

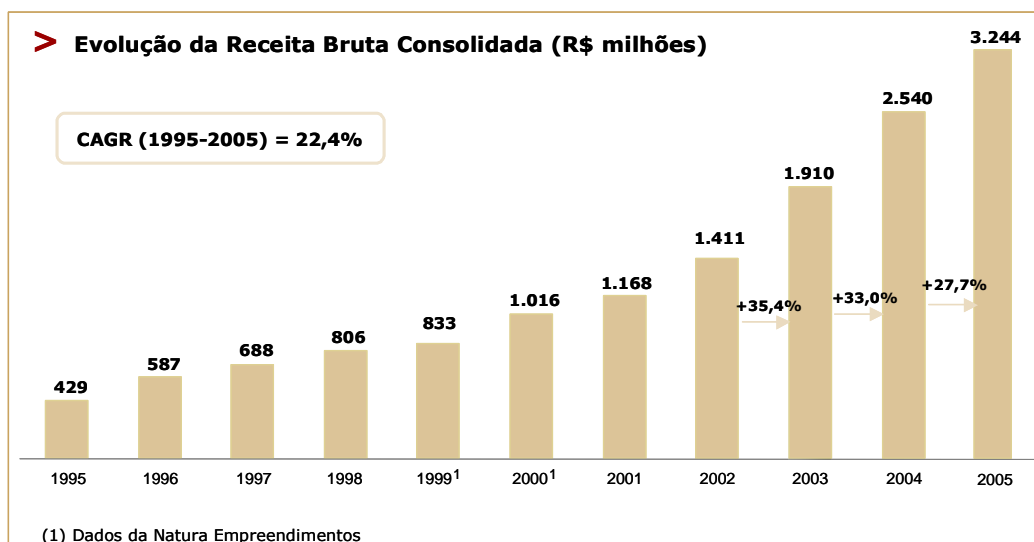


RESULTADOS DO 4T05 E DO ANO DE 2005

São Paulo, 21 de fevereiro de 2006 – A Natura Cosméticos S.A. (Bovespa: NATU3) anuncia hoje os resultados do quarto trimestre de 2005 (4T05) e do exercício de 2005. As informações financeiras e operacionais a seguir, exceto onde indicado o contrário, são apresentadas em **base consolidada**, de acordo com a Legislação Societária.

> DESTAQUES DO EXERCÍCIO DE 2005

- Receita bruta de R\$3.243,6 milhões (+27,7% sobre 2004)
- Ebitda de R\$564,4 milhões (+30,8% sobre 2004)
- Lucro Líquido de R\$396,9 milhões (+32,2% sobre 2004)
- Investimento na finalização do novo armazém vertical e da terceira linha de separação de pedidos (picking)
- Inauguração da “flagship store” em Paris-França
- Início de operações no México
- 519 mil consultoras - Brasil e operações na Argentina, Chile e Peru ao final de 2005.



> SUMÁRIO FINANCEIRO

> Sumário Financeiro – Consolidado (R\$ milhões)

	4T05	4T04	Var %	2005	2004	Var %
Unidades de produtos para revenda (em milhões) - Brasil ¹	67,8	53,4	27,0%	216,0	173,4	24,5%
Receita Bruta	1.029,7	801,3	28,5%	3.243,6	2.539,7	27,7%
Receita Líquida	725,9	563,8	28,8%	2.282,2	1.769,7	29,0%
Lucro Bruto	494,0	384,6	28,4%	1.551,0	1.194,4	29,9%
<i>Margem Bruta (%)</i>	<i>68,1%</i>	<i>68,2%</i>	-	<i>68,0%</i>	<i>67,5%</i>	-
Ebitda ²	194,9	142,7	36,5%	564,4	431,7	30,8%
<i>Margem Ebitda (%)</i>	<i>26,8%</i>	<i>25,3%</i>	-	<i>24,7%</i>	<i>24,4%</i>	-
Lucro Líquido	138,5	99,4	39,2%	396,9	300,3	32,2%
<i>Margem Líquida (%)</i>	<i>19,1%</i>	<i>17,6%</i>	-	<i>17,4%</i>	<i>17,0%</i>	-
Lucro por ação (R\$)	1,63	1,17	39,0%	4,67	3,54	31,8%
Dividendos + JCP ³ por ação (R\$)	-	-	-	3,70	2,50	48,0%
Total de consultoras ⁴ no Brasil (em milhares)	482,8	406,7	18,7%	482,8	406,7	18,7%
Total de consultoras ⁴ na América Latina ⁵ (em milhares)	36,2	26,3	37,7%	36,2	26,3	37,7%

(1) Total consolidado de unidades de produtos Cosméticos, Fragrâncias e Higiene Pessoal para revenda da consultora. Não inclui, portanto, amostras, brindes, material de apoio à revenda, produtos da linha Crer para Ver, dentre outros.

(2) EBITDA = Lucro operacional antes dos efeitos financeiros + Resultado não operacional + Depreciação e Amortização.

(3) Considera os dividendos e os juros sobre capital próprio por ação (líquido de imposto de renda retido na fonte) referentes aos resultados do exercício de 2005, "ad referendum" da Assembléia Geral Ordinária a realizar-se em 29 de março de 2006.

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

(5) Argentina, Chile e Peru.

> SETOR DE COSMÉTICOS, FRAGRÂNCIAS E HIGIENE PESSOAL NO BRASIL – DADOS DO MERCADO ALVO NATURA (10M05x10M04)

A indústria de Cosméticos, Fragrâncias e Higiene Pessoal no Brasil teve em 2005 mais um ano de forte desempenho. Com base nos dados disponíveis para o período de janeiro a outubro de 2005, o crescimento nominal do setor, de acordo com os dados do Sipatesp/Abhipec¹, foi de 16,5%. Descontado pelo IPCA de 6,4% no período, o crescimento em termos reais alcançou 9,5%.

(1) Sipatesp/Abhipec – Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos.

O quadro abaixo mostra a abertura do mercado alvo² em dois segmentos: cosméticos e fragrâncias, e higiene pessoal, além da participação de mercado da Natura nestes segmentos.

(2) Mercado alvo – Cosméticos e Fragrâncias (Cuidados com a pele, Maquiagem, Fragrâncias e Proteção solar) e Higiene pessoal (Sabonetes, Cuidados com o cabelo, Desodorantes e Produtos para barba).

> Abertura da Receita Líquida do setor no Mercado Alvo e Market Share da Natura no Brasil

	Mercado Alvo (R\$ milhões)			Natura Market Share (%)		
	10M05	10M04	Cresc%	10M05	10M04	Var. pp
Cosméticos e Fragrâncias	3.437	2.909	18,2%	33,3%	30,6%	2,7
Higiene Pessoal	4.534	3.932	15,3%	11,0%	9,7%	1,3
Total	7.972	6.841	16,5%	20,6%	18,6%	2,0

Fonte: Sipatesp/Abhipec

A Natura aumentou seu market share no mercado alvo em 2,0pp, passando de 18,6% nos 10M04 para 20,6% nos 10M05.

> RECEITA BRUTA CONSOLIDADA

A receita bruta consolidada da Natura no 4T05 foi de R\$ 1.029,7 milhões, com crescimento de 28,5% em relação ao mesmo período de 2004 (R\$ 801,3 milhões). Os investimentos efetuados ao longo de 2005, combinados com o aperfeiçoamento do processo de gestão de estoques, permitiram a melhora na qualidade dos serviços prestados às consultoras, com conseqüente redução no prazo de entrega dos pedidos.

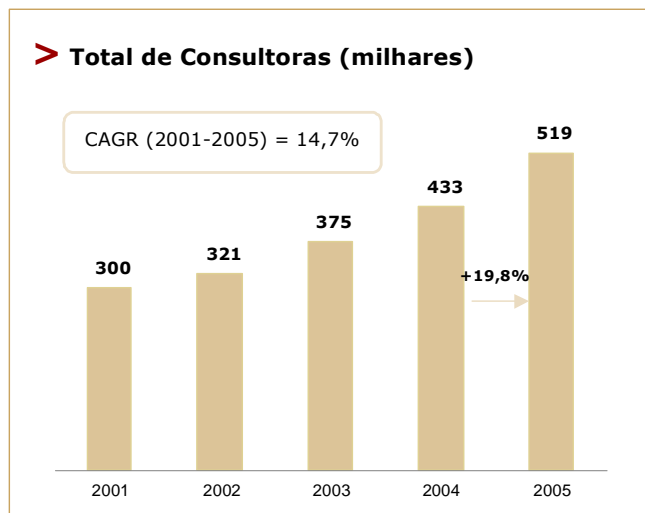
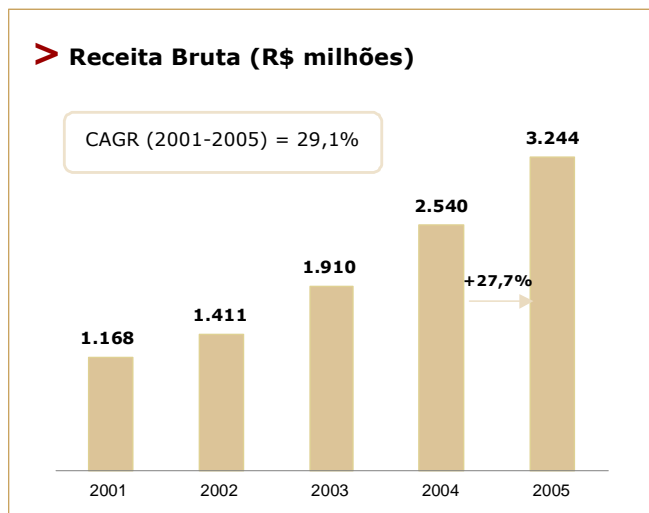
No exercício de 2005 a receita bruta somou R\$ 3.243,6 milhões, apresentando crescimento de 27,7% em relação a 2004. Deste total 97,1% foi gerado no mercado interno e 2,9% do mercado externo, comparativamente com 2,6% no ano de 2004. O crescimento da participação do mercado externo na receita total reflete o bom desempenho destas operações no ano findo.

