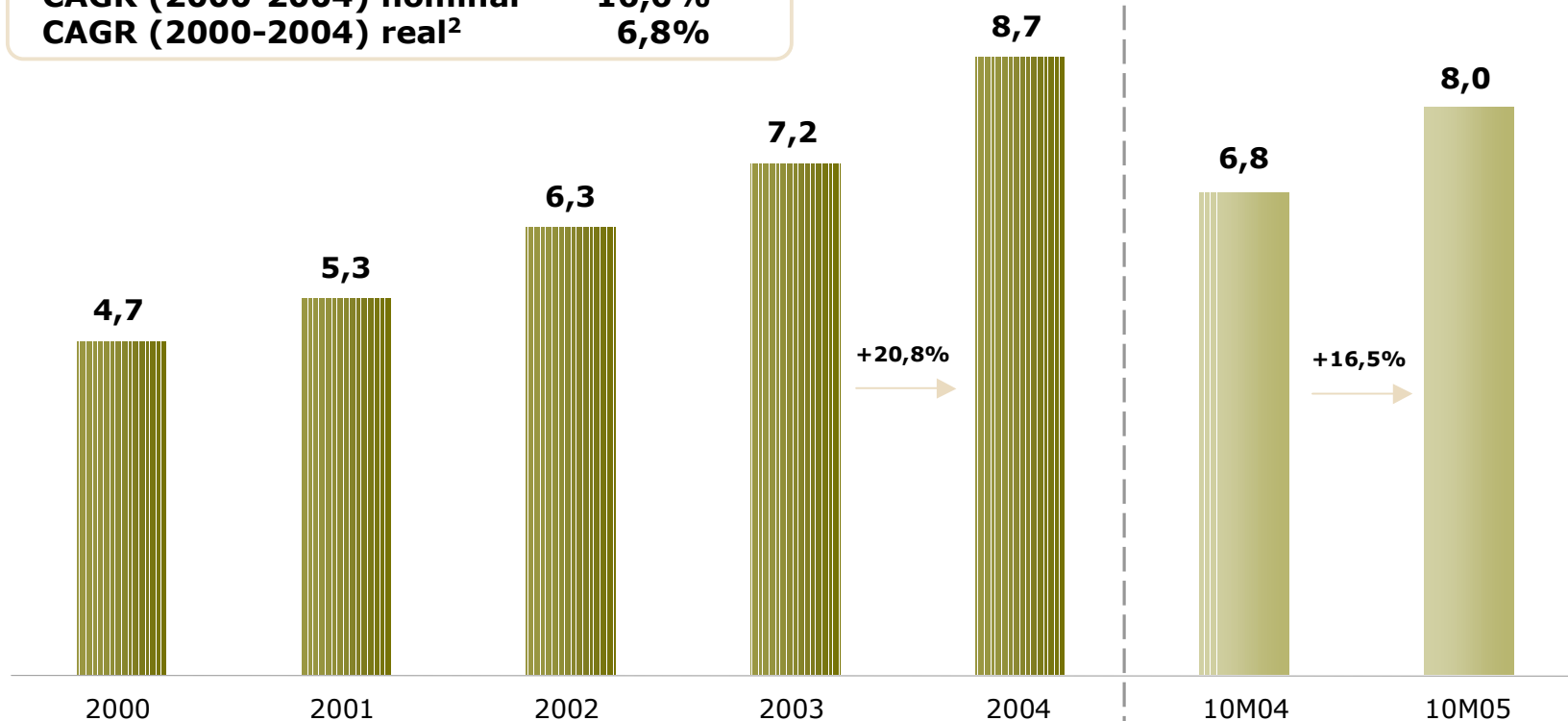
(*) Dados da Natura Empreendimentos.

> Margem EBITDA (%)



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

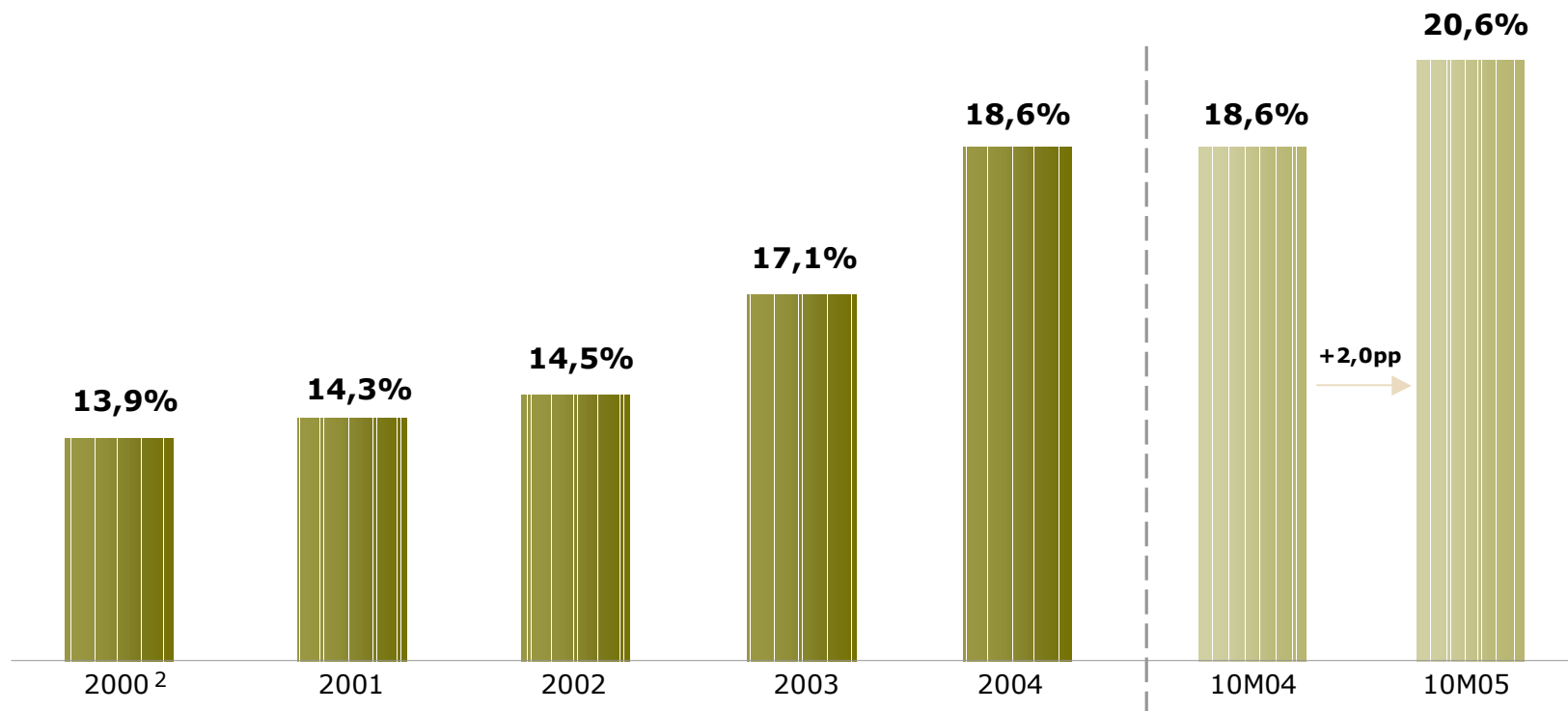
CAGR (2000-2004) nominal **16,6%**
CAGR (2000-2004) real² **6,8%**



