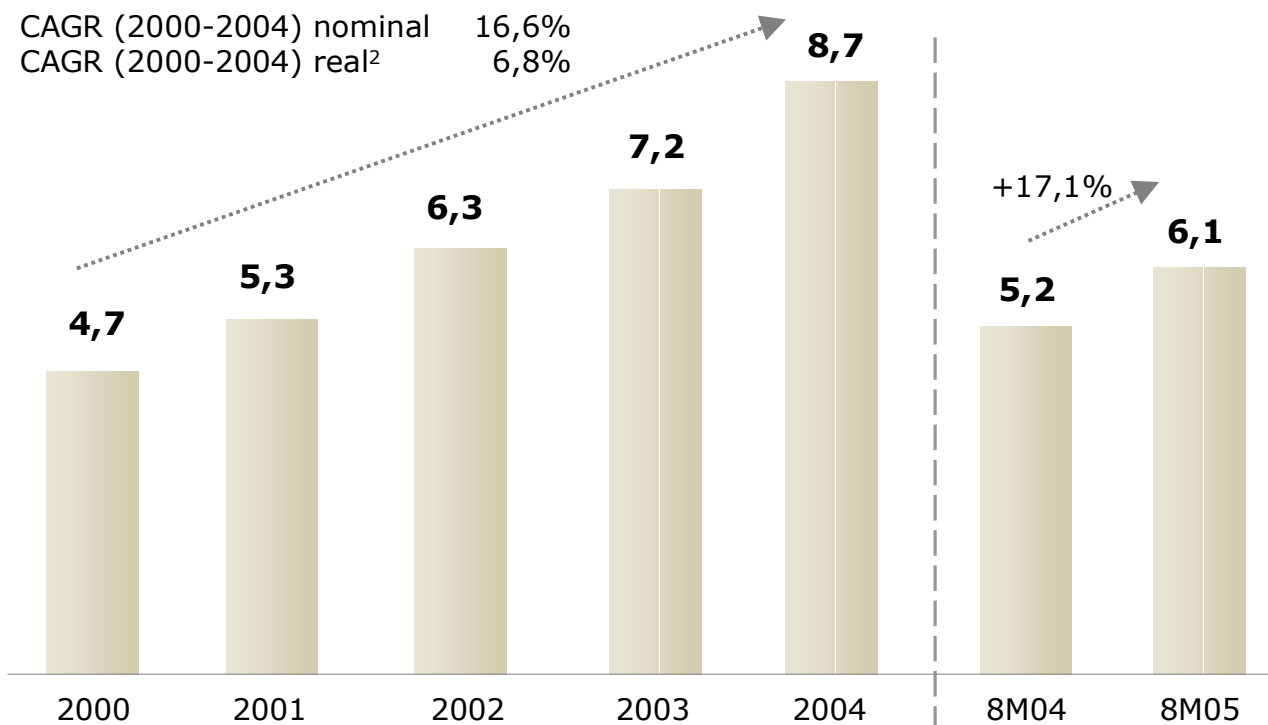




Resultados do 3T05

28 de outubro de 2005

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

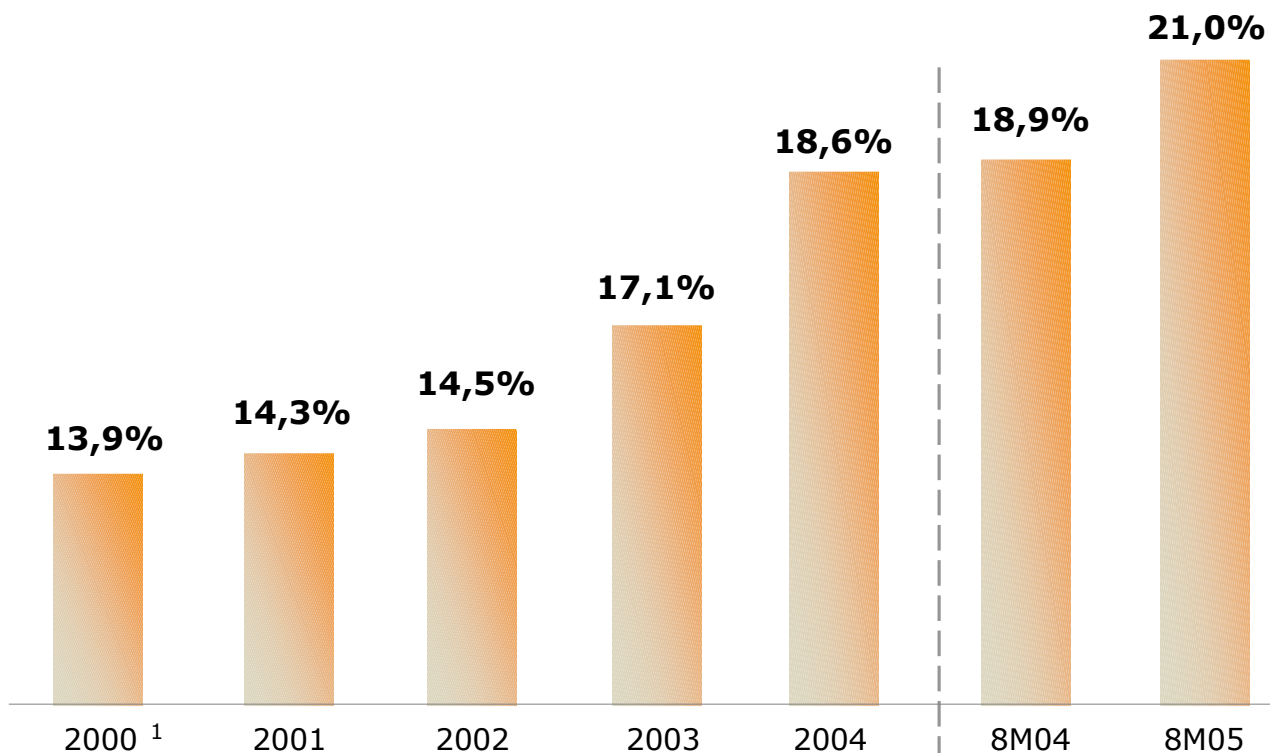


(1) Cuidados com a Pele, Protetor Solar, Maquiagem, Perfumes, Fragrâncias, Cuidados para o cabelo, Creme de Barbear e Desodorantes – não