Conforme já destacado, o mercado de Cosméticos, Fragrâncias e Higiene Pessoal no Brasil cresceu 16,5% na comparação entre 10M05 e 10M04. O crescimento da Natura, acima do verificado no mercado, foi devido à expansão do canal de vendas, à taxa de 18,7% no Brasil, combinada com a continuidade dos processos de inovação.

No ano de 2005 foram lançados 156 novos produtos. O índice de inovação, que mede a participação de produtos lançados nos últimos 24 meses na receita, foi de 69,8% em 2005, confirmando a vitalidade deste processo.

A empresa mantém sua estratégia de alocar parte do seu esforço de inovação no desenvolvimento de produtos utilizando a biodiversidade brasileira como plataforma de desenvolvimento tecnológico. Em 2005 destaca-se o lançamento do Chronos Spilol, creme anti-sinais, cujo princípio ativo é derivado da planta nativa conhecida como Jambu.

Outra importante realização no ano de 2005 foi a “vegetalização” de toda a linha de sabonetes, feita com o óleo extraído do fruto da palma.



* Consultoras na Argentina, Brasil, Chile e Peru.

> Sazonalidade da Receita Líquida Consolidada

	1T	2T	3T	4T
2002	17%	24%	24%	35%
2003	18%	24%	25%	33%
2004	19%	24%	25%	32%
2005	19%	24%	25%	32%

> CUSTOS E DESPESAS

O **custo dos produtos vendidos - CPV** apresentou um ligeiro aumento em relação à receita líquida, passando de 31,8% no 4T04 para 31,9% no 4T05.

Mesmo considerando a apreciação média da moeda Real e os ganhos de escala ocorridos entre 4T04 e 4T05, o CPV manteve-se praticamente no mesmo patamar relativamente à receita líquida, devido fundamentalmente a um maior esforço promocional no 4T05.

O quadro abaixo exhibe o custo aberto em seus principais componentes:

> Composição do CPV (% da Receita Líquida)

Item	4T05	4T04	2005	2004
MP/ME*	26,7	26,0	25,8	25,9
Mão Obra	2,1	2,2	2,5	2,4
Depreciação	0,9	1,0	1,0	1,2
Outros	2,2	2,6	2,8	2,9
Total	31,9	31,8	32,0	32,5

* Matéria-prima e material de embalagem

O CPV, como percentual da receita líquida, reduziu-se de 32,5% em 2004 para 32,0% em 2005. Podemos atribuir esta redução fundamentalmente a (i) apreciação do real e (ii) ganhos de escala obtidos ao longo do exercício.

As **despesas com vendas** apresentaram um aumento de 29,2% no 4T04 para 30,4% no 4T05, relativamente à receita líquida. Os principais fatores que explicam este aumento são o processo de internacionalização e as despesas de marketing.

No ano, as despesas com vendas aumentaram 0,8 pp passando de 30,3% em 2004 para 31,1% em 2005, como percentual da receita líquida. Os processos que isoladamente explicam este aumento das despesas são: (i) o aumento do esforço de internacionalização e (ii) a melhora no perfil de recebimento das consultoras que resultou na redução da receita de juros da empresa.

As despesas com marketing, definidas como o total gasto em propaganda, comunicação, qualificação e reconhecimento das consultoras, somadas à experimentação e eventos de lançamento de produtos, mantiveram-se estáveis como percentual da receita líquida em 2005 quando comparadas a 2004.

As **despesas administrativas** passaram de 13,6% em relação à receita líquida no 4T04 para 12,2% no 4T05. Esta redução foi devida principalmente a ganhos de escala e a maior participação de despesas não recorrentes no 4T04.

No acumulado do ano, estas despesas apresentaram uma pequena redução passando de 12,3% da receita líquida em 2004 para 12,1% em 2005. Mesmo considerando o acréscimo das despesas relacionados aos processos de internacionalização e inovação - que aumentariam em 1,2pp a participação das despesas administrativas na receita líquida -, a redução foi possível devido aos ganhos de escala e à menor concentração de despesas não recorrentes registradas em 2005 (em 2004, por exemplo, foram contabilizados R\$9,3 milhões de despesas relacionadas ao processo de abertura de capital- IPO).

Desconsiderando-se os efeitos não recorrentes tanto no exercício de 2004 quanto em 2005, as despesas administrativas teriam apresentado um acréscimo de 0,5pp sobre a receita líquida, ao invés de uma redução de 0,2pp.

> EBITDA E LUCRO LÍQUIDO

O **EBITDA** alcançou R\$ 194,9 milhões no 4T05, com crescimento de 36,5% em relação ao obtido no 4T04 (R\$ 142,7 milhões). A margem EBITDA passou de 25,3% no 4T04 para 26,8% no 4T05.

No ano de 2005 o **EBITDA** totalizou R\$564,4 milhões com crescimento de 30,8% em relação a 2004 (R\$431,7 milhões). A margem EBITDA apresentou um ligeiro aumento passando de 24,4% em 2004 para 24,7% em 2005.

> EBITDA (R\$ milhões)

	4T05	4T04	Var %	2005	2004	Var %
Receita líquida	725,9	563,8	28,8%	2.282,2	1.769,7	29,0%
(-) Custos e Despesas	-544,9	-429,6	26,8%	-1.760,6	-1.371,5	28,4%
Ebit	181,0	134,2	34,9%	521,6	398,2	31,0%
(-) Resultado não operacional	1,1	0,0	n/a	-1,2	-0,9	43,0%
(+) Depreciação/amortização	12,7	8,5	49,5%	44,0	34,3	28,2%
Ebitda	194,9	142,7	36,5%	564,4	431,7	30,8%

O Ebitda em 2005, cujo crescimento foi muito próximo ao das vendas, deve ser analisado considerando que neste ano houve aumento das despesas de inovação e do programa de expansão internacional, investimentos considerados estratégicos para a empresa. O quadro abaixo exibe a sazonalidade trimestral do Ebitda consolidado, nos últimos 4 anos.

> **Sazonalidade do EBITDA Consolidado**

	1T	2T	3T	4T
2002	17%	24%	24%	35%
2003	18%	24%	25%	33%
2004	19%	24%	24%	33%
2005	17%	23%	26%	35%

O **lucro líquido** registrou um crescimento de 39,2% passando de R\$99,4 milhões no 4T04 para R\$138,5 milhões no 4T05.

O lucro líquido teve crescimento superior ao verificado pelo EBITDA devido ao aumento da receita financeira líquida, por conta do incremento no caixa líquido médio no 4T05 em relação ao 4T04. Este aumento da receita financeira líquida mais que compensou o aumento da alíquota média de IR/CSLL.

O aumento da alíquota média de IR/CSLL é devido à menor participação relativa da amortização do ágio na base de cálculo destes impostos e aumento do prejuízo gerado nas operações internacionais, em virtude da abertura de novas subsidiárias.

No ano de 2005 o lucro líquido atingiu R\$396,9 milhões (R\$300,3 milhões em 2004). O lucro líquido por ação, excluindo-se as ações em tesouraria, foi de R\$4,67 em 2005 (R\$3,54 em 2004), apresentando um crescimento de 31,8%.

> **INVESTIMENTOS (ATIVO IMOBILIZADO)**

Os investimentos realizados durante o ano de 2005 totalizaram R\$111,6 milhões, os destaques foram: (i) conclusão das obras do novo armazém vertical, (ii) aquisição da 3a linha de separação de pedidos – picking e (iii) aumento na capacidade de manufatura e automação de processos produtivos.

Para 2006 os investimentos programados totalizam R\$180 milhões. Os principais programas a serem contemplados são: (i) ampliação da capacidade de manufatura, (ii) flexibilização e ampliação da capacidade logística (investimentos nas linhas 1 e 2 de separação de pedidos), (iii) construção de um novo centro de P&D e (iv) novos projetos de TI. O quadro abaixo exhibe a capacidade real ao final de 2005 e esperada para o final de 2006 em manufatura e separação de pedidos.

> Capacidade (milhões de unidades)

	manufatura	separação
2005	290	320
2006E	370 ¹	345

(1) O valor de 2006 inclui a capacidade de produção de Shampoos terceirizada prevista para o ano.

