

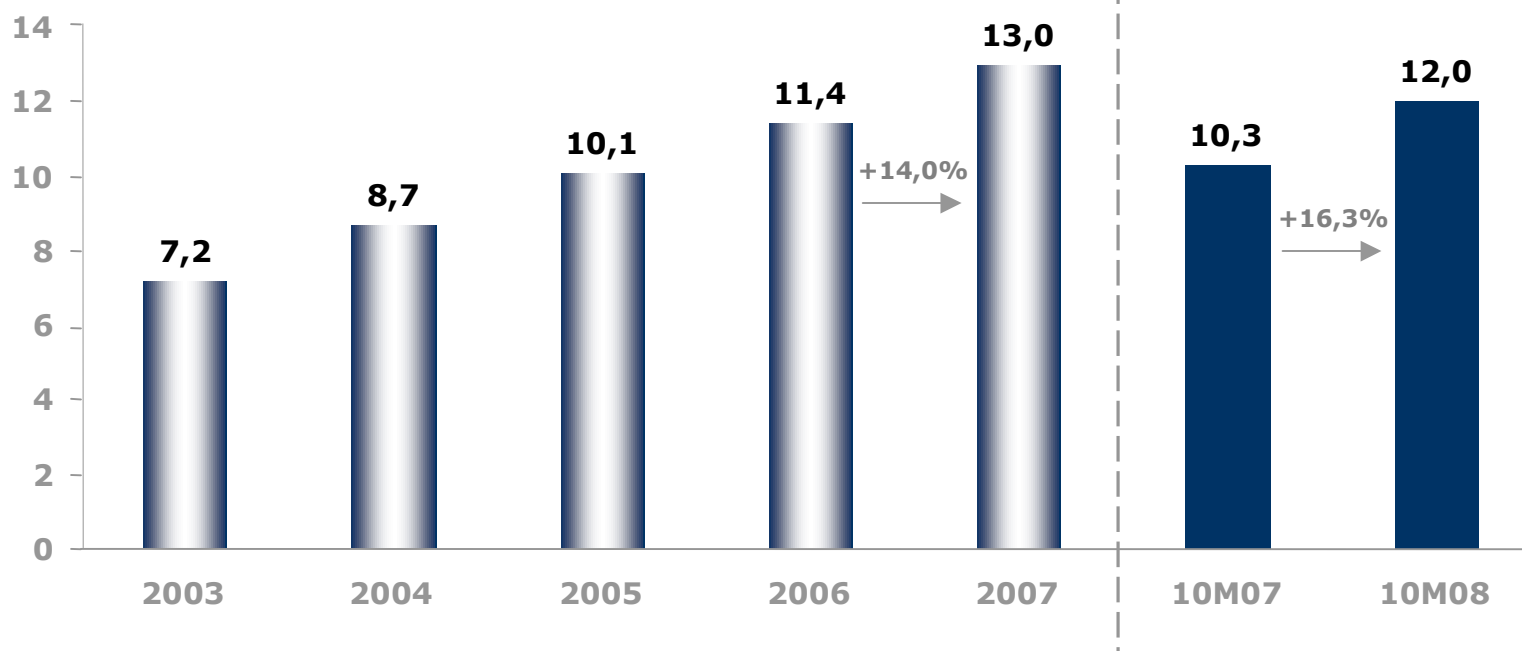
resultados 4T08

18 de fevereiro de 2008



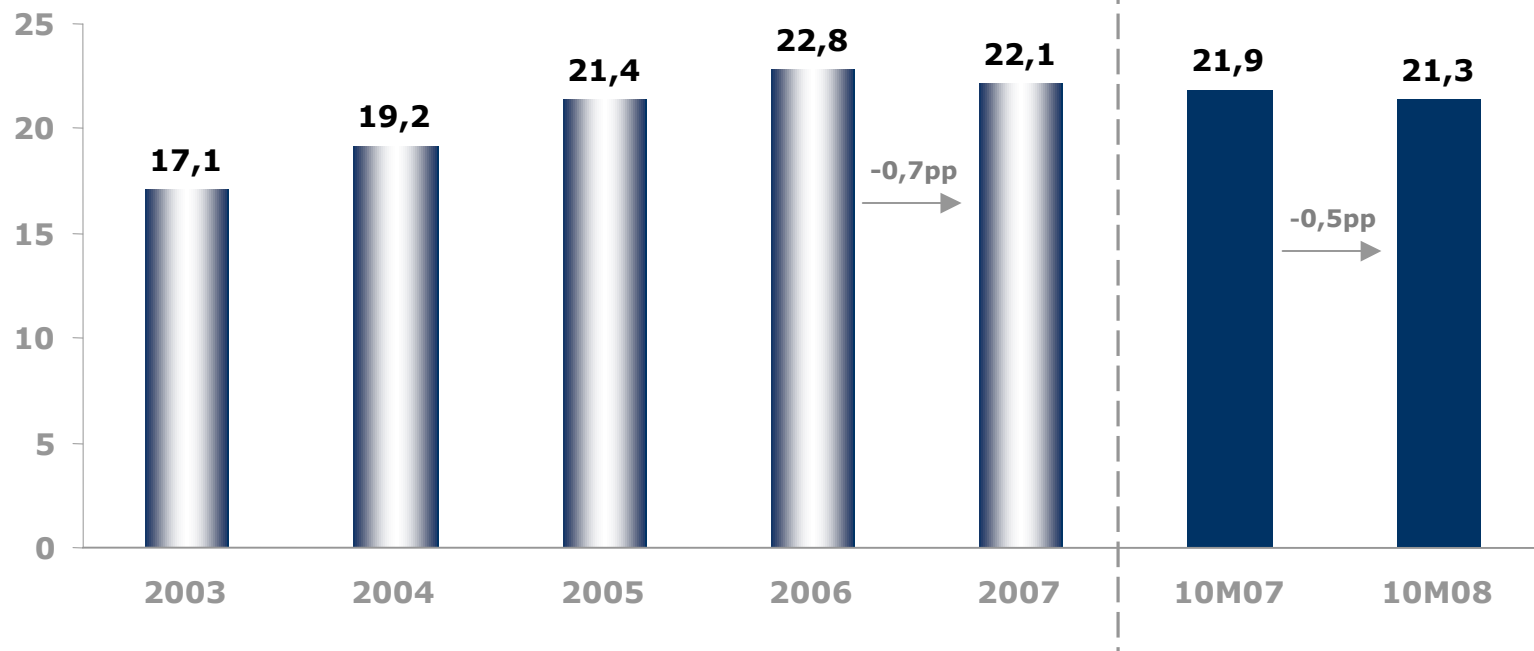
> Mercado Alvo¹ – Receita Líquida (R\$ bilhões, nominal)