(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.**

(2) Deflacionado pelo IPCA.

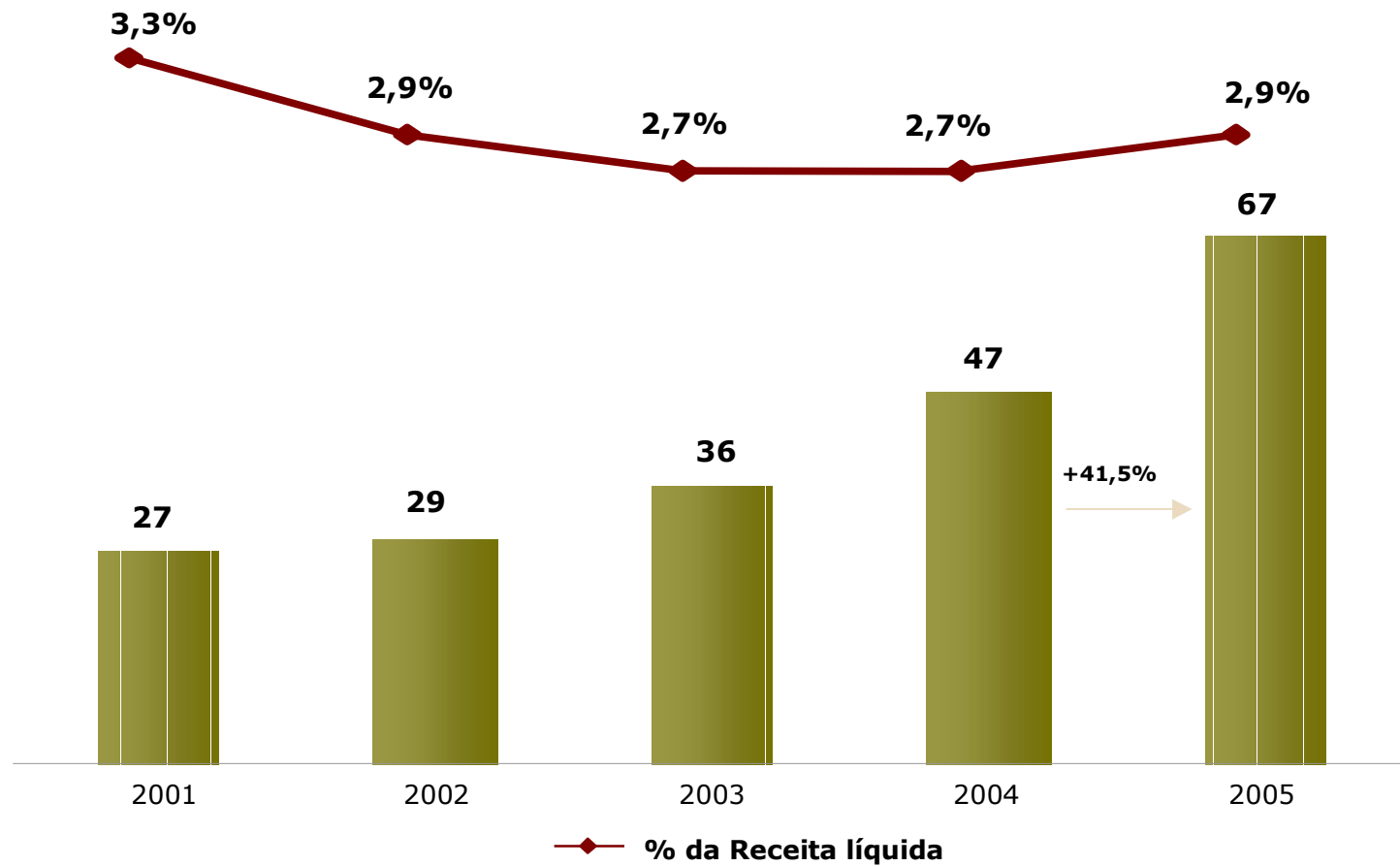
> Market Share da Natura no Mercado Alvo¹ (%)