> OPERAÇÕES INTERNACIONAIS

>> Argentina, Chile e Peru

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

	4T05	4T04	Var %	2005	2004	Var %
Unidades de produtos para revenda (em milhões)	2.2	1.4	54.9%	7.0	4.7	49.6%
Receita Líquida	8.9	5.8	53.1%	27.8	18.5	50.2%
Resultado Operacional	-1.1	-1.0	-	-3.6	-3.1	-
<i>Margem Operacional</i>	<i>-12.9%</i>	<i>-17.5%</i>	<i>-</i>	<i>-12.9%</i>	<i>-16.7%</i>	<i>-</i>

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).

As operações na **Argentina, Chile e Peru** apresentaram um crescimento da receita bruta, em dólar, de 53,7% no 4T05. Se considerarmos o crescimento em moeda local, ponderado pela participação da receita em dólar de cada país, o crescimento foi de 51,1% no 4T05. No ano de 2005, o crescimento da receita bruta em dólar destas operações foi 50,3%. O crescimento em moeda local, ponderado pela participação em dólar de cada operação, foi de

45,4%. O número de consultoras nestas operações cresceu 37,7%. A produtividade, medida pela receita por consultora ativa média, cresceu 3,0% em moeda local, resultado importante dado que, quando há expressivo crescimento do canal de vendas, a entrada de novas consultoras diminui a produtividade média.

O prejuízo operacional em dólar cresceu 16,1%, passando de US\$3,1 milhões em 2004 para US\$3,6 milhões em 2005. Apesar do aumento do prejuízo em termos absolutos, a margem operacional apresentou melhora entre os períodos comparados. Vale ressaltar que o aumento de vendas não fez diminuir o prejuízo absoluto, pois continuamos a investir fortemente no desenvolvimento de novos setores de venda. Esperamos que o conjunto destas operações atinja o equilíbrio operacional ao final de 2007.

>> Outras operações

França

Em abril de 2005 a Natura inaugurou sua loja em Paris e os resultados estão em conformidade com a expectativa da empresa, o que demonstra boa receptividade à marca na França. Em 2006 esperamos ampliar o portfolio de produtos e iniciar os testes do modelo de distribuição por meio da venda direta, adaptado às condições daquele mercado.

México

A operação mexicana teve início em agosto de 2005 e os resultados, neste início das atividades, estão em linha com as expectativas da empresa.

Venezuela e Colômbia

Os próximos passos no processo de expansão internacional da Natura na América Latina incluem o início das atividades da operação venezuelana em 2006 e da operação colombiana em 2007.

>> Processo de expansão internacional

No exercício de 2005, o investimento no processo de internacionalização totalizou R\$37,8 milhões (2004: R\$12,2 milhões). Este valor ficou ligeiramente abaixo do valor estimado de R\$41,0 milhões. Estes valores referem-se ao prejuízo consolidado das operações já existentes (Argentina, Chile e Peru) acrescidos daqueles das novas operações (México e França) e o impacto das variações cambiais na conversão dos balanços das empresas controladas.

Em 2006, o investimento na internacionalização será apresentado deduzido do lucro apurado nas exportações do Brasil para as operações internacionais. Ao considerar este lucro, o

investimento no ano de 2005 reduz-se de R\$37,8 milhões para R\$31,8 milhões e em 2006 a estimativa da empresa, nas mesmas bases, é de R\$35,0 milhões.

> FLUXO DE CAIXA

A geração de caixa bruta¹ em 2005 foi de R\$483,5 milhões, 25,4% superior ao registrado no exercício anterior. Deste total, R\$36,3 milhões foram aplicados no capital de giro próprio, realizável e exigível a longo prazo e R\$111,6 milhões foram investidos na aquisição de imobilizado. O consumo de capital de giro concentrou-se fundamentalmente no financiamento do contas a receber e dos estoques, função direta do aumento de vendas do período. A geração de caixa livre² no ano de 2005 foi de R\$335,6 milhões.

Nota 1: (Lucro líquido do exercício)+ (Ajustes para reconciliar o lucro líquido ao caixa gerado pelas atividades operacionais).

Nota 2: (Caixa líquido gerado nas atividades operacionais) – (Atividades de investimento)

> DIVIDENDOS E JUROS SOBRE CAPITAL PRÓPRIO

Em 21 de fevereiro de 2006, o Conselho de Administração aprovou proposta a ser submetida à Assembléia Geral Ordinária, que será realizada em 29 de março de 2006, para pagamento de dividendos e juros sobre o capital próprio referentes aos resultados auferidos no exercício de 2005, nos montantes de R\$285,2 milhões e R\$34,2 milhões (R\$29,1 milhões líquidos de imposto de renda na fonte), respectivamente.

Do montante acima já foram pagos, em 16 de agosto de 2005, dividendos e juros sobre o capital próprio referentes aos resultados auferidos no primeiro semestre de 2005, no montante de R\$90,4 milhões e R\$13,4 milhões (R\$11,4 milhões líquidos do imposto de renda retido na fonte) respectivamente. O saldo remanescente a ser pago em 04 de abril de 2006, após ratificação pela Assembléia Geral Ordinária, é de: (i) dividendos no montante de R\$194,8 milhões e (ii) juros sobre o capital próprio brutos no montante de R\$20,8 (R\$17,7 milhões, líquidos do imposto de renda retido na fonte).

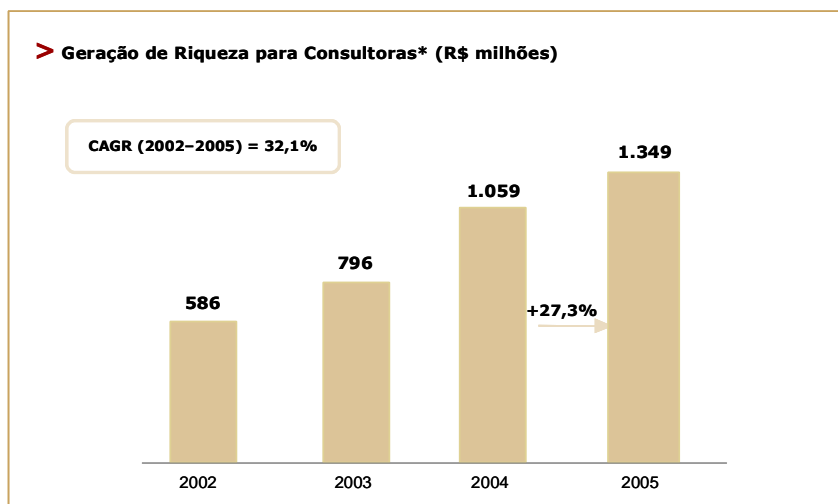
Estes dividendos e juros sobre capital próprio referentes aos resultados do exercício de 2005 representarão uma remuneração líquida de R\$3,70 por ação (2004: R\$2,50 por ação), correspondendo a 95,2% da geração de caixa livre¹ (106,5% em 2004) e 80,5% do lucro líquido de 2005 (72,1% em 2004).

Nota 1: (Caixa líquido gerado nas atividades operacionais) – (Atividades de investimento)

> RESPONSABILIDADE CORPORATIVA

No campo social, o destaque foi a mobilização das Consultoras e Consultores para a promoção da Educação de Jovens e Adultos, programa do Ministério da Educação apoiado pela Natura. O seu esforço resultou no encaminhamento de 65 mil pessoas acima de 15 anos de volta às escolas do ensino fundamental em todo o país. As Consultoras também foram mobilizadas a incentivar seus clientes a comprarem refil dos nossos produtos, conseqüentemente reutilizando as embalagens originais. Com isso, o volume de refis passou de 15,3% do total de produtos faturados em 2004 a 17,4% em 2005, reduzindo o impacto médio ambiental gerado por nossas embalagens no Brasil. Outro marco importante foi a instalação oficial do Fórum Permanente da Agenda 21 de Cajamar, resultado do esforço conjunto de representantes da empresa, da comunidade local e do governo municipal.

O gráfico abaixo exhibe o total de recursos gerados para as consultoras que em 2005 alcançou R\$1,3 bilhão.



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

Detentores da certificação ISO 14001 destinamos recursos e esforços permanentes à melhoria das condições ambientais de nossa produção. Em 2005 superamos diversas metas ambientais. O consumo de água por unidade de produto vendida recuou 5,6%. O índice médio de reutilização de água subiu de 39,5%, em 2004, para 55% em 2005. No caso da energia, o consumo por unidade vendida diminuiu 8,5% em relação ao ano de 2004. A participação de resíduos incinerados no total caiu de 5,4% em 2004 para 2,8% em 2005, e a dos encaminhados a aterro, de 21,2% para 16,1%. Já a dos reciclados aumentou de 73,4% para 81,8%. O total de resíduos gerados por unidade vendida, porém, cresceu 8,2%, em razão da maior utilização do site em Cajamar e, principalmente, do aumento do sucateamento.

Como resultado de nossa busca constante pela excelência obtivemos em 2005 a certificação NBR ISO 9001. Outra conquista significativa foi o reconhecimento pelo Instituto Nacional de Propriedade Intelectual, INPI, do alto renome da marca Natura – marcas de alto renome são aquelas que gozam de autoridade incontestável, de conhecimento e prestígio diferidos, resultantes de sua tradição e qualificação no mercado e da qualidade e confiança que inspiram. Com isso, a proteção da nossa marca se estende a todos os ramos de atividade econômica, deixando de estar limitada ao setor de cosméticos.