CAGR (2003-2007) = 15,9%



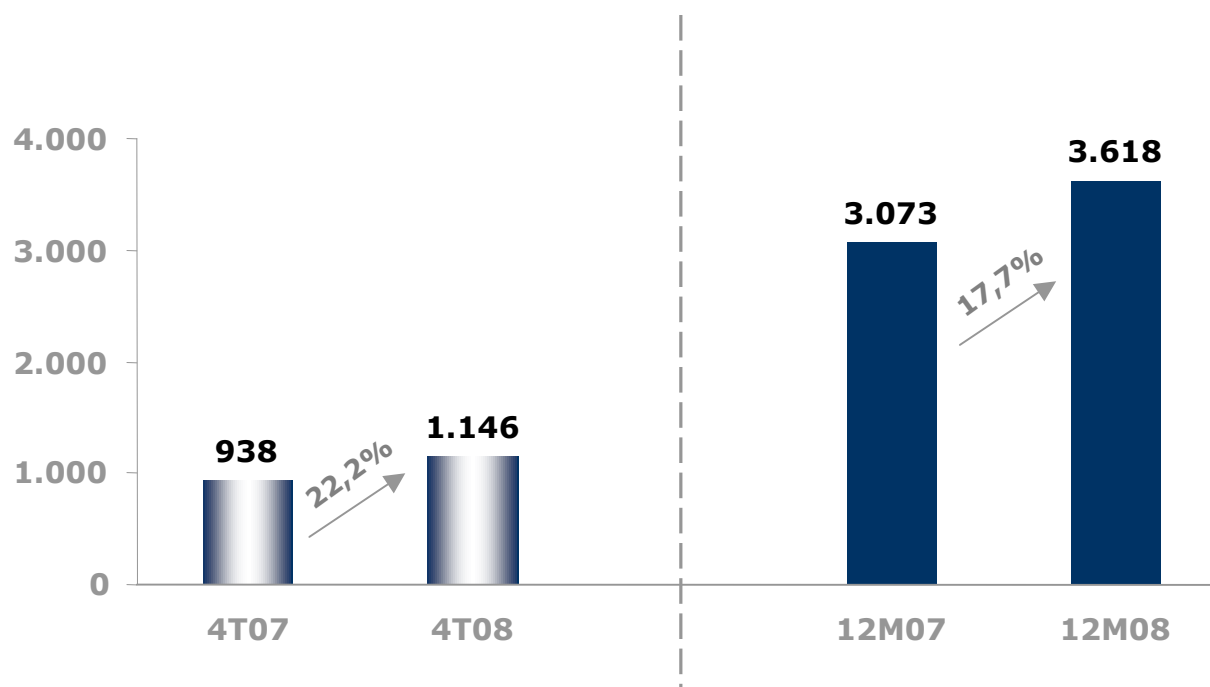
(1) Mercado Alvo: Cuidados com a Pele, Protetor Solar, Maquiagem, Perfumes, Fragrâncias, Cuidados para o cabelo, Creme de Barbear e Desodorantes. Não inclui Fraldas, Esmaltes para Unhas, Absorventes, Tinturas para Cabelos e Higiene Oral.
Fonte: Sipatesp e ABIHPEC.

> Market Share da Natura no Mercado Alvo¹ (%)

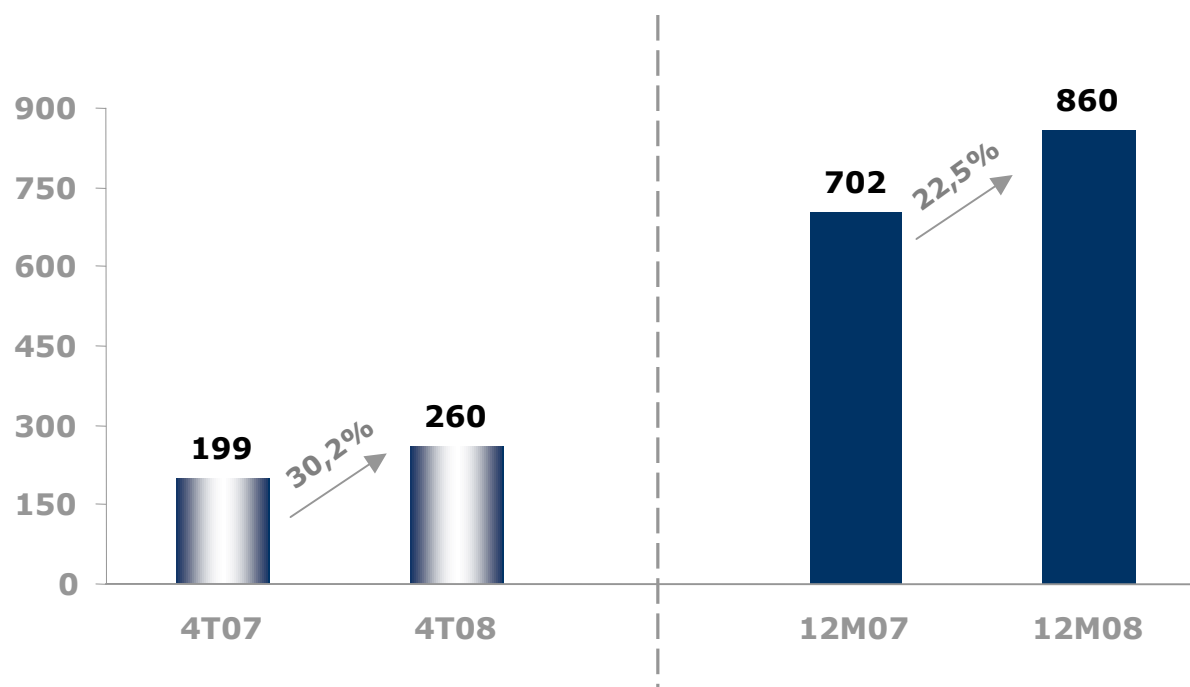


(1) Mercado Alvo: Cuidados com a Pele, Protetor Solar, Maquiagem, Perfumes, Fragrâncias, Cuidados para o cabelo, Creme de Barbear e Desodorantes. Não inclui Fraldas, Esmaltes para Unhas, Absorventes, Tinturas para Cabelos e Higiene Oral.
Fonte: Sipatesp e ABIHPEC.