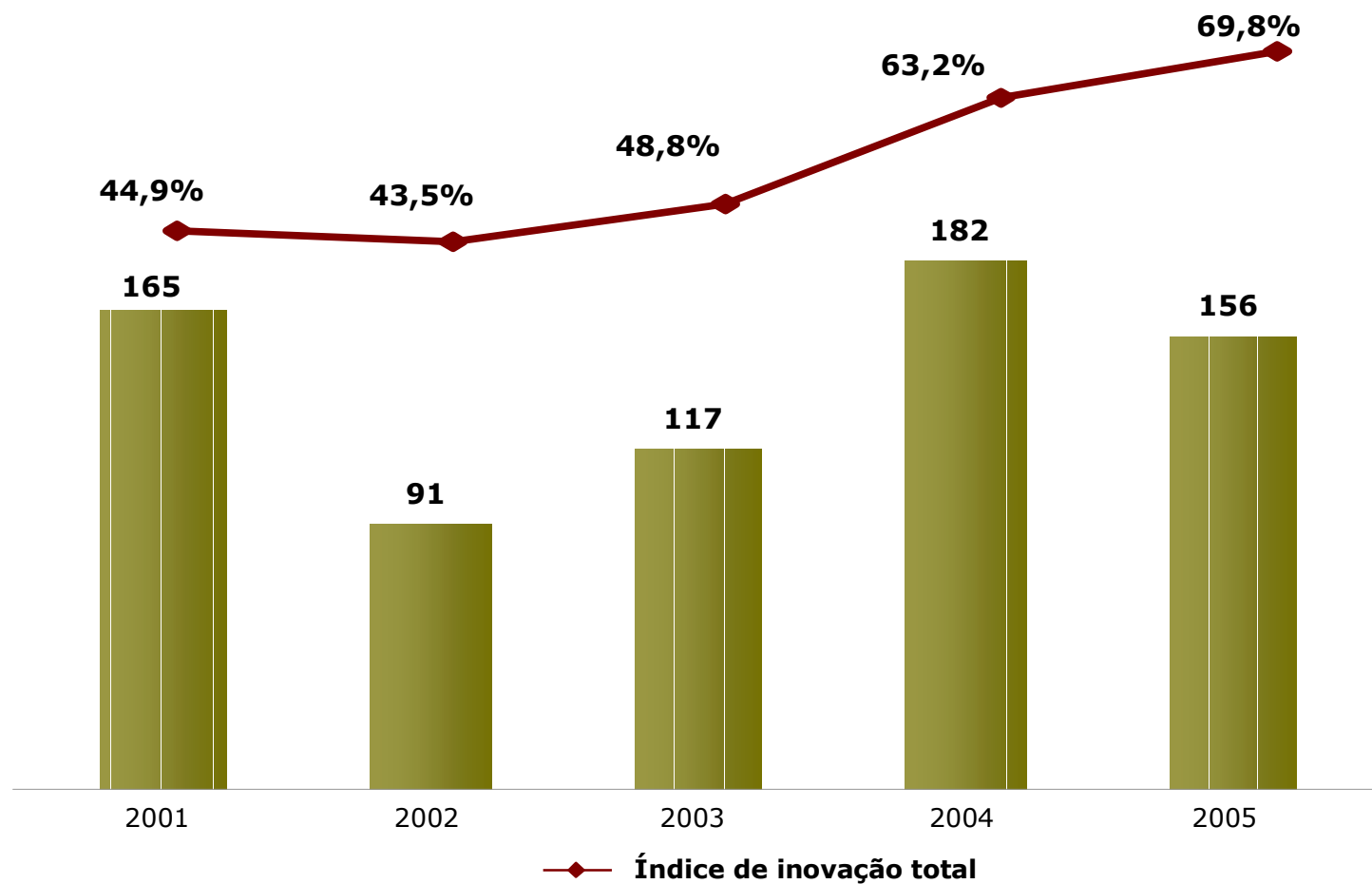
(1) Mercado Alvo: Cuidados com a Pele, Protetor Solar, Maquiagem, Perfumes, Fragrâncias, Cuidados para o cabelo, Creme de Barbear e Desodorantes. Não inclui Fraldas, Esmaltes para Unhas, Absorventes, Tinturas para Cabelos e Higiene Oral. **Fonte: Sipaesp e ABHIPEC.**

(2) Dados da Natura Empreendimentos.

> Investimentos em Inovação (R\$ milhões)

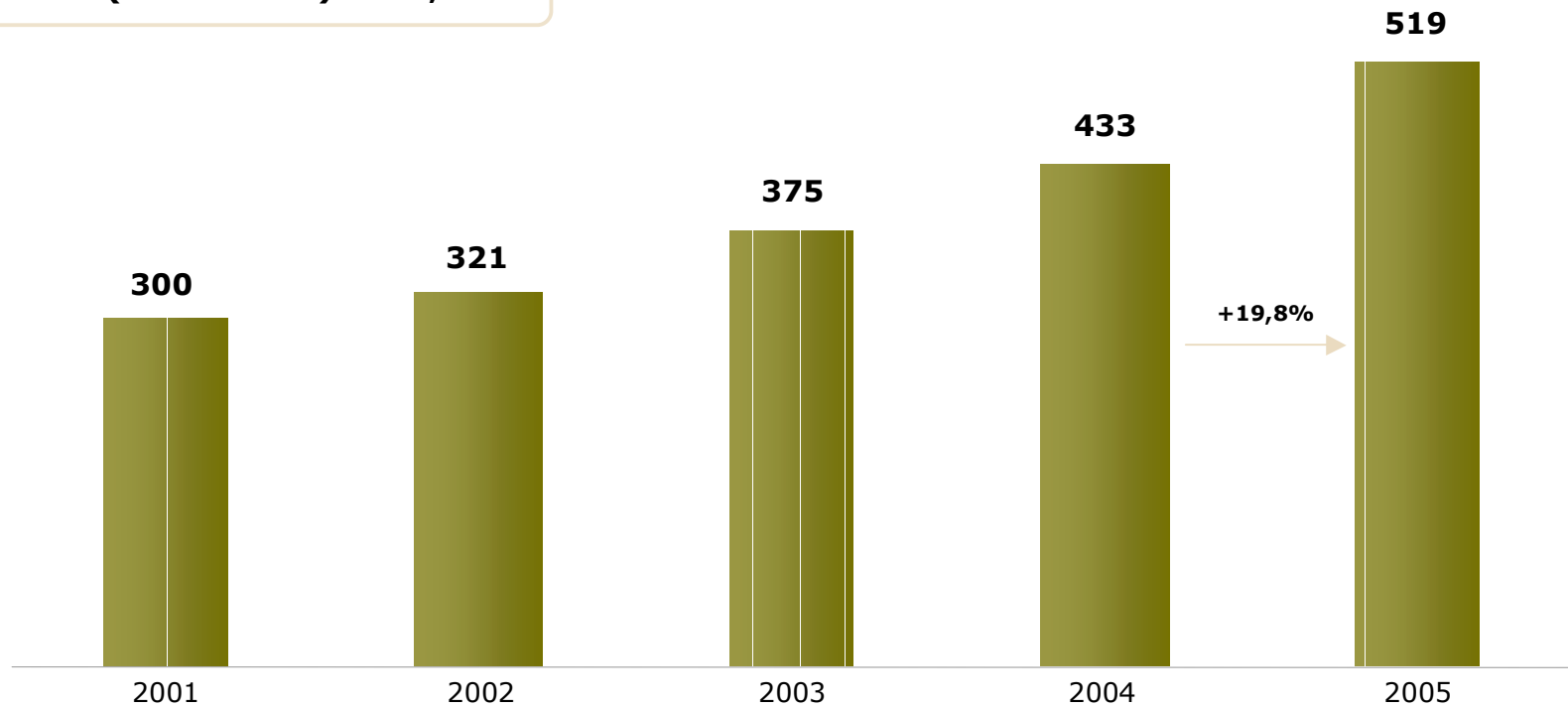


> **Número de Lançamentos e Índice de Inovação Total** (inovação + aperfeiçoamento)