A marca Natura também foi considerada a 4ª mais valiosa do país, a primeira entre empresas não-financeiras, pelo Instituto InterBrand e pela revista IstoÉ Dinheiro.

> CONFERENCE CALL & WEBCAST

**Português: Quinta-feira, 23 de fevereiro de 2006
10h00 – horário de Brasília**
Ligações do Brasil: 11-4613-0501
Ligações do exterior: 1-412-858-4600

**Inglês: Quinta-feira, 23 de fevereiro de 2006
12h00 – horário de Brasília**
Ligações do Brasil: 11-4613-0501
Ligações do exterior: 1-412-858-4600

Transmissão ao vivo pela internet: www.natura.net/investidor

> Anexo 1 – Demonstração do resultado do exercício (consolidado)

(Em R\$ milhões)	4T05	% RL	4T04	% RL	Var. %	2005	% RL	2004	%RL	Var. %
Vendas brutas no mercado interno	1.000,6	97,2%	783,3	97,8%	27,7%	3.149,7	97,1%	2.472,0	97,3%	27,4%
Vendas brutas no mercado externo	28,6	2,8%	17,7	2,2%	62,0%	92,6	2,9%	66,8	2,6%	38,7%
Outras vendas	0,4	0,0%	0,3	0,0%		1,3	0,0%	0,8	0,0%	61,8%
RECEITA OPERACIONAL BRUTA	1.029,7	100,0%	801,3	100,0%	28,5%	3.243,6	100,0%	2.539,7	100,0%	27,7%
Impostos s/ vendas, devoluções e abatimentos	(303,7)	-29,5%	(237,5)	-29,6%	27,9%	(961,4)	-29,6%	(770,0)	-30,3%	24,9%
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	725,9	100,0%	563,8	100,0%	28,8%	2.282,2	100,0%	1.769,7	100,0%	29,0%
Custo dos produtos vendidos	(231,9)	-31,9%	(179,2)	-31,8%	29,5%	(731,1)	-32,0%	(575,3)	-32,5%	27,1%
LUCRO BRUTO	494,0	48,0%	384,6	68,2%	28,4%	1.551,0	68,0%	1.194,4	67,5%	29,9%
(DESPESAS) RECEITAS OPERACIONAIS										
Com vendas	(220,7)	-30,4%	(164,4)	-29,2%	34,2%	(709,2)	-31,1%	(535,9)	-30,3%	32,3%
Administrativas e gerais	(88,2)	-12,2%	(76,7)	-13,6%	15,0%	(276,1)	-12,1%	(216,9)	-12,3%	27,3%
Part dos colaboradores e administradores	(0,8)	-0,1%	(3,7)	-0,7%	-77,8%	(28,6)	-1,3%	(31,6)	-1,8%	-9,6%
Remuneração dos administradores	(5,5)	-0,8%	(5,6)	-1,0%	-3,0%	(12,3)	-0,5%	(11,8)	-0,7%	4,2%
Outras despesas operacionais, líquidas	2,2	0,3%	-	0,0%		(3,2)	-0,1%		0,0%	
LUCRO OPERACIONAL ANTES DOS EFEITOS FINANCEIROS	181,0	24,9%	134,2	23,8%	34,9%	521,6	22,9%	398,2	22,5%	31,0%
Despesas financeiras	(7,1)	-1,0%	(8,6)	-1,5%	-18,2%	(43,5)	-1,9%	(38,2)	-2,2%	13,8%
Receitas financeiras	15,2	2,1%	4,4	0,8%	245,9%	54,7	2,4%	35,4	2,0%	54,6%
LUCRO OPERACIONAL	189,1	26,0%	129,9	23,0%	45,6%	532,9	23,3%	395,4	22,3%	34,8%
Resultado não operacional, líquido	1,1	0,2%	0,0	0,0%		(1,2)	-0,1%	(0,9)	0,0%	43,1%
LUCRO ANTES DA PART. DAS DEBÊNTURAS	190,2	26,2%	129,9	23,0%	46,4%	531,6	23,3%	394,5	22,3%	34,7%
Participação das debêntures	-	0,0%	-	0,0%		-	0,0%	(7,2)	-0,4%	
LUCRO ANTES DO IMPOSTO DE RENDA E DA CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	190,2	26,2%	129,9	23,0%	46,4%	531,6	23,3%	387,3	21,9%	37,2%
Imposto de renda e contribuição social	(51,8)	-7,1%	(30,5)	-5,4%	69,8%	(134,7)	-5,9%	(87,1)	-3,4%	54,7%
LUCRO LÍQUIDO ANTES DA PART. DOS MINORITÁRIOS	138,5	19,1%	99,4	17,6%	39,2%	396,9	17,4%	300,3	17,0%	32,2%
Participação dos minoritários	0,0	0,0%	0,0	0,0%	-53,5%	(0,0)	0,0%	0,0	0,0%	
LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	138,5	19,1%	99,4	17,6%	39,2%	396,9	17,4%	300,3	17,0%	32,2%
Depreciação	12,7	1,8%	8,5	1,5%	49,5%	44,0	1,9%	34,3	1,9%	28,2%
EBITDA	194,9	26,8%	142,7	25,3%	36,6%	564,4	24,7%	431,7	24,4%	30,8%

> Anexo 2 – Balanço patrimonial (31/12/05 e 31/12/2004)

(R\$ milhões)					
ATIVO	31/12/05	31/12/04	PASSIVO	31/12/05	31/12/04
CIRCULANTE			CIRCULANTE		
Disponibilidades	56,2	29,6	Empréstimos e financiamentos	68,3	62,4
Aplicações financeiras	330,2	202,0	Fornecedores nacionais	148,0	89,3
Contas a receber de clientes	316,3	250,1	Fornecedores estrangeiros	4,1	4,2
Estoques	152,3	122,0	Fornecedores - partes relacionadas	-	-
Impostos a recuperar	24,0	18,2	Salários, part. no lucro e encargos sociais	73,1	67,6
Adiantamentos a colaboradores	5,3	6,9	Obrigações tributárias	89,1	62,4
Partes relacionadas	-	-	Dividendos a pagar	195,1	113,6
IR e CSLL diferidos	25,8	21,6	Juros sobre o capital próprio a pagar	17,7	13,6
Outros créditos	14,8	6,1	Fretes a pagar	13,8	10,0
Total do circulante	924,9	656,4	Provisões diversas	9,0	4,8
			Partes relacionadas	-	-
REALIZÁVEL A LONGO PRAZO			Outras contas a pagar	13,6	12,8
Valores a receber de acionistas	0,1	0,2	Prov. p/ perdas em "swap" e "forward"	2,7	6,1
Adiant. p/ futuro aumento de capital	-	-	Total do circulante	634,5	446,9
Impostos a recuperar	9,6	3,8	EXIGÍVEL A LONGO PRAZO		
IR e CSLL diferidos	29,3	21,3	Empréstimos e financiamentos	119,2	72,0
Depósitos judiciais	29,5	24,3	Provisão para perdas com controladas	-	-
Outros créditos	0,5	2,9	Provisão para contingências	90,6	59,6
Aplicações financeiras	4,0	-	Outras contas a pagar	3,2	1,9
Total do realizável a longo prazo	73,0	52,5	Total do exigível a longo prazo	213,0	133,4
			PARTICIPAÇÃO DOS MINORITÁRIOS	0,0	0,0
PERMANENTE			PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
Investimentos	5,8	8,7	Capital social	230,8	230,8
Imobilizado	365,3	298,8	Reservas de capital	120,7	113,1
Total do permanente	371,0	307,5	Reservas de lucros	170,7	93,3
			Ações em tesouraria	(0,8)	(1,1)
			Total do patrimônio líquido	521,4	436,1
TOTAL DO ATIVO	1.368,9	1.016,4	TOTAL DO PASSIVO	1.368,9	1.016,4

> Anexo 3– Demonstração de fluxo de caixa (Consolidado)