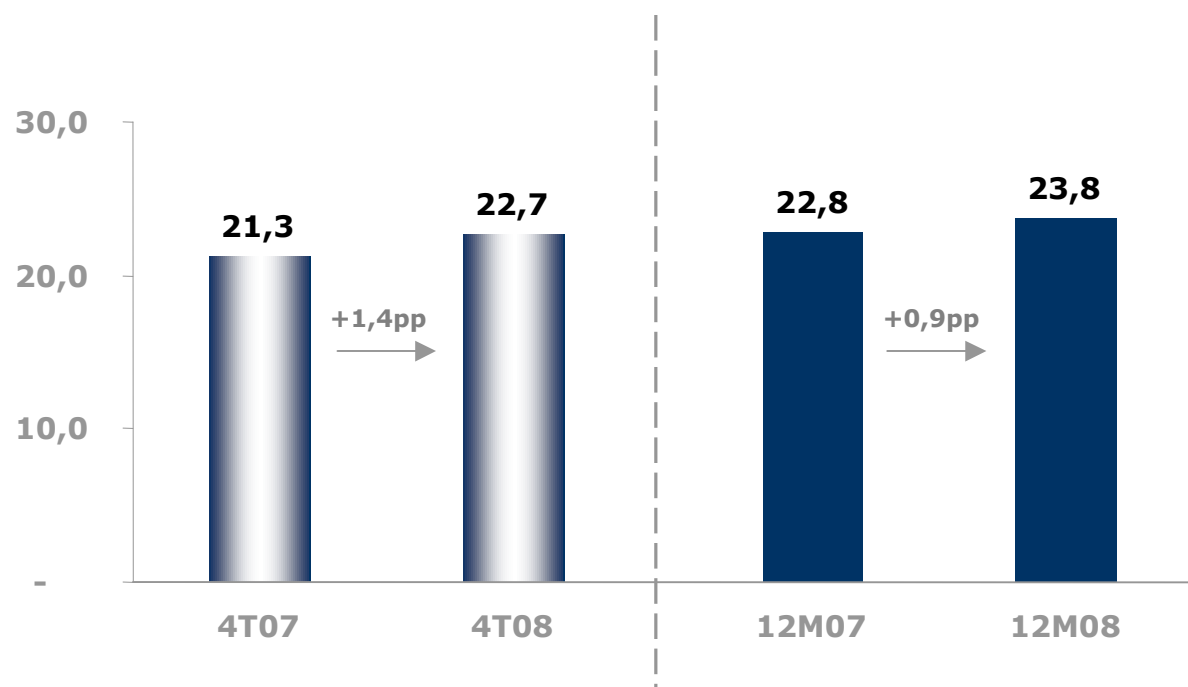
> Receita Líquida Consolidada (R\$ milhões)



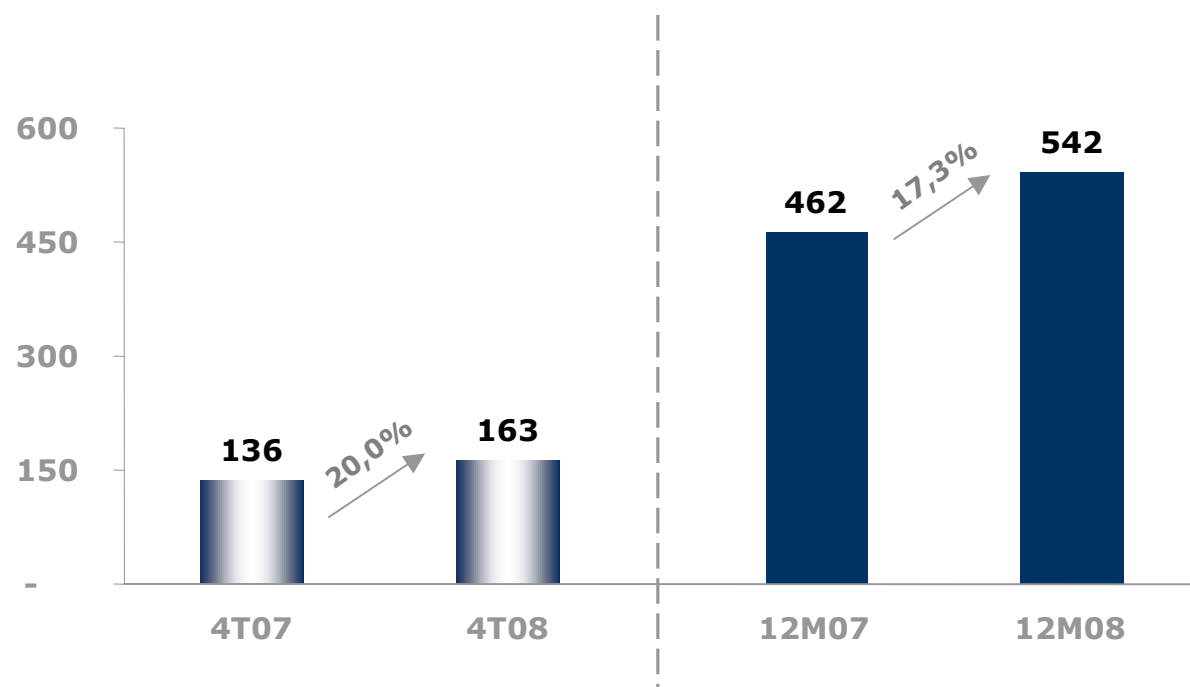
> EBITDA Consolidado (R\$ milhões)



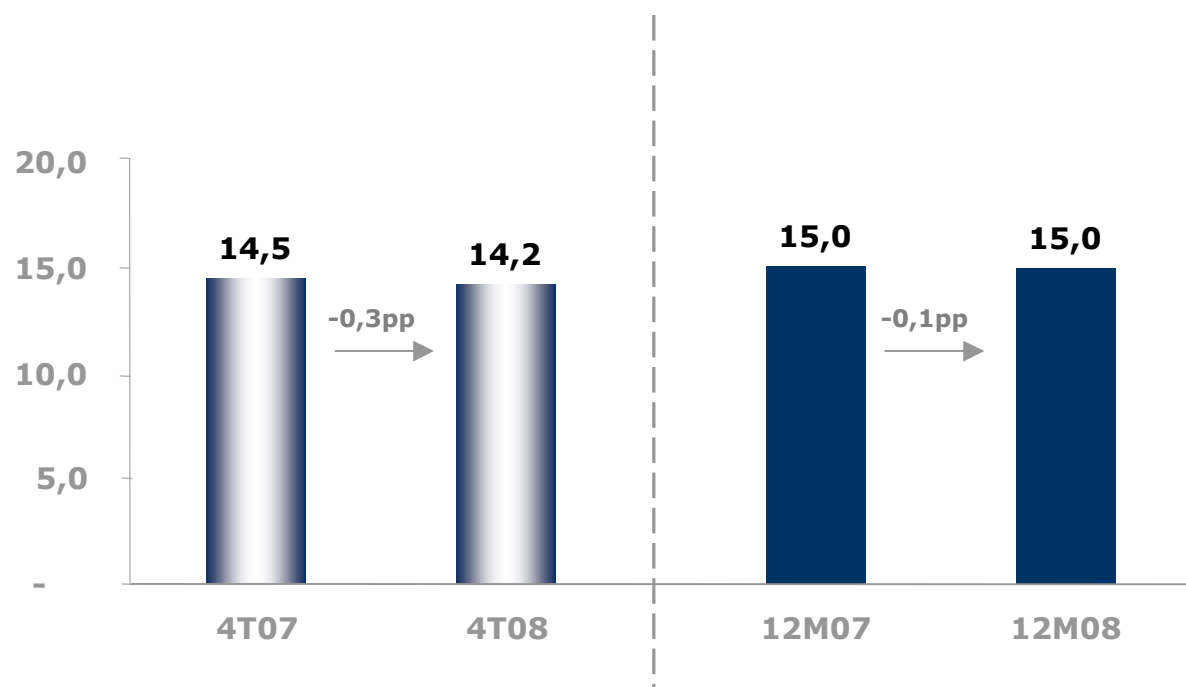
> Margem EBITDA Consolidada (%)