inclui Fraldas, Esmaltes para Unhas, Absorventes, Tinturas para Cabelos e Higiene Oral. Fonte: Sipatesp/ ABHIPEC
(2) Deflacionados pelo IPCA



histórico: market share Natura em relação ao mercado alvo CF&T- Brasil

Natura - Market Share (%)

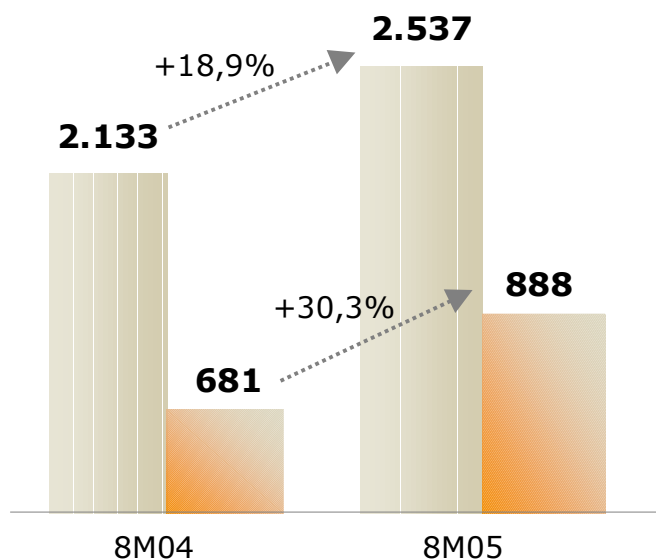


(1) Dados da Natura Empreendimentos.