(em R\$ milhões)	2005	2004
ATIVIDADES OPERACIONAIS		
Lucro líquido do exercício	396,9	300,3
Ajustes para reconciliar o lucro líquido ao caixa gerado pelas atividades operacionais:		
Depreciações e amortizações	44,0	34,3
Variações monetárias e cambiais líquidas	3,9	8,8
Provisão decorrente dos contratos de "swap" e "forward"	12,1	4,2
Provisão para contingências	21,6	31,6
Provisão para perdas na realização dos estoques	1,9	7,0
Provisões diversas	11,8	1,4
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(12,2)	(9,6)
Valor do resultado na venda e baixa de ativo permanente	2,2	1,8
Remuneração de debêntures, líquida dos impostos	-	5,7
Participação dos minoritários	0,0	(0,0)
	482,4	385,6
(AUMENTO) REDUÇÃO DOS ATIVOS		
Circulante:		
Contas a receber	(66,2)	(68,5)
Estoques	(32,3)	(49,7)
Outros ativos	(0,2)	0,5
Realizável a longo prazo:	-	-
Depósitos judiciais	(2,7)	(9,1)
Outros ativos	(1,6)	0,1
Subtotal	(103,0)	(126,6)
AUMENTO (REDUÇÃO) DOS PASSIVOS		
Circulante:		
Fornecedores	51,2	31,5
Salários, participações no lucro e encargos sociais, líquidos	7,1	24,0
Obrigações tributárias, líquidas	14,1	(20,7)
Outros passivos	(5,9)	(6,2)
Exigível a longo prazo:		
Outros passivos	1,3	(1,4)
Subtotal	67,8	27,2
CAIXA LÍQUIDO GERADO NAS ATIVIDADES OPERACIONAIS	447,2	286,2
ATIVIDADES DE INVESTIMENTO		
Adições de imobilizado	(111,6)	(76,9)
Investimentos	-	(6,2)
CAIXA LÍQUIDO UTILIZADO NAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTOS	(111,6)	(83,1)
ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO		
Redução - Empréstimos de curto prazo	(75,1)	(47,9)
Captações - Empréstimos de longo prazo	120,4	38,8
Pagamento de dividendos	(203,8)	(130,0)
Pagamento de juros sobre o capital próprio	(30,1)	(11,4)
Outros	0,7	-
Venda de ações em tesouraria pelo exercício de opções de compra de ações	4,9	0,6
Amortização de valores a receber de acionistas	2,3	-
CAIXA LÍQUIDO UTILIZADO NAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO	(180,7)	(149,9)
Incorporação da Natura Empreendimentos S.A. e Natura Participações S.A. via acervo líquido	-	42,3
AUMENTO LÍQUIDO NAS DISPONIBILIDADES	154,8	95,5
Saldo inicial do caixa	231,6	136,1
Saldo final do caixa	386,4	231,6
VARIAÇÃO NO CAIXA	154,8	95,5
INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES SOBRE O FLUXO DE CAIXA		
Pagamentos de imposto de renda e contribuição social	111,6	84,4
Pagamentos de juros sobre empréstimos e financiamentos	6,6	12,1
Pagamentos de contratos de "swap" e "forward"	15,5	9,2



> RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Telefone: (11) 4446-2180

Helmut Bossert, helmutbossert@natura.net

Ricardo Capella, ricardocapella@natura.net

Sandra Matsumoto, sandramatsumoto@natura.net

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 "proforma", 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.

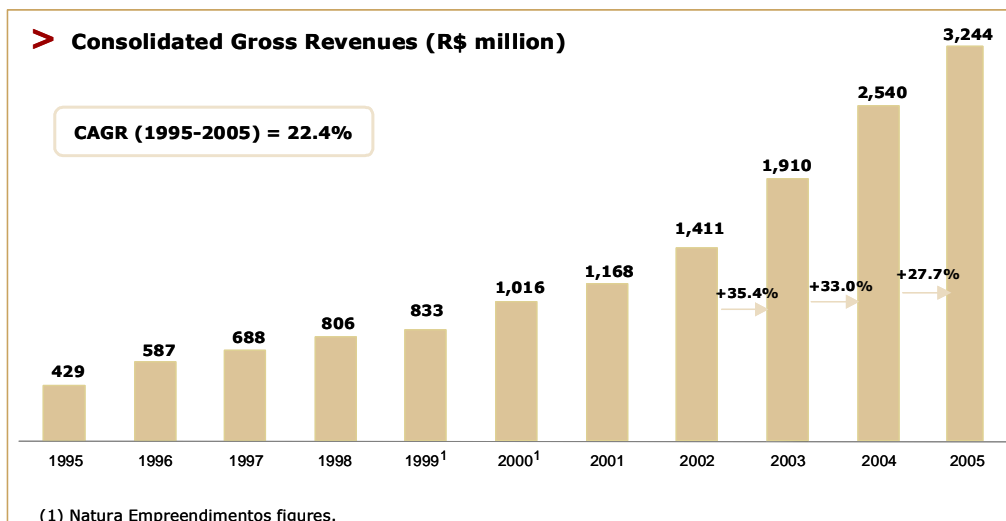


4Q05 AND FY05 EARNINGS RELEASE

São Paulo, February 21, 2006 – Natura Cosméticos S.A. (São Paulo Stock Exchange: NATU3) announces today its results for the fourth quarter 2005 (4Q05) and full year 2005 (FY05). The financial and operating information below, except where otherwise indicated, is presented on a **consolidated basis**, according to the Brazilian Corporate Law.

> 2005 HIGHLIGHTS

- Gross revenues amounting to R\$3,243.6 million (growth of 27.7% over 2004)
- Ebitda of R\$564.4 million (growth of 30.8% over 2004)
- Net income totaled R\$396.9 million (growth of 32.2% over 2004)
- Investments in the conclusion of the new vertical warehouse and of the third automatic separation line (picking)
- Inauguration of Natura's flagship store in Paris - France
- Start-up of Mexico operations
- 519 thousand consultants in Brazil and in international operations (Argentina, Chile and Peru) at the end of 2005.



> 2005 FINANCIAL SUMMARY - CONSOLIDATED

> Financial Summary – Consolidated (R\$ million)

	4Q05	4Q04	% change	2005	2004	% change
Units sold – items for resale (in million) - Brazil ¹	67.8	53.4	27.0%	216.0	173.4	24.5%
Gross Revenues	1,029.7	801.3	28.5%	3,243.6	2,539.7	27.7%
Net Revenues	725.9	563.8	28.8%	2,282.2	1,769.7	29.0%
Gross Profit	494.0	384.6	28.4%	1,551.0	1,194.4	29.9%
<i>Gross margin (%)</i>	<i>68.1%</i>	<i>68,2%</i>	-	<i>68.0%</i>	<i>67.5%</i>	-
Ebitda ²	194.9	142.7	36.5%	564.4	431.7	30.8%
<i>Ebitda margin (%)</i>	<i>26.8%</i>	<i>25.3%</i>	-	<i>24.7%</i>	<i>24.4%</i>	-
Net Income	138.5	99.4	39.2%	396.9	300.3	32.2%
<i>Net margin (%)</i>	<i>19.1%</i>	<i>17.6%</i>	-	<i>17.4%</i>	<i>17.0%</i>	-
EPS (R\$)	1.63	1.17	39.0%	4.67	3.54	31.8%
Dividends + Interest on Capital ³ per share (R\$)	-	-	-	3.70	2.50	48.0%
Total consultants ⁴ in Brazil (in thousands)	482.8	406.7	18.7%	482.8	406.7	18.7%
Total consultants ⁴ in Latin America ⁵ (in thousands)	36.2	26.3	37.7%	36.2	26.3	37.7%

(1) Total consolidated number of Cosmetics, Fragrances and Toiletries products resold by consultants. Therefore, units sold exclude samples, gifts, resale support material, Crer para Ver products, among others.

(2) EBITDA = income from operations before financial effects + non-operating income + depreciation and amortization.

(3) Consider the dividends and interest on capital per share (net of income tax retained at source) relative to the results for the 2005 financial year, subject to referral to the Annual General Meeting to be held on March 29, 2006.

(4) Position at the end of the period of the 17th sales cycle.

(5) Argentina, Chile and Peru.

> COSMETICS, FRAGRANCE AND TOILETRIES (CF&T) SECTOR IN BRAZIL – NATURA’S TARGET MARKET FIGURES (10 months 2005 x 10 months 2004)

In 2005, Cosmetics, Fragrances and Toiletries sector in Brazil posted another strong performance. According to data from the sector associations Sipatesp/Abhipec¹, for the ten-month period, the sector had a 16.5% nominal term growth. Real term growth was of 9.5%, deflated by 6.4% of IPCA.

(1) Sipatesp/Abhipec – Brazilian Cosmetics, Fragrance and Toiletries Association.

The table below shows the target market² breakdown between two segments: cosmetics and fragrances and personal hygiene, in addition to Natura’s share in these two segments.

(2) Target Market: skin care, sunscreen, make-up, perfums, fragrances, hair care, shaving products and deodorants – does not include diapers, nail polishes, sanitary pads, hair dyes and oral hygiene.

> CF&T Target Market Net Revenues Breakdown and Natura’s Market Share in Brazil

	Target Market (R\$ million)			Natura's Market Share (%)		
	10mos05	10mos04	% growth	10mos05	10mos04	% points change
Cosmetics & Fragrances	3,437	2,909	18.2%	33.3%	30.6%	2.7
Personal Hygiene	4,534	3,932	15.3%	11.0%	9.7%	1.3
Total	7,972	6,841	16.5%	20.6%	18.6%	2.0

Source: Sipatesp/Abhipec

Natura’s market share of this target market grew by 2.0 percentage points, from 18.6% in the first ten months of 2004 to 20.6% in the same period of 2005.

> CONSOLIDATED GROSS REVENUES

Natura’s 4Q05 gross revenues were R\$ 1,029.7 million, up 28.5% over the same period of 2004 (R\$ 801.3 million). Investments accomplished in 2005 coupled with storage management improvement, allowed for a better quality in the services provided to our consultants, therefore reduction in timescale for delivery of orders.