> Lucro Líquido Consolidado (R\$ milhões)



> Margem Líquida Consolidada (%)



> **Conciliação do EBITDA Consolidado** (R\$ milhões)



	12M08	12M07	Var R\$MM
EBITDA (de acordo com a Lei 6.404/76)	859,9	702,0	157,9
Administrativas e Gerais	(13,1)	3,6	(16,7)
EBITDA (de acordo com a Lei 11.638/07)	846,7	705,6	141,1

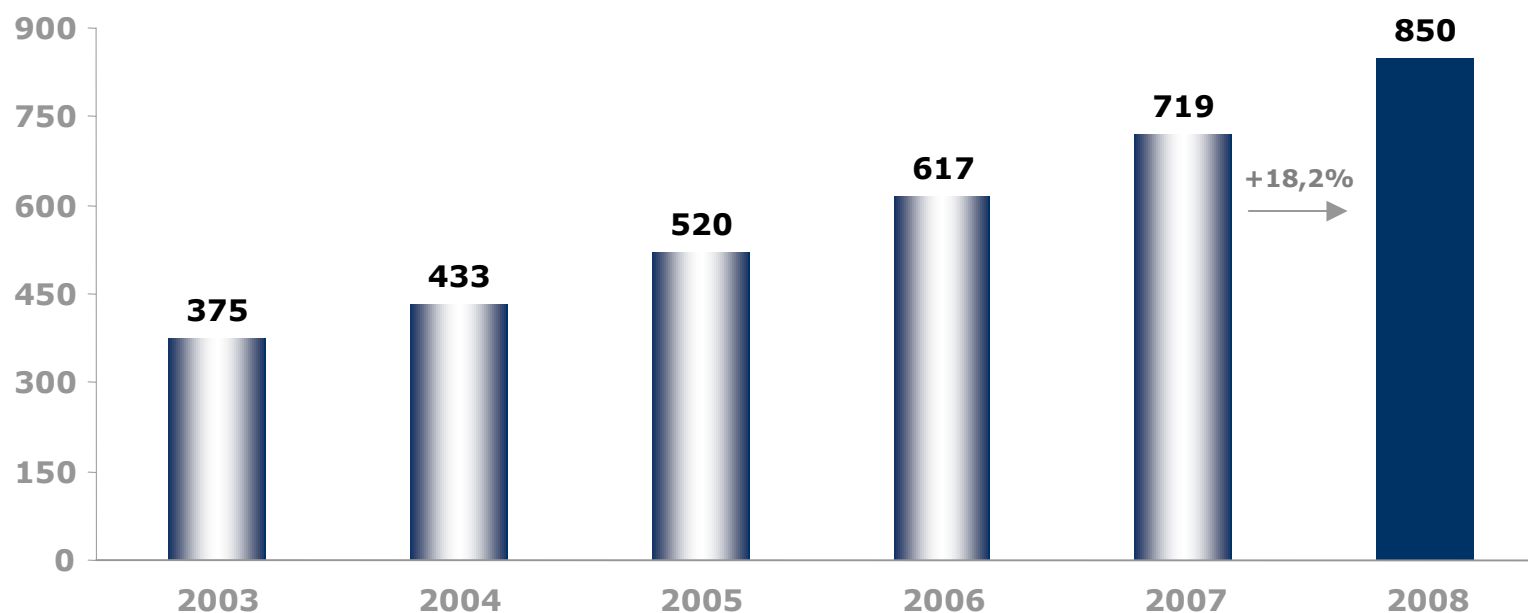
> Conciliação do Lucro Líquido Consolidado (R\$ milhões)



	12M08	12M07	Var R\$MM
LUCRO LÍQUIDO - Lei 6.404/76	542,2	462,3	80,0
Administrativas e Gerais	(13,1)	3,6	(16,7)
Amortização/Depreciação	(1,6)	(1,4)	(0,2)
Despesas financeiras	(14,5)	2,1	(16,6)
Imposto de renda e contribuição social	5,2	(1,1)	6,3
LUCRO LÍQUIDO - Lei 11.638/07	518,1	465,4	52,7

> **Número Total Consolidado de Consultoras¹** (milhares)

CAGR (2003-2008) = 17,8%



(1) Consultoras na Argentina, Brasil, Chile, Peru, México, Venezuela, Colômbia e França.
Posição ao final do ciclo 17 de vendas na operação Brasil, e do ciclo 17 de vendas nas operações internacionais.