> Total de Consultoras* (milhares)

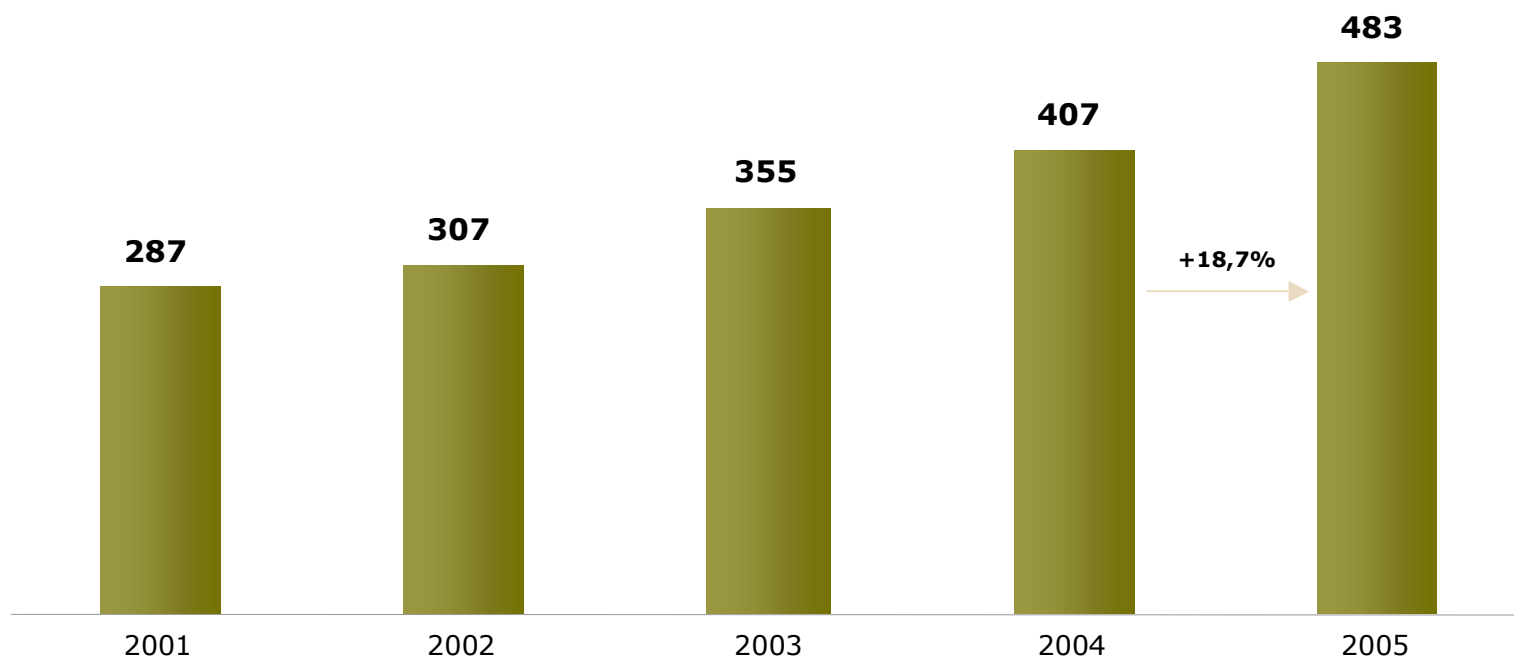
CAGR (2001-2005) = 14,7%



(*) Consultoras na Argentina, Brasil, Chile e Peru.

> Consultoras Brasil (milhares)