FY05 gross revenues amounted to R\$3,243.6 million, 27.7% increase Y-o-Y. Of this total, 97.1% were from the domestic market and 2.9% from the foreign operations, compared to

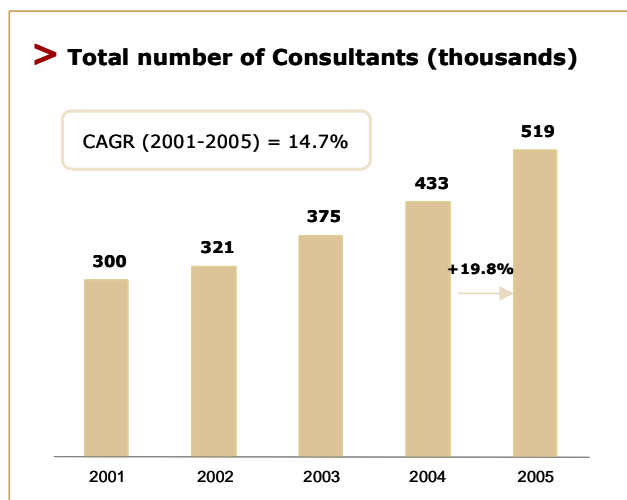
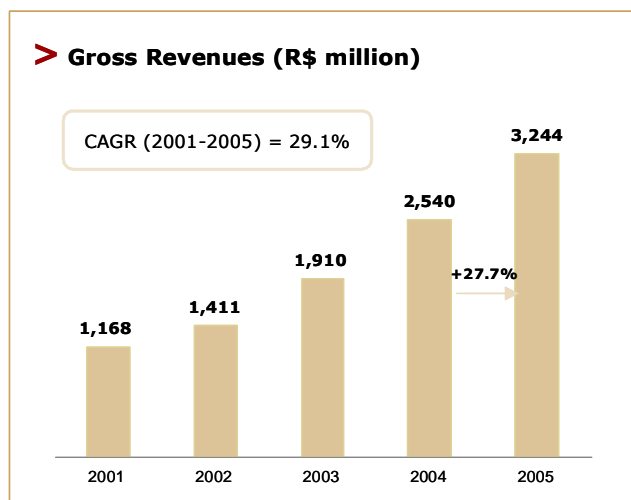
2.6% in 2004. This increase relatively to the total revenues is a result of a good performance in 2005.

As previously highlighted, Cosmetics, Fragrances and Toiletries sector in Brazil grew by 16.5%, in the ten-month period of 2005 over the same period of 2004. Natura's higher growth compared to the sector was due to sales channel expansion, up 18.7% in Brazil, combined with the continuous process of innovation.

In 2005, 156 new products were launched. The total innovation index, which measures the proportion of revenues from products launched in the last 24 months, was 69.8% in 2005, reassuring process vitality.

The company maintains its strategy of concentrating some of its efforts relating to innovation to the development of products that use Brazilian biodiversity as a platform for technological development. The highlight in 2005 was the launch of Chronos Spilol, an anti-aging cream whose main active ingredient is derived from a native plant known as "Jambu".

Another important event during 2005 was the "vegetablization" of the whole soap line range, which is made with the oil extracted from the palm fruit.



* Consultants at Argentina, Brasil, Chile and Peru.

> **Consolidated Net Revenues Seasonality**

	1Q	2Q	3Q	4Q
2002	17%	24%	24%	35%
2003	18%	24%	25%	33%
2004	19%	24%	25%	32%
2005	19%	24%	25%	32%

> **COST OF SALES**

The **cost of sales** posted a slight increase in relation to net revenues, from 31.8% in 4Q04 to 31.9% in 4Q05.

Even considering the average appreciation of the Real and the gains in scale that occurred between 4Q04 and 4Q05, cost of sales remained at practically at the same level relative to net revenue, due basically to greater promotional efforts in 4Q05.

The table below shows the breakdown of cost of sales detailed by its main items:

> **Composition of Cost of Sales (% of net revenues)**

Item	4Q05	4Q04	2005	2004
RM/PM*	26.7	26.0	25.8	25.9
Labor	2.1	2.2	2.5	2.4
Depreciation	0.9	1.0	1.0	1.2
Others	2.2	2.6	2.8	2.9
Total	31.9	31.8	32.0	32.5

* Raw material and packaging material

Cost of sales related to net revenues, reduced from 32.5% to 32.0% Y-o-Y. This reduction was primarily to (i) real appreciation and (ii) gains in scale obtained during the year.

Selling expenses changed from 29.2% in 4Q04 to 30.4% in 4Q05, in relation to net revenues. Main contributors to this increase are the international expansion process and marketing expenses.

For the year, selling expenses increased by 0.8 percentage points, from 30.3% to 31.1% Y-o-Y, relatively to net revenues. The rise in these expenses was solely explained by (i) increase in the international expansion process efforts and (ii) the improvement in the receipts profile of the consultants, which resulted in a reduction in the company's interest revenue.

Marketing expenses, defined as total amount spent on advertisement, communication, qualification, consultants acknowledgement, coupled with testing and products launching events, remained stable as percentage of net revenues Y-o-Y.

Administrative expenses over net revenues changed from 13.6% in 4Q04 to 12.2% in 4Q05. This reduction was primarily due to gains in scale and greater incidence of non-recurring entries in 4Q04.

In the twelve months, these expenses posted a slight reduction from 12.3% of net revenues in 2004 to 12.1 in 2005. Even considering the growth in expenses related to the processes of international expansion and innovation - which would have increased administrative expenses over net revenue by 1.22 percentage points - the reduction was possible due to gains in scale and a smaller incidence of non-recurrent entries recorded in 2005 (in 2004, for example, we accounted R\$9.3 million in expenses relating to the process of going public - IPO).

If these non-recurring entries had been excluded, both in 2004 and 2005, administrative expenses would have risen 0.5 percentage points over net revenues instead of a reduction of 0.2 percentage points.

> **EBITDA AND NET INCOME**

4Q05 **EBITDA** amounted to R\$194.9 million, up 36.5% compared to 4Q04 (R\$142.7 million). EBITDA margin changed from 25.3% in 4Q04 to 26.8% in 4Q05.

In 2005, **EBITDA** totalized R\$564.4 million, 30.8% growth over 2004 (R\$431.7 million). EBITDA margin showed a slight increase from 24.4% to 24.7% Y-o-Y.

> **EBITDA (R\$ million)**

	4Q05	4Q04	% change	2005	2004	% change
Net Revenues	725.9	563.8	28.8%	2,282.2	1,769.7	29.0%
(-) Cost and Expenses	-544.9	-429.6	26.8%	-1,760.6	-1,371.5	28.4%
Ebit	181.0	134.2	34.9%	521.6	398.2	31.0%
(-) Non-operating results	1.1	-0.0	n/a	-1.2	-0.9	43.0%
(+) Depreciation/amortization	12.7	8.5	49.5%	44.0	34.3	28.2%
Ebitda	194.9	142.7	36.5%	564.4	431.7	30.8%

In 2005, Ebitda, whose growth was very close to growth in sales, should be analyzed, taking into consideration that during this year there was an increase in expenses relating to innovation and the international expansion program, both of which investments are considered strategic for the company.

The following table shows the quarterly seasonality of the consolidated Ebitda for the last four years.

> **Consolidated EBITDA Seasonality**

	1Q	2Q	3Q	4Q
2002	17%	24%	24%	35%
2003	18%	24%	25%	33%
2004	19%	24%	24%	33%
2005	17%	23%	26%	35%

4Q05 **net income** totaled R\$138.5 million, 39.2% growth over 4Q04 (R\$99.4 million).

Net profit grew more than was indicated by EBITDA due to an increase in net financial revenues, because of the increase in average net cash in 4Q05, when compared to 4Q04. This

increase in net financial revenue more than compensated the increase in the average rate of IR/CSLL (Income tax/social contribution).

Increase of the net average rate of IR/CSLL (income tax/social contribution) resulted primarily from the lower proportion of goodwill amortization on the income tax and social contribution calculation base and an increase in losses, generated in the international operations as a result of the opening of new subsidiaries.

In 2005, net income amounted to R\$396.9 million (R\$300.3 million in 2004). Earnings per share, excluding treasury shares, was of R\$4.67 in 2005 (R\$3.54 in 2004), 31.8% growth.

> INVESTMENTS

Investments in 2005 totaled R\$111.6 million, main highlights were: (i) conclusion of new vertical warehouse, (ii) acquisition of third automatic separation line – picking and (iii) increase in manufacturing capacity and production process automation.

For 2006 estimated investments will total R\$180 million. The main investments scheduled for 2006 are: (i) increase in manufacturing capacity, (ii) flexibilization and expansion of our logistics capacity (investments in lines 1 and 2 for separation of orders), (iii) construction of a new R&D center and (iv) new IT projects.

The table below shows real capacity for FY05 against expected capacity for FY06, in manufacturing and separation of orders.

> Capacity (million of units)

	manufacture	separation
2005	290	320
2006E	370¹	345

(1) The amount for 2006 includes the estimated outsourcing of shampoo production capacity during the year.