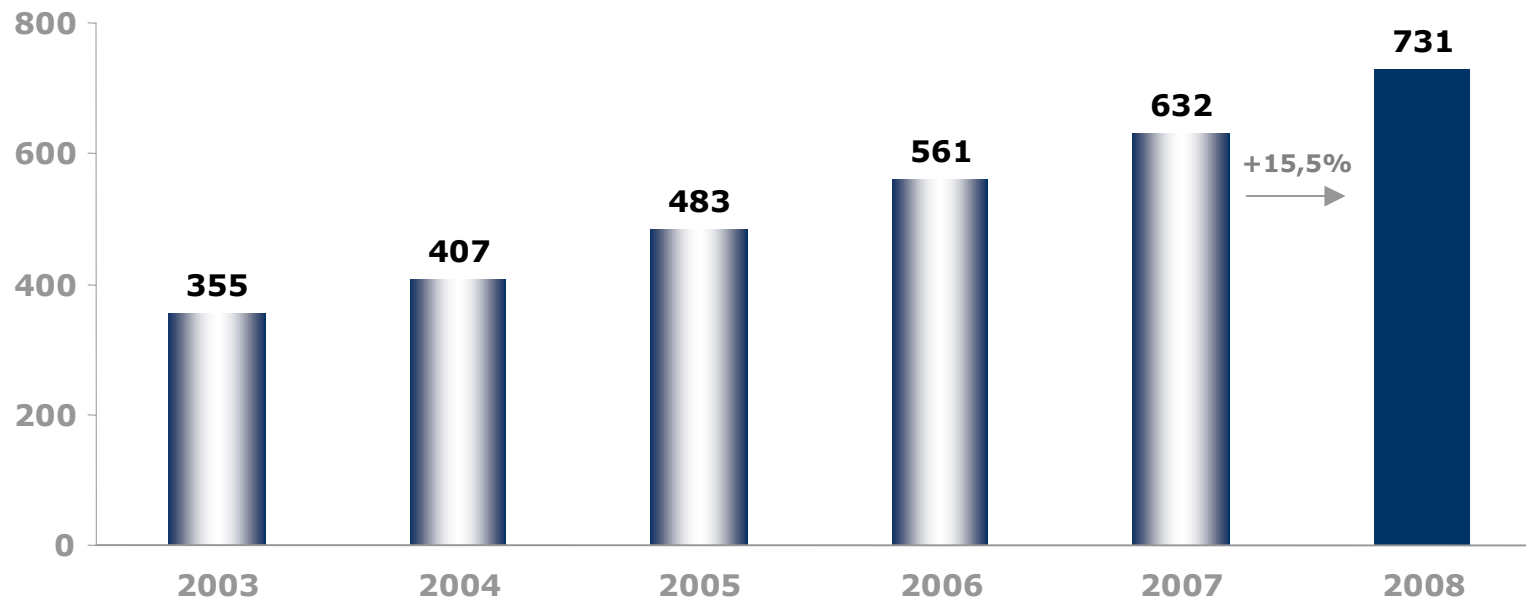



natura

anexos

> **Número Total de Consultoras Brasil¹** (milhares)

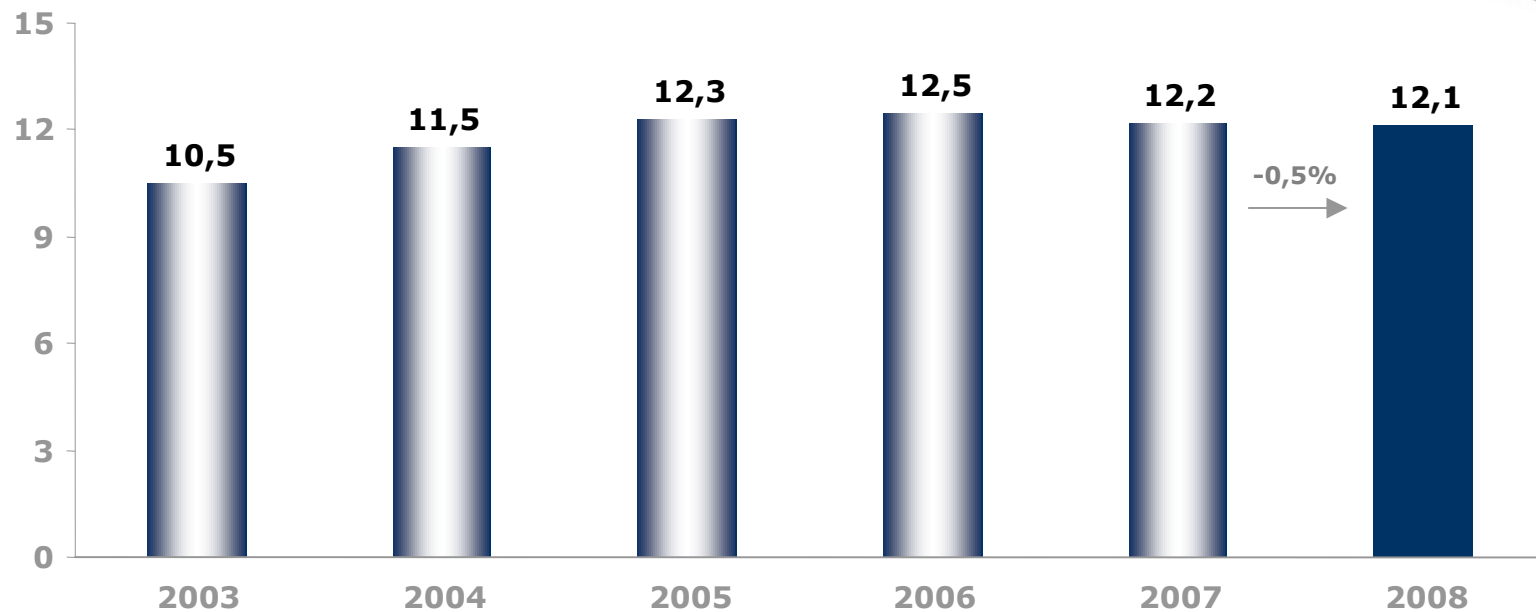
CAGR (2003-2008) = 15,5%



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

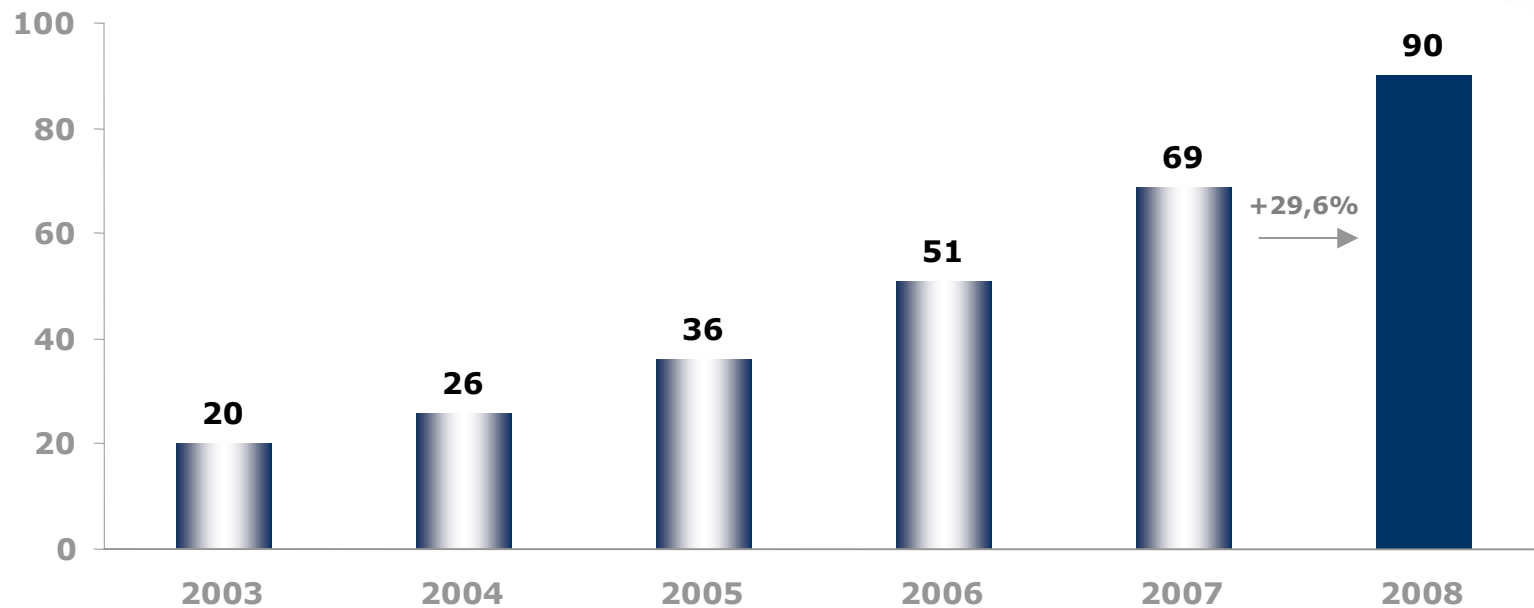
> **Produtividade Consultoras Brasil** (R\$ mil por consultora ativa média)