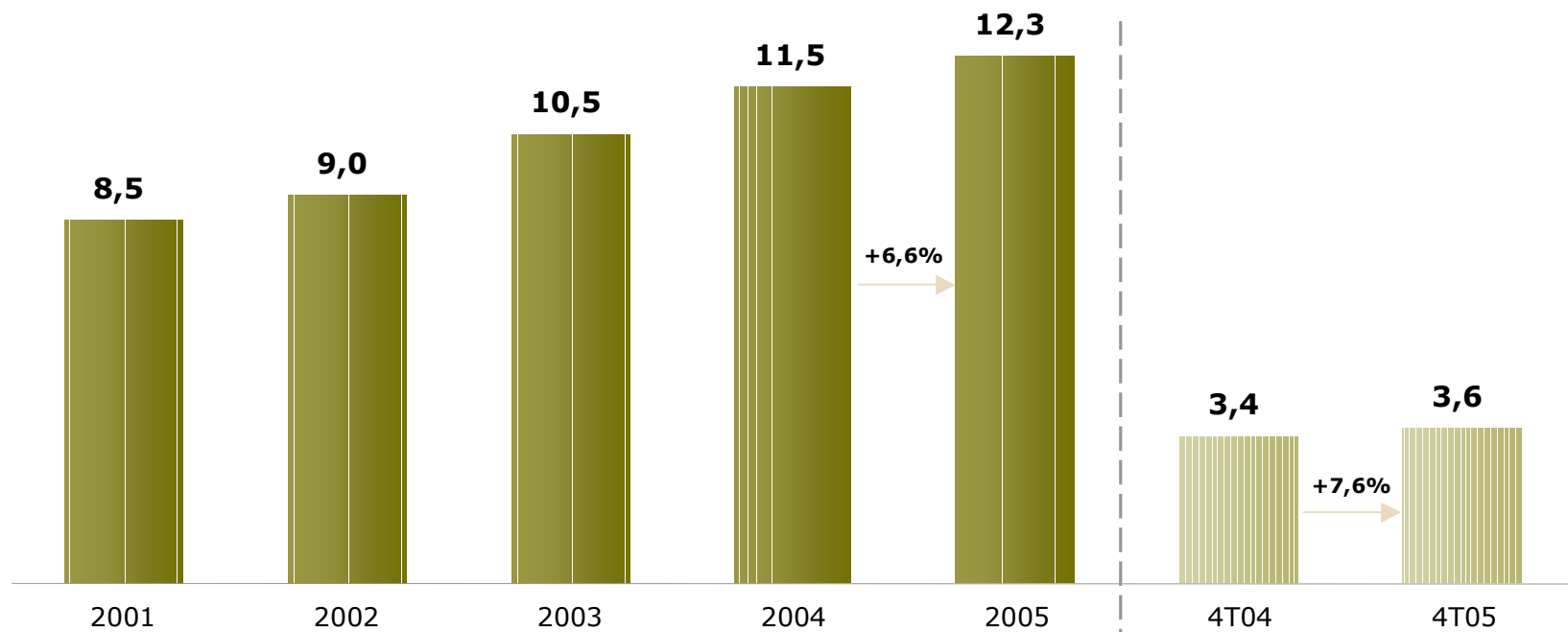
CAGR (2001-2005) = 13,9%



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

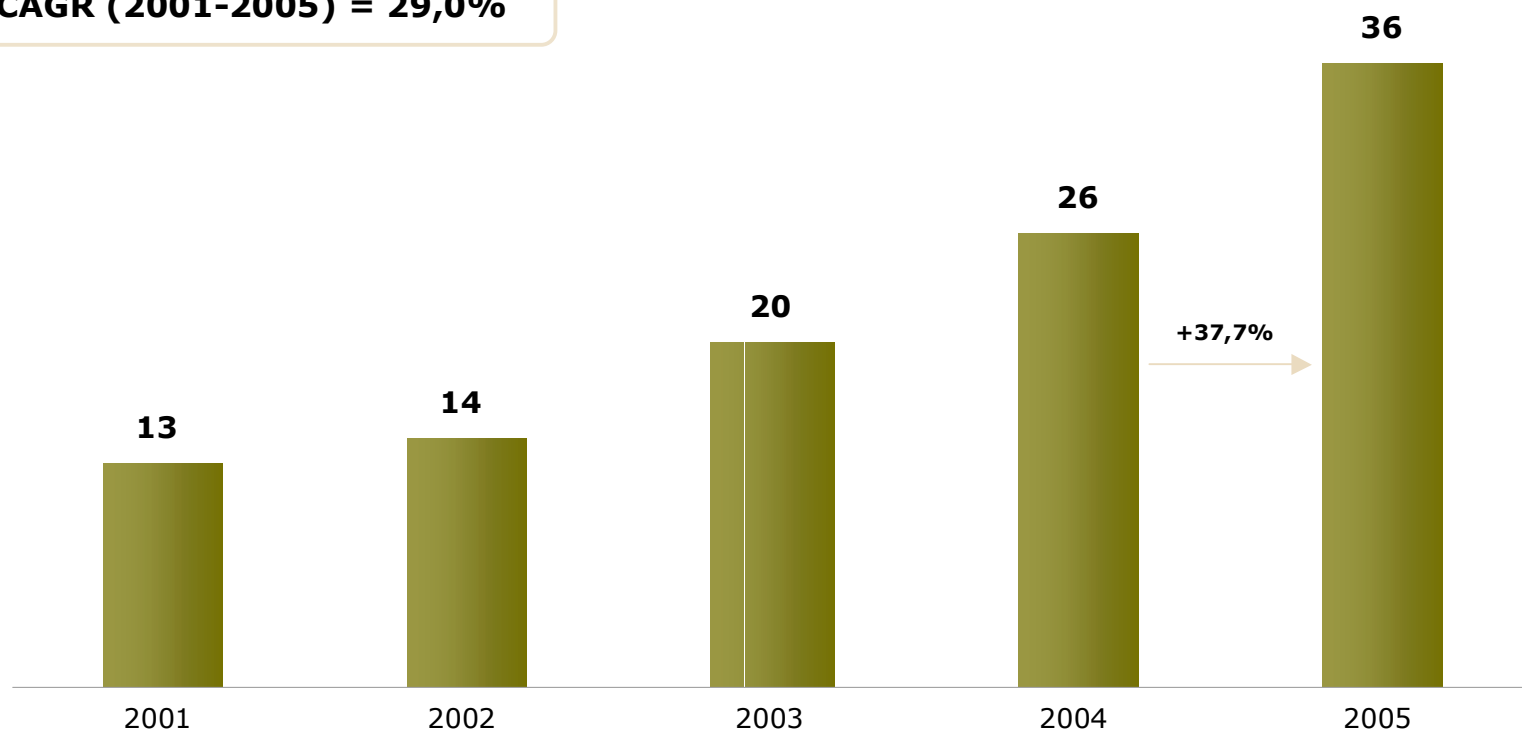
> **Produtividade Brasil** (R\$ mil por consultora ativa média)

CAGR (2001-2005) = 9,7%



> Consultoras Argentina, Chile e Peru (milhares)