> INTERNATIONAL OPERATIONS

>> Argentina, Chile and Peru

> Financial Highlights - Argentina, Chile and Peru (US\$ million)

	4Q05	4Q04	% change	2005	2004	% change
Units sold - items for resale (in million)	2.2	1.4	54.9%	7.0	4.7	49.6%
Net Revenues	8.9	5.8	53.1%	27.8	18.5	50.2%
Income (loss) from operations	-1.1	-1.0	-	-3.6	-3.1	-
<i>Operating margin</i>	<i>-12.9%</i>	<i>-17.5%</i>	-	<i>-12.9%</i>	<i>-16.7%</i>	-

Note: Figures shown on the table above do not include Mexico and Venezuela operations. Structuring expenses regarding new operations in other Latin America countries were excluded (US\$1.1 million in 2005 and US\$0.2 million in 2004).

4Q05 gross revenues from **Argentina, Chile and Peru** operations grew, in dollars, by 53.7%. Considering the growth in local currency weighted by the share in dollars of each operation, the growth reached 51.1% in 4Q05.

In 2005, gross revenues from these operations grew, in dollars, by 50.3%. Considering the growth in local currency weighted by the share in dollars of each operation, the growth reached 45.4%.

The number of consultants in these operations grew by 37.7%. Productivity measured by revenues per average active consultant, grew by 3.0% in local currency, an important result given that, when there is a considerable growth in the distribution base, the hiring of new sales consultants reduces the channel's average productivity.

Operating loss in dollar grew by 16.1%, climbing from US\$3.1 million in 2004 to US\$3.6 million in 2005. Despite an increase in losses, in absolute terms, operating margin improved under the compared periods. It is worth noting that this increase in sales did not help to reduce the overall loss, as the company continued to invest heavily in the development of new sales sectors. It is expected that the combination of these operations reach breakeven at the end of 2007.

>> Other Operations

France

In April 2005, Natura inaugurated its store in Paris and results are in accordance with the company's expectations, which represents good acceptance towards the brand in France.

In 2006 we hope to expand our portfolio of products and start tests on a direct sales distribution model that will be adapted to the conditions in that market.

Mexico

Mexican operation started up in August 2005 and results, in this early beginning of activities, are in accordance with the company's expectations.

Venezuela and Colombia

Next steps for Natura's international expansion process in Latin America include the beginning of activities in Venezuela in May 2006 and in Colombia in earlier 2007.

>> International expansion process

In 2005, international expansion process generated investments of R\$37.8 million (2004: R\$12.2 million). This amount was slight lower than the estimated of R\$41.0 million. These amounts refer to the consolidated loss from already existing operations (Argentina, Chile and Peru), added to losses from new operations (Mexico and France) and the impact of the change in exchange rate when translating the balance sheets of subsidiary companies.

In 2006 investments in the international expansion process will be shown after deduction of the profit on exports from Brazil to our international operations. If we were to consider this profit the investment in 2005 reduces from R\$37.8 million to R\$31.8 million and in 2006, using the same basis, the company estimate is R\$35.0 million.

> CASH FLOW

2005 gross cash generation¹ stood at R\$483.5 million, up 25.4% over the same period last year. Of this total, R\$36.3 million were allocated to working capital, long-term assets and liabilities and R\$111.6 million to CAPEX. Use of working capital was concentrated basically on financing accounts receivable and stocks, as a direct result of the increase in sales in the period. 2005 free cash flow² was of R\$335.6 million.

Note 1: (Net income) + (Adjustments to reconcile net income to net cash provided by operating activities).

Note 2: (Net cash provided by operating activities) - (net cash used in investments activities).

> DIVIDENDS AND INTEREST ON CAPITAL

On February 21, 2006, the Board of Directors approved the proposal to be subject at the Annual General Meeting to be held on March 29, 2006, regarding the payment of dividends and interest on capital, referring to 2005 earnings results, amounting to R\$285.2 million and R\$34.2 million (R\$29.1 million net of income tax retained at source), respectively.

Of the total amount, the company already paid, on August 16, 2005, dividends and interest on capital referring to 1H05 earnings result, totaling R\$90.4 million and R\$13.4 million (R\$11.4 million net of income tax retained at source), respectively. The remaining balance, which will be paid on April 4, 2006, to be ratified by Annual General Meeting, is of: (i) dividends amounting to R\$194.8 million and (ii) gross interest on capital of R\$20.8 million (R\$17.7 million net of income tax retained at source).

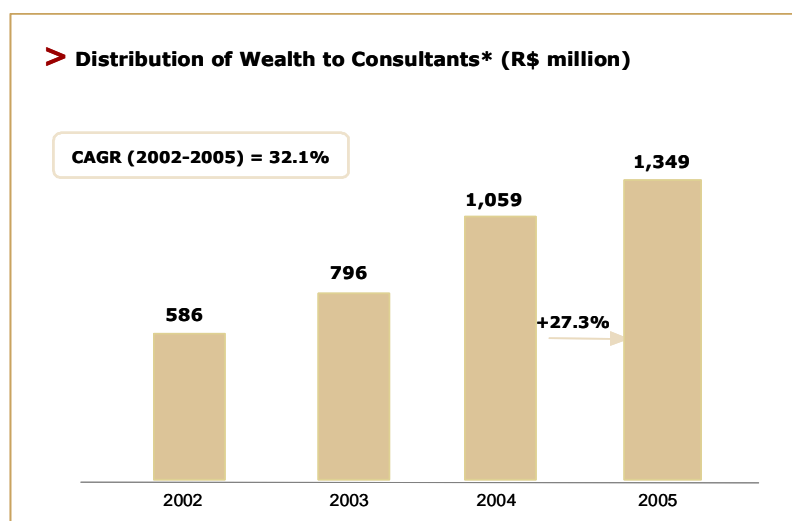
These 2005 dividends and interest on capital will result in a net yield of R\$3.70 per share (2004: R\$2.50 per share), which represents 95.2% of free cash generation¹ (106.5% in 2004) and 80.5% of the net income for 2005 (72.1% in 2004).

Note 1: (Net cash provided by operating activities) – (net cash used in investing activities).

> SOCIAL CORPORATE RESPONSIBILITY

The year's social highlight was the mobilization of consultants (male and female) towards Young and Adult Education (EJA), a Ministry of Education program supported by Natura. As a result, 65,000 individuals above the age of 15 were sent back to primary school nationwide. Consultants were also encouraged to persuade their clients to purchase product refills, thus reusing the original packaging. As a result, refill volume increased from 15.3% of total products, in 2004, to 17.4%, reducing the average environmental impact of packaging in Brazil. Another important event was the official installation of the Cajamar Agenda 21 Permanent Forum following joint efforts by company representatives, the local community and the municipal government.

The graph below shows total distribution of wealth to Consultants, which reached R\$1.3 billion in 2005.



(*) Consultants at Argentina, Brazil, Chile and Peru.

As holders of the ISO 14001 Certificate, we are permanently concerned with and constantly channel resources into improving environmental conditions in our production procedures. In 2005 we exceeded several environmental targets. Water consumption per product unit sold fell by 5.6% over 2004; the average water re-use index increased from 39.5% to 55%; and energy consumption per unit sold dropped 8.5%. The share of incinerated to total waste fell from 5.4% to 2.8%; the ratio of waste sent to a landfill dropped from 21.2% to 16.1%; and the recycled percentage climbed from 73.4% to 81.8%. Total waste generated per unit sold grew by 8.2%, due to increased use of the Cajamar site and, especially, the increase in scrap volume.

As a consequence of our constant pursuit of excellence, we were also granted the NBR ISO 9001 Certificate in 2005. Yet another major achievement was Natura's official recognition as a "renowned trademark" by INPI (National Institute of Industrial Property). Such trademarks are of unquestioned marketplace authority and prestige and have achieved household-name status thanks to their tradition, proven quality and the trust they inspire. As a result, our trademark is protected throughout every area of economic activity, not only in the cosmetics sector.

Natura was also considered to be the country's 4th most valuable brand name and first among non-financial entities by the Instituto InterBrand and the magazine IstoÉ Dinheiro.

> CONFERENCE CALL & WEBCAST

Portuguese: Thursday, February 23, 2006
08:00AM – US EST
In Brazil: 11-4613-0501
International: 1-412-858-4600

English: Thursday, February 23, 2006
10:00AM – US EST
In Brazil: 11-4613-0501
International: 1-412-858-4600

Live webcast will be available at: www.natura.net/investor

ANNEX 1 – STATEMENT OF INCOME (CONSOLIDATED)