CAGR (2003-2008) = 2,9%



> Número Total de Consultoras Argentina, Chile e Peru¹ (milhares)

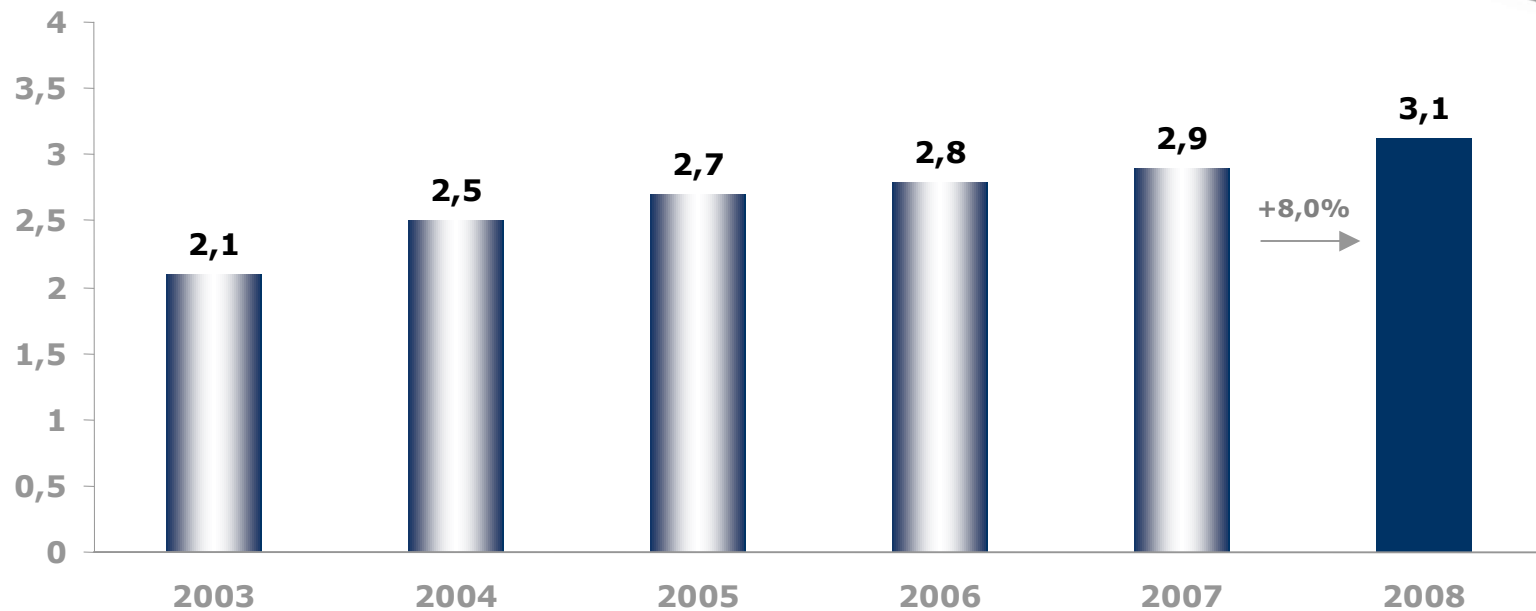
CAGR (2003-2008) = 35,1%



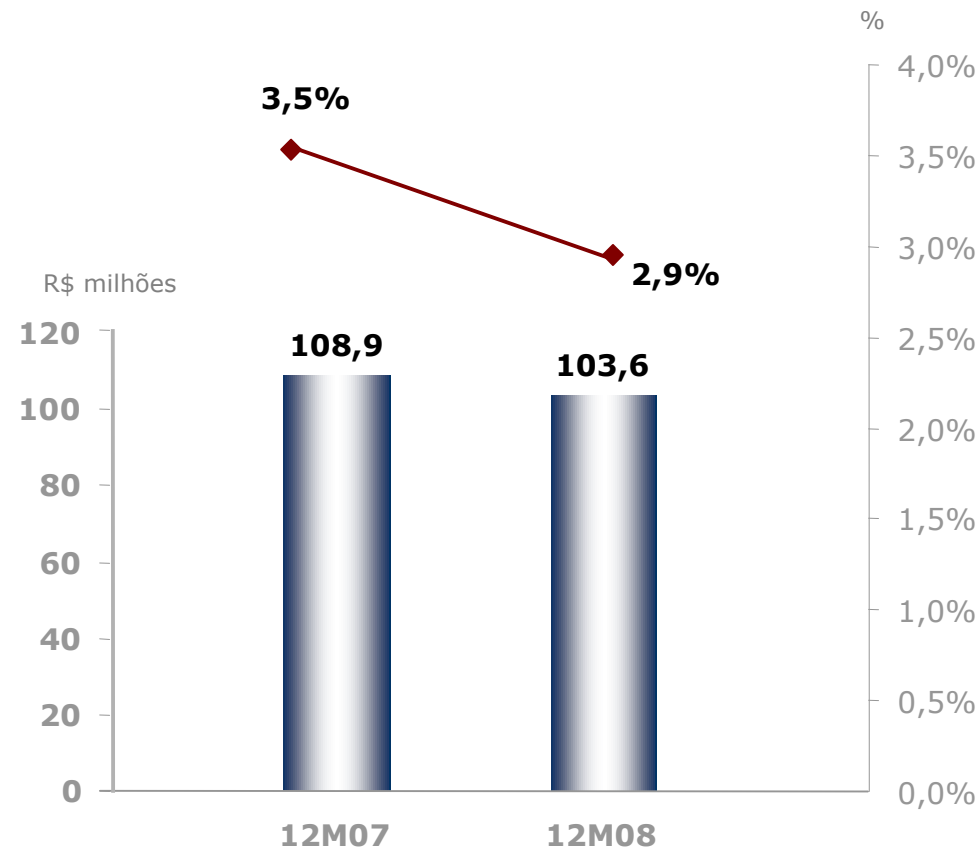
(1) Posição ao final do ciclo 17 de vendas.