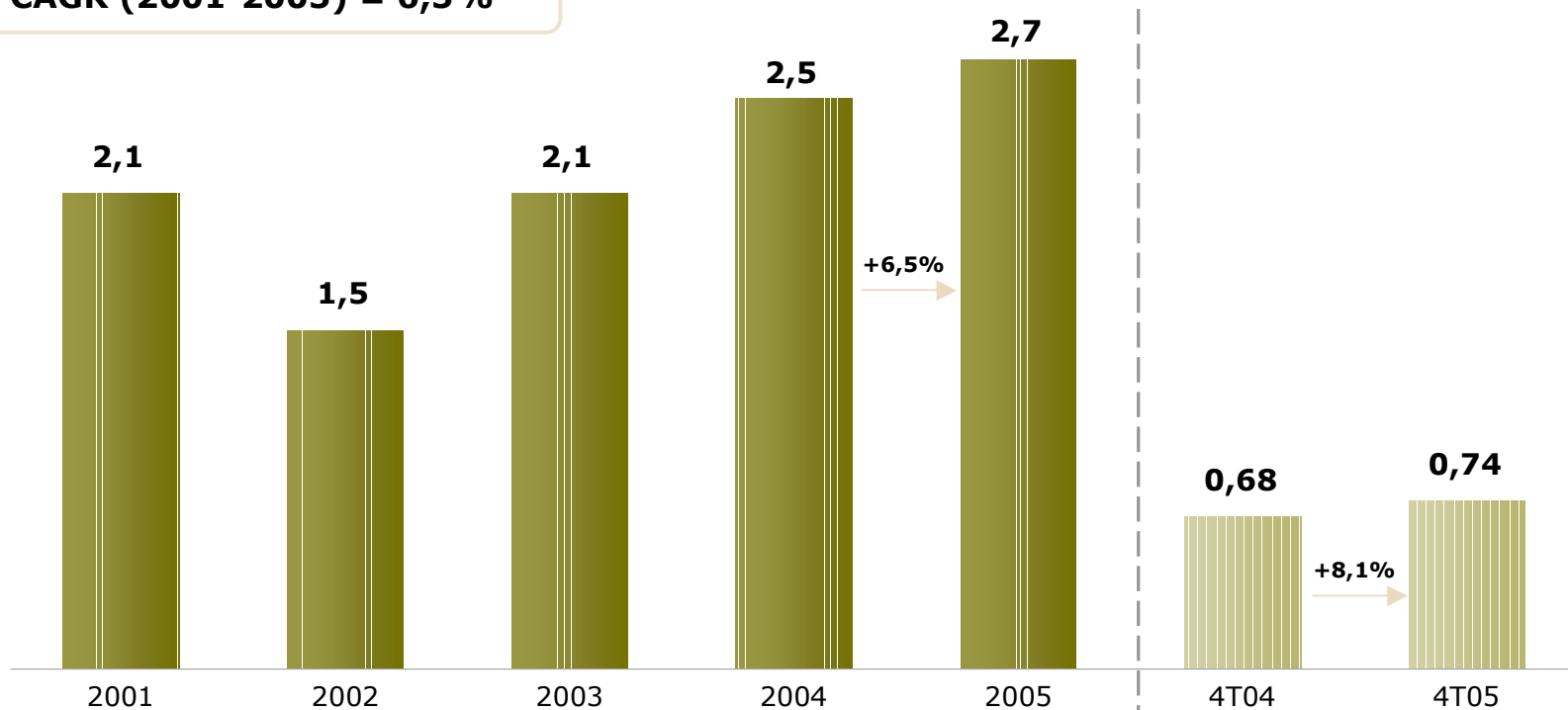
CAGR (2001-2005) = 29,0%



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

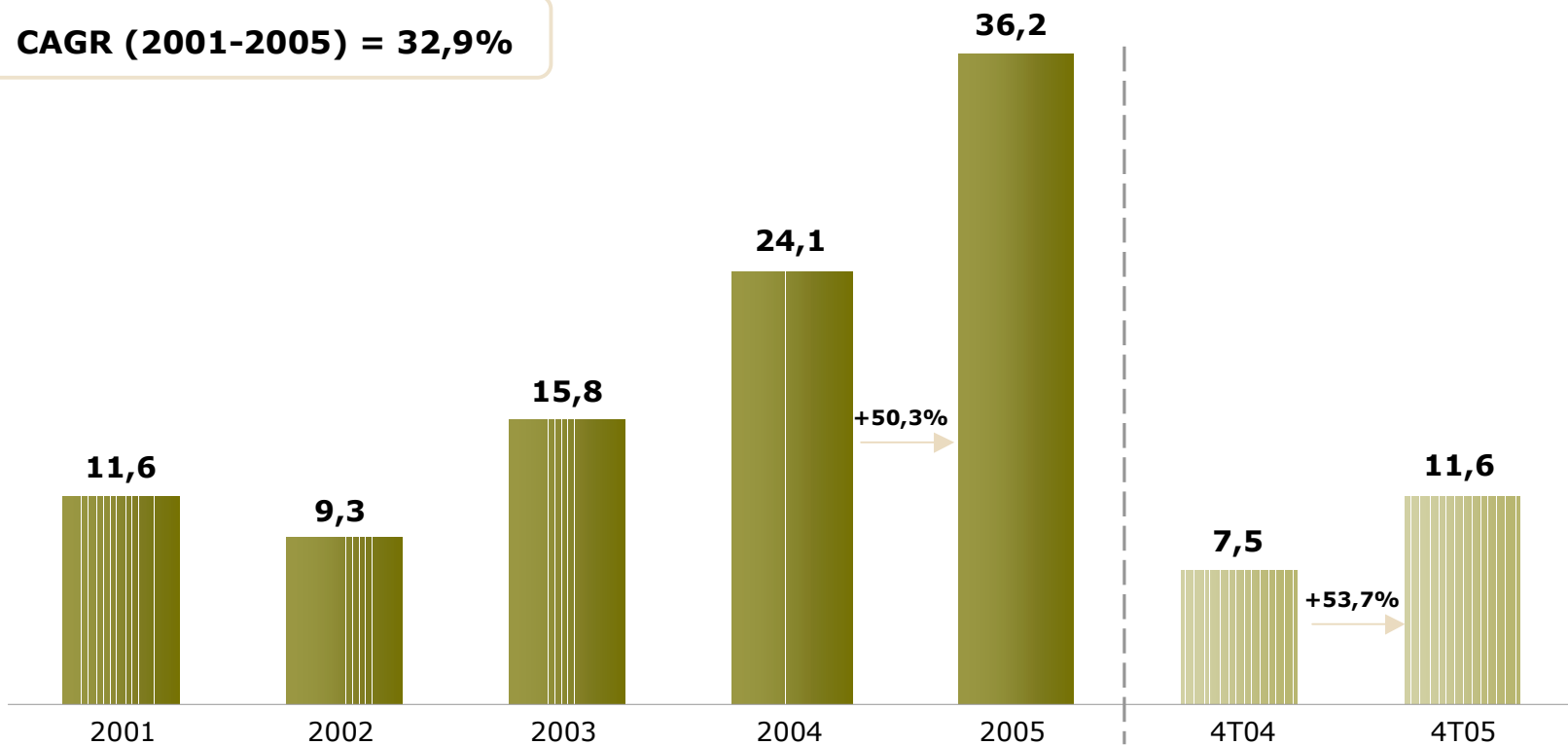
> **Produtividade Argentina, Chile e Peru** (US\$ mil por consultora ativa média)