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/ ABHIPEC

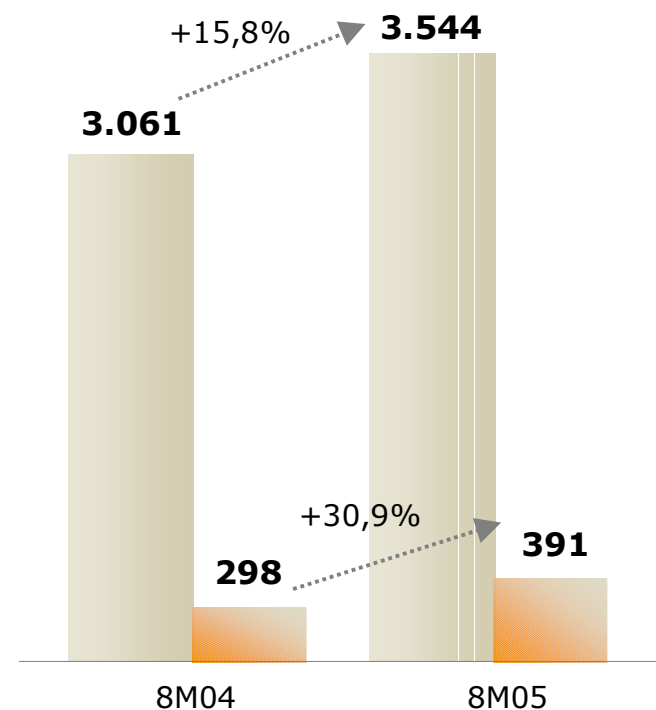
Cosméticos e Fragrâncias

R\$ milhões



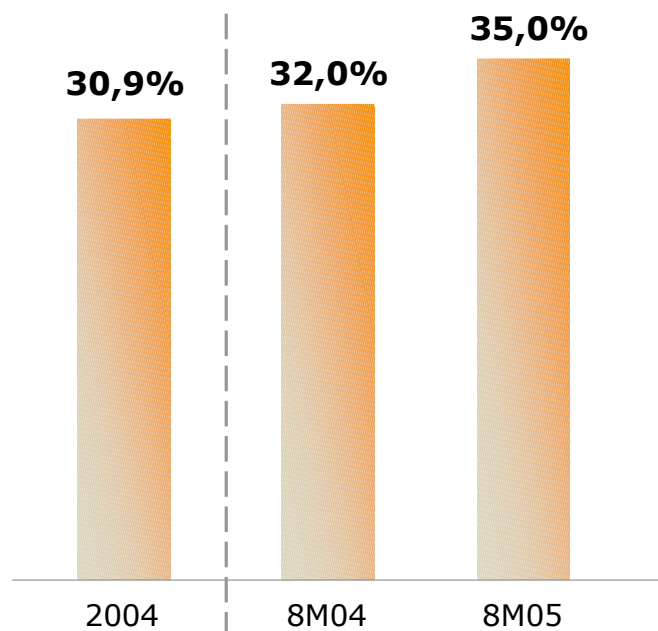
Higiene Pessoal

R\$ milhões

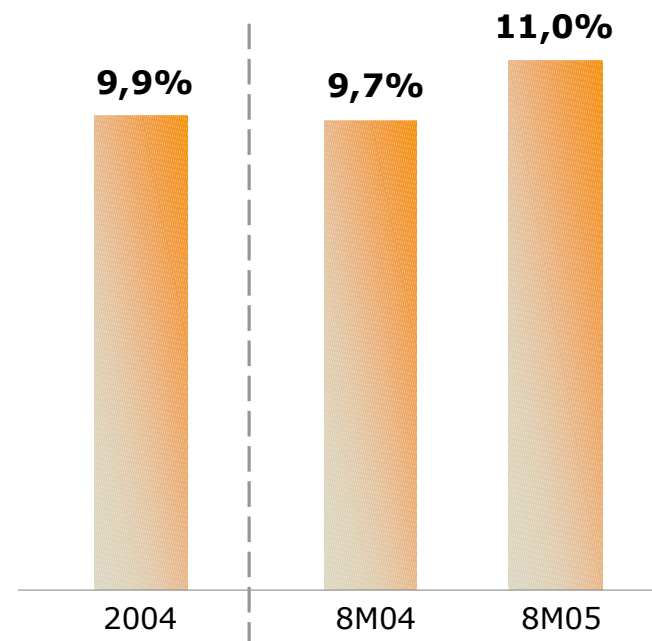


 Mercado
  Natura

Cosméticos e Fragrâncias - %



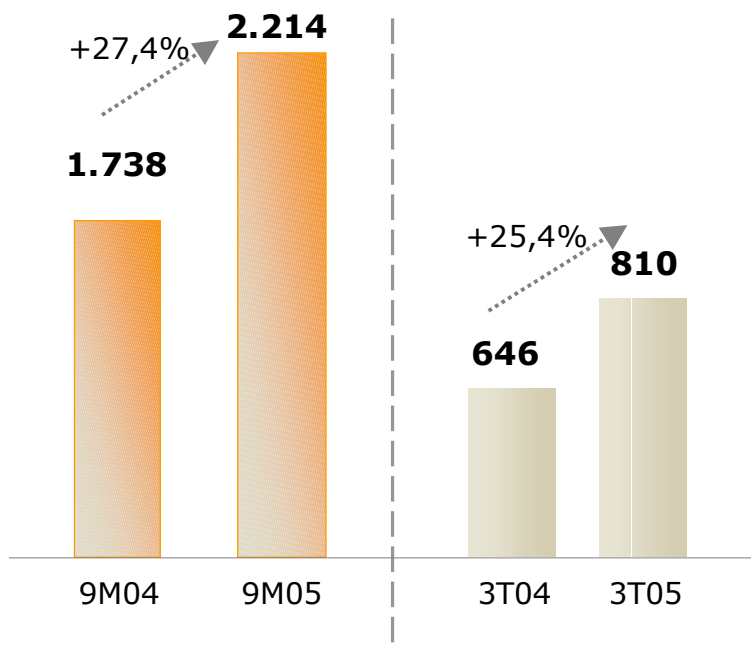
Higiene Pessoal - %



Receita Bruta Consolidada