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

CAGR (2003-2008) = 8,3%

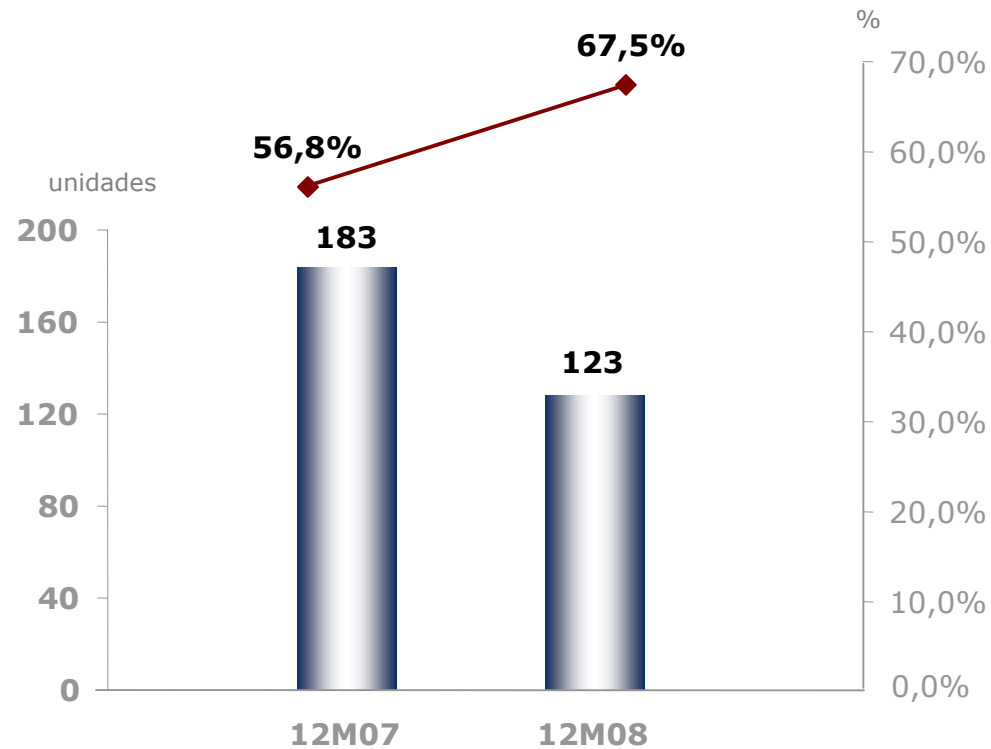


> Investimento em Inovação



— % da Receita Líquida  Investimento em inovação

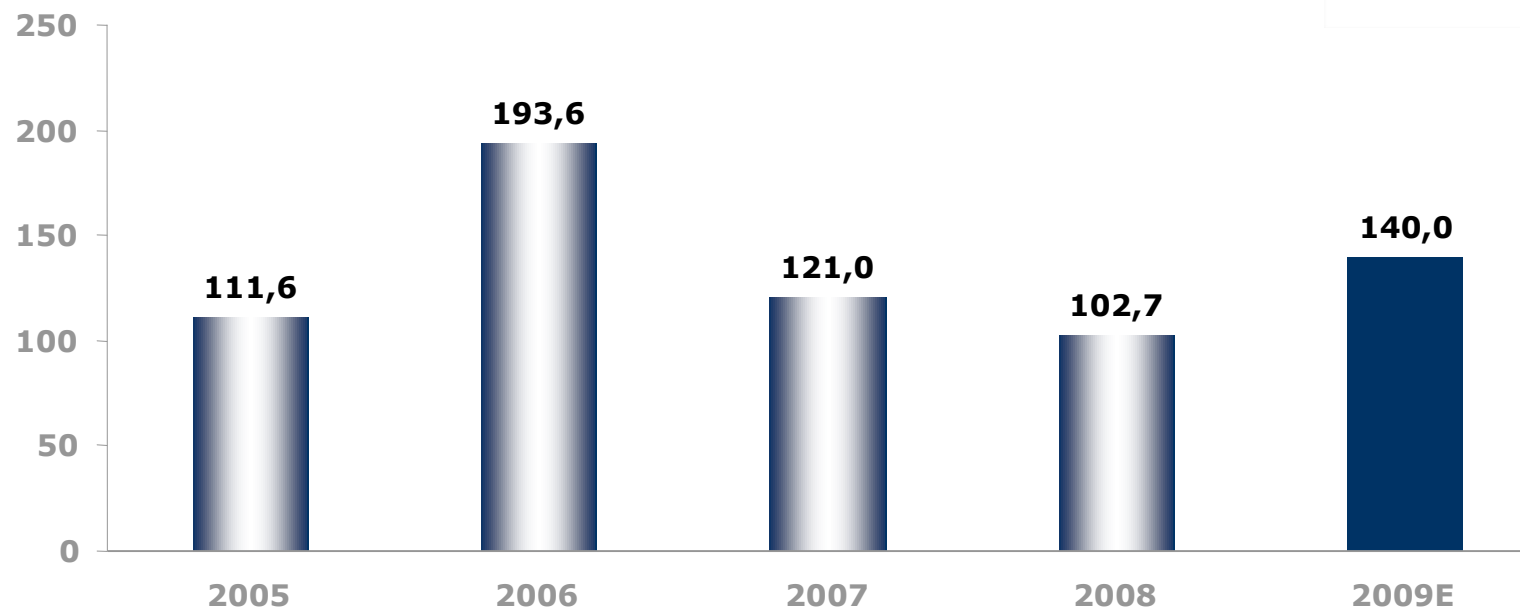
> Número de Lançamentos e Índice de Inovação Total (inovação + aperfeiçoamento)



— Índice de Inovação Total (%)

Investimento em Inovação

> **CAPEX** (R\$ milhões)



> Fluxo de caixa consolidado pró-forma - (R\$ milhões)

	12M08	12M07	Var %
Lucro líquido do período	542,2	462,3	17,3
(+) Depreciação / amortização	88,0	74,9	17,4
Geração interna de caixa	630,2	537,2	17,3
Capital de giro operacional*	29,7	(207,2)	
Outros ativos e passivos**	(56,2)	(34,6)	
Geração operacional de caixa	603,7	295,4	104,4
Aquisições de imobilizado	(102,7)	(124,1)	
Geração de caixa livre***	501,0	171,3	192,5