CAGR (2001-2005) = 6,5%

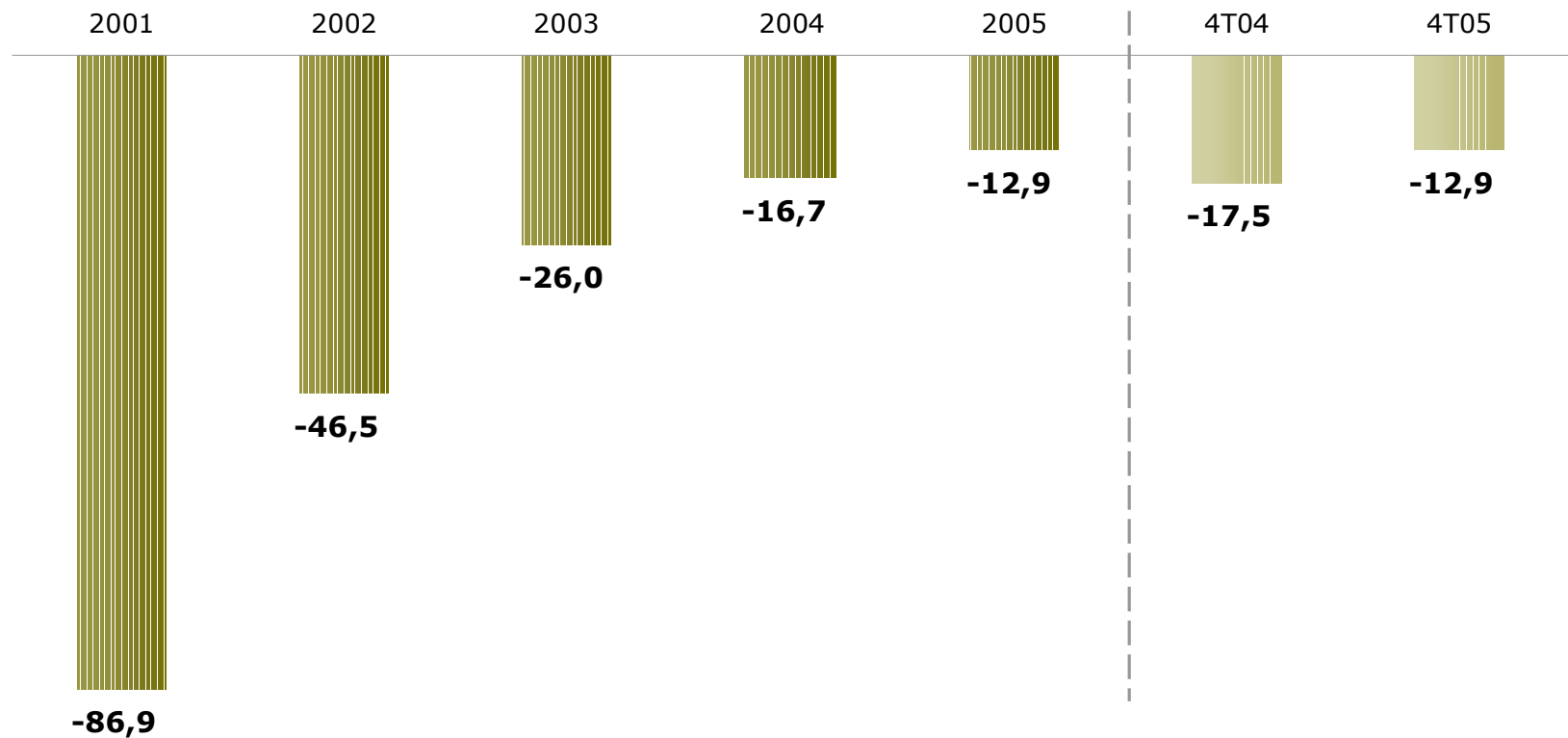


> Receita Bruta Argentina, Chile e Peru (US\$ milhões)

CAGR (2001-2005) = 32,9%

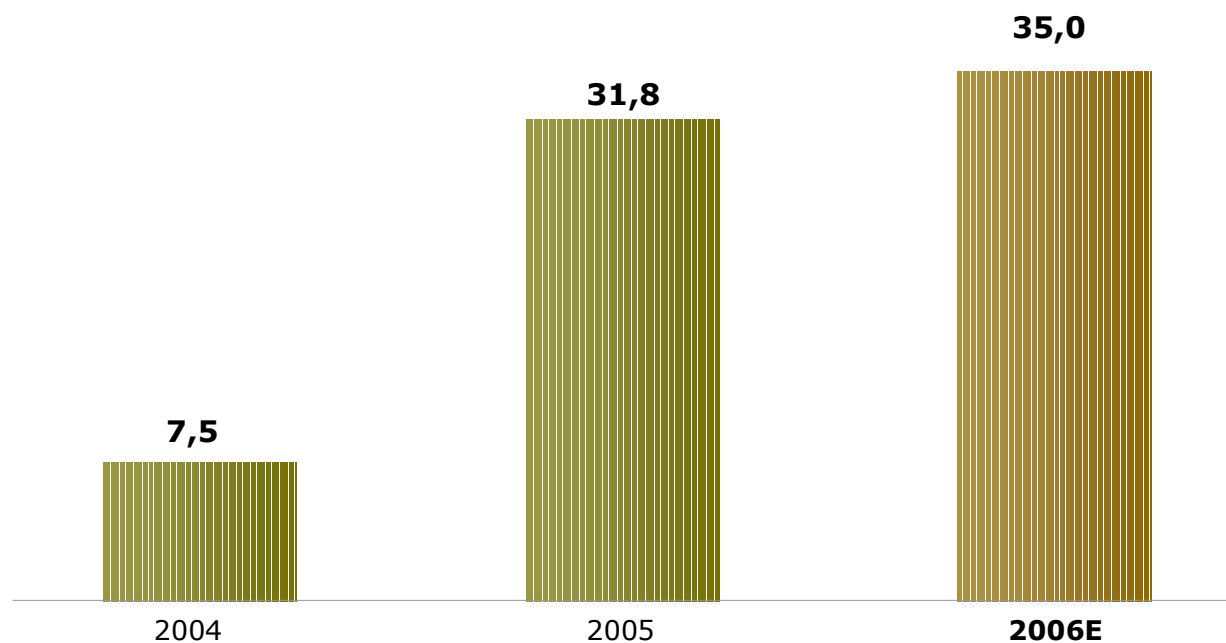


> Margem Operacional Argentina, Chile e Peru (%)