R\$ milhões

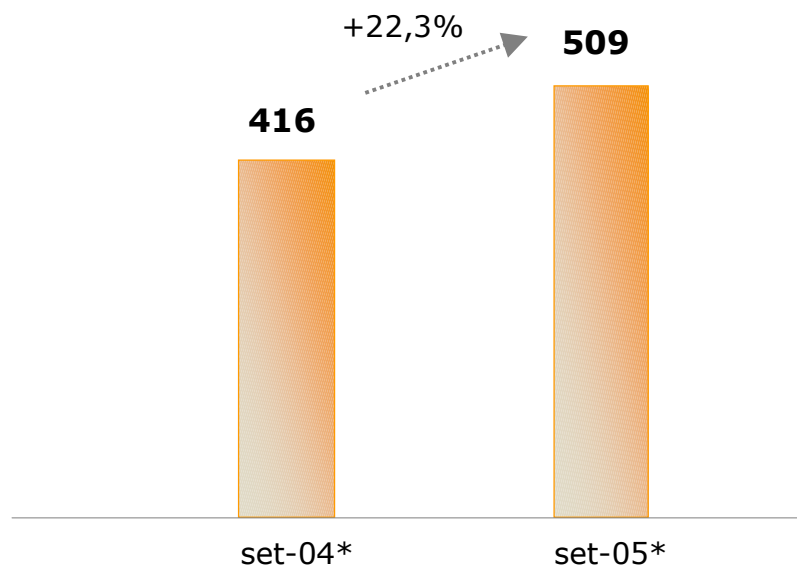
CAGR (2002-2004) = 34,2%



Total de Consultoras - Consolidado

em milhares

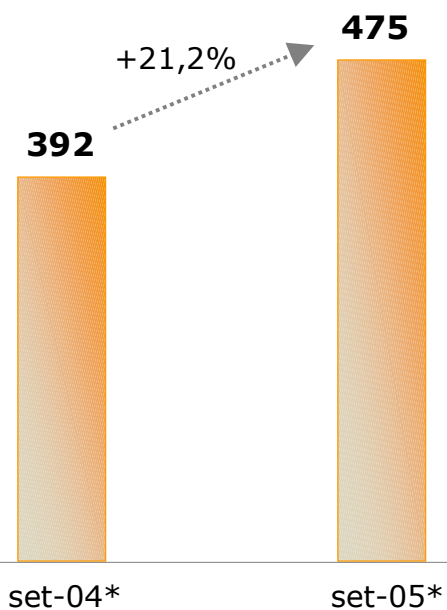
CAGR (2002-2004) = 16,1%



(*) número de consultoras ao final do ciclo 13 de vendas

Consultoras no Brasil em milhares

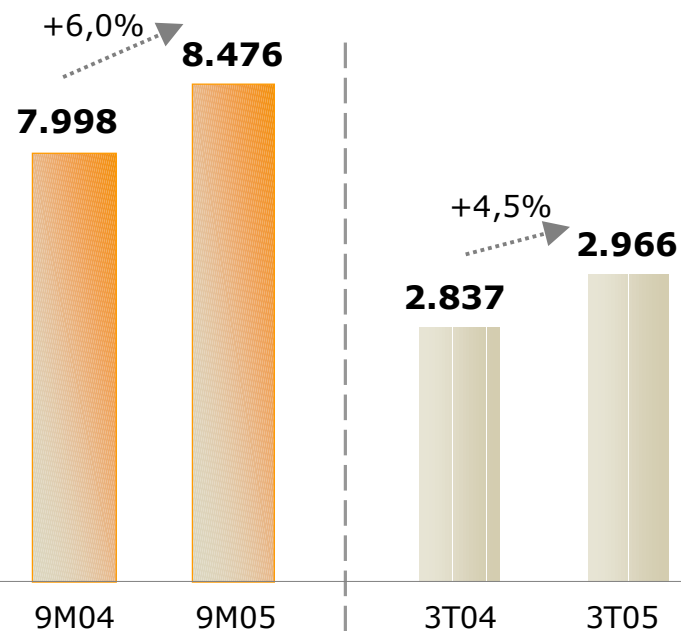
CAGR (2002-2004) = 15,1%



(*) número de consultoras ao final do ciclo 13 de vendas