(in R\$ million)	4Q05	% NR	4Q04	% NR	% change	2005	% NR	2004	%NR	% change
Gross sales to domestic market	1,000.6	97.2%	783.3	97.8%	27.7%	3,149.7	97.1%	2,472.0	97.3%	27.4%
Gross sales to foreign market	28.6	2.8%	17.7	2.2%	62.0%	92.6	2.9%	66.8	2.6%	38.7%
Other sales	0.4	0.0%	0.3	0.0%		1.3	0.0%	0.8	0.0%	61.8%
GROSS OPERATING REVENUES	1,029.7	100.0%	801.3	100.0%	28.5%	3,243.6	100.0%	2,539.7	100.0%	27.7%
Taxes on sales, returns and rebates	(303.7)	-29.5%	(237.5)	-29.6%	27.9%	(961.4)	-29.6%	(770.0)	-30.3%	24.9%
NET OPERATING REVENUES	725.9	100.0%	563.8	100.0%	28.8%	2,282.2	100.0%	1,769.7	100.0%	29.0%
Cost of sales	(231.9)	-31.9%	(179.2)	-31.8%	29.5%	(731.1)	-32.0%	(575.3)	-32.5%	27.1%
GROSS PROFIT	494.0	48.0%	384.6	68.2%	28.4%	1,551.0	68.0%	1,194.4	67.5%	29.9%
OPERATING (EXPENSES) INCOME										
Selling	(220.7)	-30.4%	(164.4)	-29.2%	34.2%	(709.2)	-31.1%	(535.9)	-30.3%	32.3%
General and administrative	(88.2)	-12.2%	(76.7)	-13.6%	15.0%	(276.1)	-12.1%	(216.9)	-12.3%	27.3%
Management & employee profit sharing	(0.8)	-0.1%	(3.7)	-0.7%	-77.8%	(28.6)	-1.3%	(31.6)	-1.8%	-9.6%
Management compensation	(5.5)	-0.8%	(5.6)	-1.0%	-3.0%	(12.3)	-0.5%	(11.8)	-0.7%	4.2%
Other operating expenses, net	2.2	0.3%	-	0.0%		(3.2)	-0.1%		0.0%	
INCOME FROM OPERATIONS BEFORE FINANCIAL EFFECTS	181.0	24.9%	134.2	23.8%	34.9%	521.6	22.9%	398.2	22.5%	31.0%
Financial expenses	(7.1)	-1.0%	(8.6)	-1.5%	-18.2%	(43.5)	-1.9%	(38.2)	-2.2%	13.8%
Financial income	15.2	2.1%	4.4	0.8%	245.9%	54.7	2.4%	35.4	2.0%	54.6%
INCOME FROM OPERATIONS	189.1	26.0%	129.9	23.0%	45.6%	532.9	23.3%	395.4	22.3%	34.8%
Nonoperating income, net	1.1	0.2%	0.0	0.0%		(1.2)	-0.1%	(0.9)	0.0%	43.1%
INCOME BEFORE DEBENTURES PARTICIPATION	190.2	26.2%	129.9	23.0%	46.4%	531.6	23.3%	394.5	22.3%	34.7%
Debentures participation	-	0.0%	-	0.0%		-	0.0%	(7.2)	-0.4%	
INCOME BEFORE TAXES ON INCOME	190.2	26.2%	129.9	23.0%	46.4%	531.6	23.3%	387.3	21.9%	37.2%
Income and social contribution taxes	(51.8)	-7.1%	(30.5)	-5.4%	69.8%	(134.7)	-5.9%	(87.1)	-3.4%	54.7%
NET INCOME BEFORE MINORITY INTEREST	138.5	19.1%	99.4	17.6%	39.2%	396.9	17.4%	300.3	17.0%	32.2%
Minority interest	0.0	0.0%	0.0	0.0%	-53.5%	(0.0)	0.0%	0.0	0.0%	
NET INCOME	138.5	19.1%	99.4	17.6%	39.2%	396.9	17.4%	300.3	17.0%	32.2%
Depreciation	12.7	1.8%	8.5	1.5%	49.5%	44.0	1.9%	34.3	1.9%	28.2%
EBITDA	194.9	26.8%	142.7	25.3%	36.6%	564.4	24.7%	431.7	24.4%	30.8%

ANNEX 2 – BALANCE SHEET (12/31/2005 AND 12/31/2004)

(in R\$ million)

ASSETS	12/31/05	12/31/04	LIABILITIES	12/31/05	12/31/04
CURRENT ASSETS			CURRENT LIABILITIES		
Cash and banks	56.2	29.6	Loans and financing	68.3	62.4
Cash investments	330.2	202.0	Domestic suppliers	148.0	89.3
Trade accounts receivable	316.3	250.1	Foreign suppliers	4.1	4.2
Inventories	152.3	122.0	Payroll and related charges	73.1	67.6
Recoverable taxes	24.0	18.2	Tax payable	89.1	62.4
Advances to employees	5.3	6.9	Dividends	195.1	113.6
Related parties	-	-	Interest on capital	17.7	13.6
Deferred income & social contribution taxes	25.8	21.6	Freights payable	13.8	10.0
Other receivables	14.8	6.1	Other provisions	9.0	4.8
Total current assets	924.9	656.4	Other payables	13.6	12.8
			Reserve for losses on swap contracts	2.7	6.1
			Total current liabilities	634.5	446.9
LONG-TERM ASSETS			LONG-TERM LIABILITIES		
Receivables from shareholders	0.1	0.2	Loans and financing	119.2	72.0
Tax incentives	9.6	3.8	Reserve for contingences	90.6	59.6
Deferred income & social contribution taxes	29.3	21.3	Other payables	3.2	1.9
Escrow deposits	29.5	24.3	Total long-term liabilities	213.0	133.4
Other receivables	0.5	2.9			
Cash investments	4.0	-	MINORITY INTEREST	0.0	0.0
Total long-term assets	73.0	52.5			
			SHAREHOLDER'S EQUITY		
PERMANENT ASSETS			Capital	230.8	230.8
Investments	5.8	8.7	Capital reserves	120.7	113.1
Property, plant and equipment	365.3	298.8	Profit reserves	170.7	93.3
Total permanent assets	371.0	307.5	Treasury shares	(0.8)	(1.1)
			Total shareholders' equity	521.4	436.1
TOTAL ASSETS	1,368.9	1,016.4	TOTAL LIABILITIES	1,368.9	1,016.4

ANNEX 3 – STATEMENT OF CASH FLOW (CONSOLIDATED)

(in R\$ million)	2005	2004
CASH FLOWS FROM OPERATING ACTIVITIES		
Net income	396.9	300.3
Adjustments to reconcile net income to net cash provided by operating activities:		
Depreciation and amortisation	44.0	34.3
Monetary and exchange variations, net	3.9	8.8
Reserve for losses on swap and forward transactions	12.1	4.2
Reserve for contingencies	21.6	31.6
Reserve for obsolete inventories	1.9	7.0
Other reserves	11.8	1.4
Deferred income and social contribution taxes	(12.2)	(9.6)
Proceeds from sale and disposal of permanent assets	2.2	1.8
Debentures participation, net of taxes	-	5.7
Minority interest	0.0	(0.0)
	482.4	385.6
(INCREASE) DECREASE IN ASSETS		
Current assets:		
Accounts receivable	(66.2)	(68.5)
Inventories	(32.3)	(49.7)
Other receivables	(0.2)	0.5
Long-term assets:		
Escrow deposits	(2.7)	(9.1)
Other receivables	(1.6)	0.1
Subtotal	(103.0)	(126.6)
INCREASE (DECREASE) IN LIABILITIES		
Current liabilities:		
Suppliers	51.2	31.5
Payroll and related charges	7.1	24.0
Taxes payable	14.1	(20.7)
Other payables	(5.9)	(6.2)
Long-term liabilities:		
Other payables	1.3	(1.4)
Subtotal	67.8	27.2
NET CASH PROVIDED BY OPERATING ACTIVITIES	447.2	286.2
CASH FLOWS FROM INVESTING ACTIVITIES		
Purchase of property, plant and equipment	(111.6)	(76.9)
Investments	-	(6.2)
NET CASH USED IN INVESTING ACTIVITIES	(111.6)	(83.1)
FINANCING ACTIVITIES		
Decrease - short-term loans	(75.1)	(47.9)
Increase - long-term loans	120.4	38.8
Payment of dividends	(203.8)	(130.0)
Payment of interest on capital	(30.1)	(11.4)
Others	0.7	-
Sale of treasury share	4.9	0.6
Payment of receivables from shareholders	2.3	-
NET CASH USED IN FINANCING ACTIVITIES	(180.7)	(149.9)
Merger of Natura Empreendimentos S.A. & Natura Participações S.A., net assets	-	42.3
NET INCREASE IN CASH AND BANKS	154.8	95.5
Cash and banks at the beginning of year	231.6	136.1
Cash and banks at the end of year	386.4	231.6
CHANGE IN CASH AND BANKS	154.8	95.5
SUPPLEMENTARY CASH FLOW DISCLOSURE:		
Income and social contribution taxes paid	111.6	84.4
Interest on paid on loans and financing	6.6	12.1
Swap and forward contracts paid	15.5	9.2



> INVESTOR RELATIONS

Contacts: 5511-4446-2180

Helmut Bossert, helmutbossert@natura.net

Ricardo Capella, ricardocapella@natura.net

Sandra Matsumoto, sandramatsumoto@natura.net

This press release contains forward-looking statements. Such statements are not statements of historical fact, and reflect the beliefs and expectations of the Natura's management. The words "anticipates", "wishes", "expects", "estimates", "intends", "forecasts", "plans", "predicts", "projects", "targets" and similar words are intended to identify these statements, which necessarily involve known and unknown risks and uncertainties. Known risks and uncertainties include, but are not limited to, the impact of competitive products and pricing, market acceptance of products, product transitions by the Company and its competitors, regulatory approval, currency fluctuations, production and supply difficulties, changes in product sales mix, and other risks. This press release also includes pro-forma information prepared by the Company for information and reference purposes only, which has not been audited. Forward-looking statements speak only as of the date they are made, and the Company does not undertake any obligation to update them in light of new information or future developments.