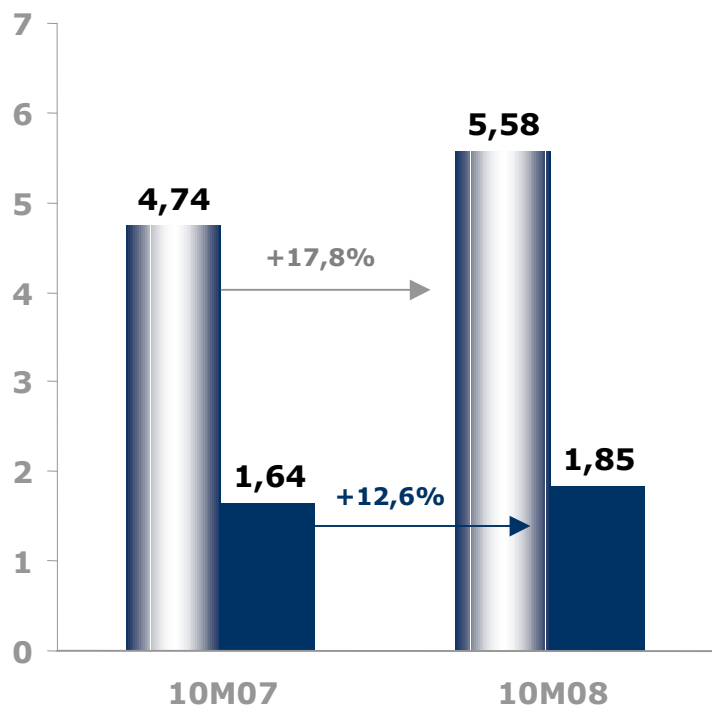


(1) Ativos - Contas a receber, estoques e impostos a recuperar de curto prazo. Passivos - fornecedores, salários, participações no lucro e encargos sociais, obrigações tributárias, provisões e fretes a pagar.

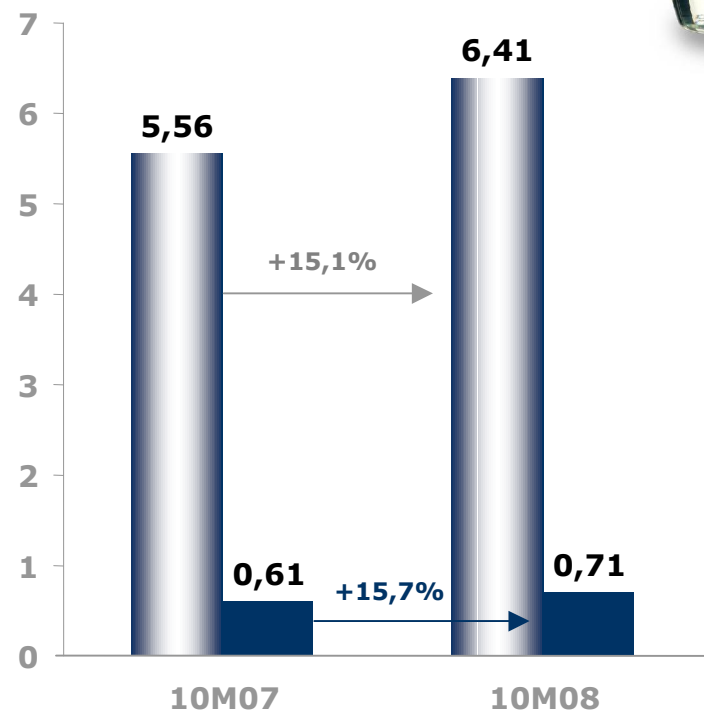
(2) Ativos - Adiantamento a colaboradores e fornecedores, imposto de renda e contribuição social diferidos de curto prazo, outros créditos e ativos realizáveis a longo prazo. Passivos - outros contas a pagar de curto e longo prazos e provisões para riscos tributários, cíveis e trabalhistas.

(3) (Geração interna de caixa) +/- (variações no capital de giro e realizável e exigível a longo prazo) - (aquisições de ativo imobilizado).

> Cosméticos e Fragrâncias (R\$ Bilhões)



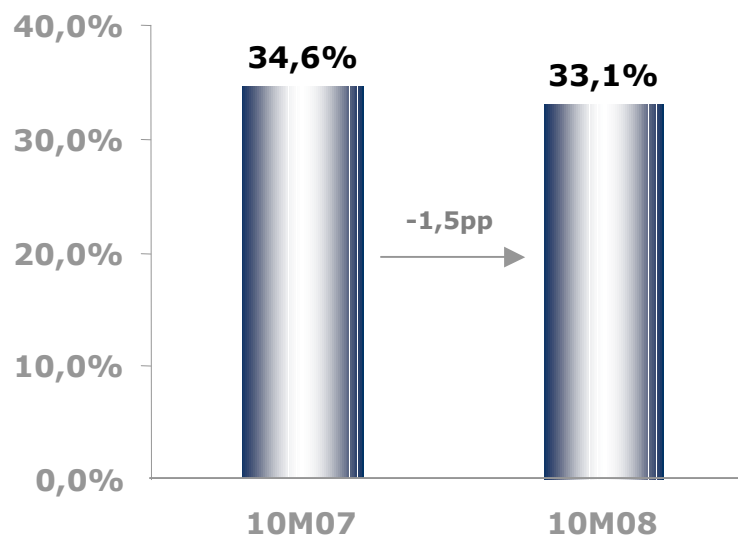
> Higiene Pessoal (R\$ Bilhões)



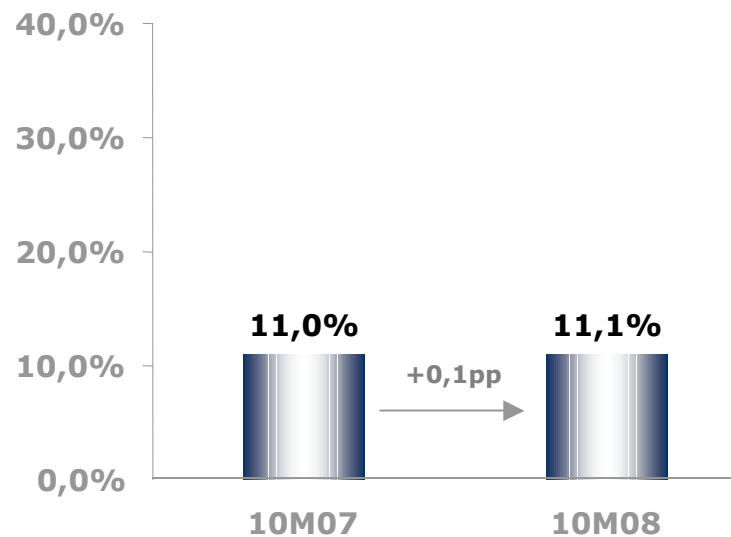
■ Mercado ■ Natura

(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 ABIHPEC.

> Cosméticos e Fragrâncias (%)



> Higiene Pessoal (%)



(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 ABIHPEC.

Os comentários apresentados aqui estão de acordo com a Lei nº 6.404/76 afim de obter comparabilidade do resultado não levando em consideração as alterações da Lei nº 11.638/07.

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