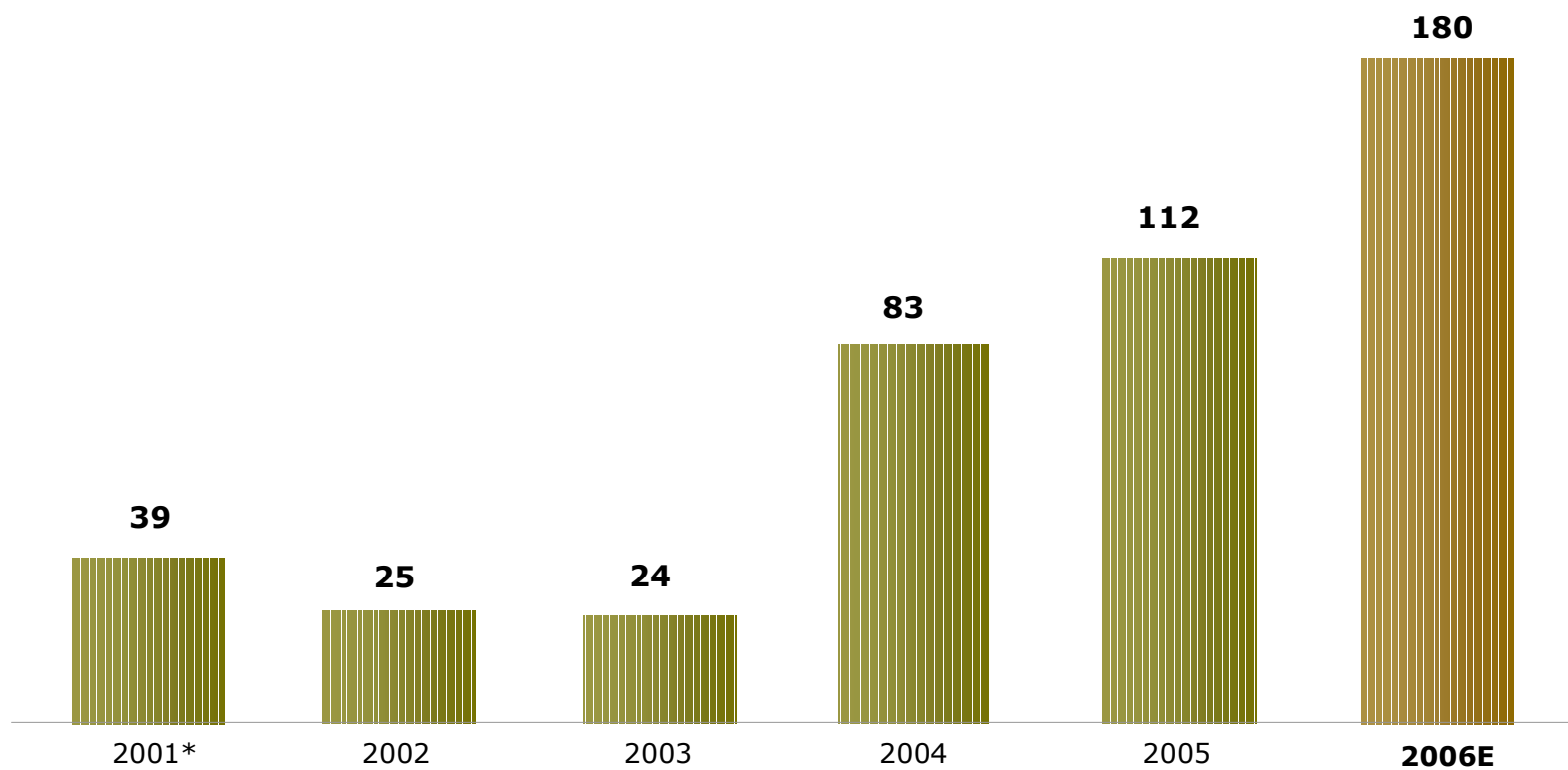
Nota: Os dados acima não incluem as operações no México e Venezuela. Foram excluídas as despesas de estruturação de gestão da expansão em outros países da América Latina (US\$1,1 milhão em 2005 e US\$0,2 milhão em 2004 respectivamente).

> **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.

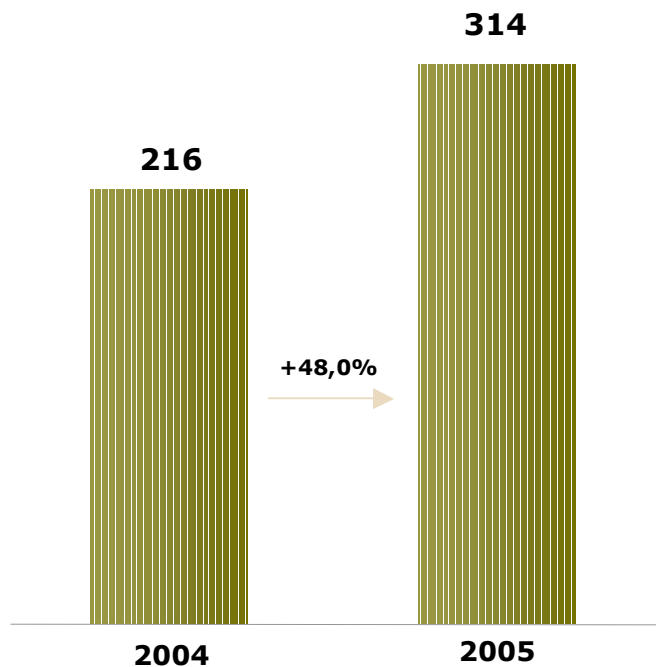
> **CAPEX** (R\$ milhões)



(*) Dados da Natura Empreendimentos.

R\$ milhões	2005	2004	Var. %
Lucro líquido do período	397	300	32,2
(+) Depreciação	44	34	28,2
(+) Outras despesas não caixa	42	51	-18,7
(=) Caixa gerado antes das variações de, capital de giro realizável e exigível a longo prazo	482	386	25,1
(-) Variações no capital de giro, realizável e exigível a longo prazo	35	99	-64,6
(=) Geração operacional de caixa	447	286	56,3
(-) CAPEX	112	83	34,4
(=) Geração de caixa livre	336	203	65,2

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



Pay-out 2005

Lucro líquido	80,5%
Geração de caixa livre	95,2%

Dividendos + JCP (líquido) por ação

2004	R\$2,50
2005	R\$3,70

Resultados Sociais: Crer para Ver

Vendas de produtos da linha:

	2005	2004	05 x 04
Receita Bruta (R\$ milhões)	8,9	8,3	5,9%

Resultados Sociais: Educação para Jovens e Adultos (EJA)

Número de matrículas:

	2005	META	
Matrículas efetivadas para o ano:	66,6 mil	50,0 mil	alunos

Resultados Ambientais:

Análise de Ciclo de Vida (ACV) e Venda de Refil

	2005	2004
Impacto Ambiental Médio Natura (ACV)*	10,1	10,6

100 % dos produtos lançados com estudo de ACV de embalagem

	2005	2004
% de refil sobre o total de itens faturados	17,4	15,3



(*) Indicador calculado levando-se em conta a Média Ponderada de Impacto Ambiental e Quantidade Faturada.



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