Produtividade no Brasil¹ R\$ por consultora ativa média

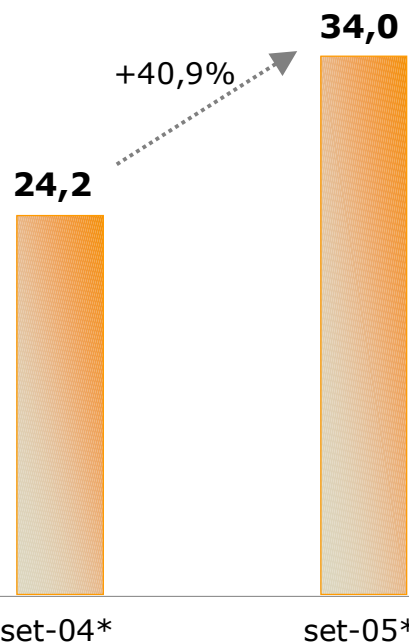
CAGR (2002-2004) = 13,0%



(1) Volume de negócios por consultora ativa média nos períodos.

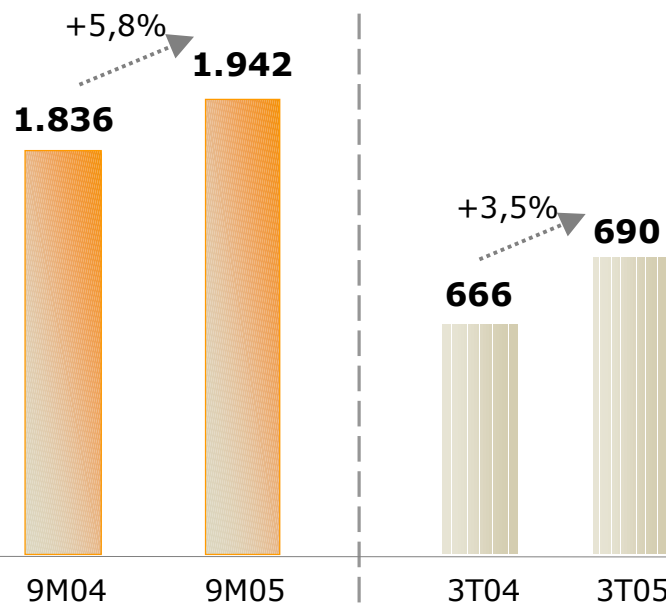
Consultoras¹ Operações Internacionais - milhares

CAGR (2002-2004) = 35,1%



Produtividade² Operações Internacionais - US\$

CAGR (2002-2004) = 24,9%



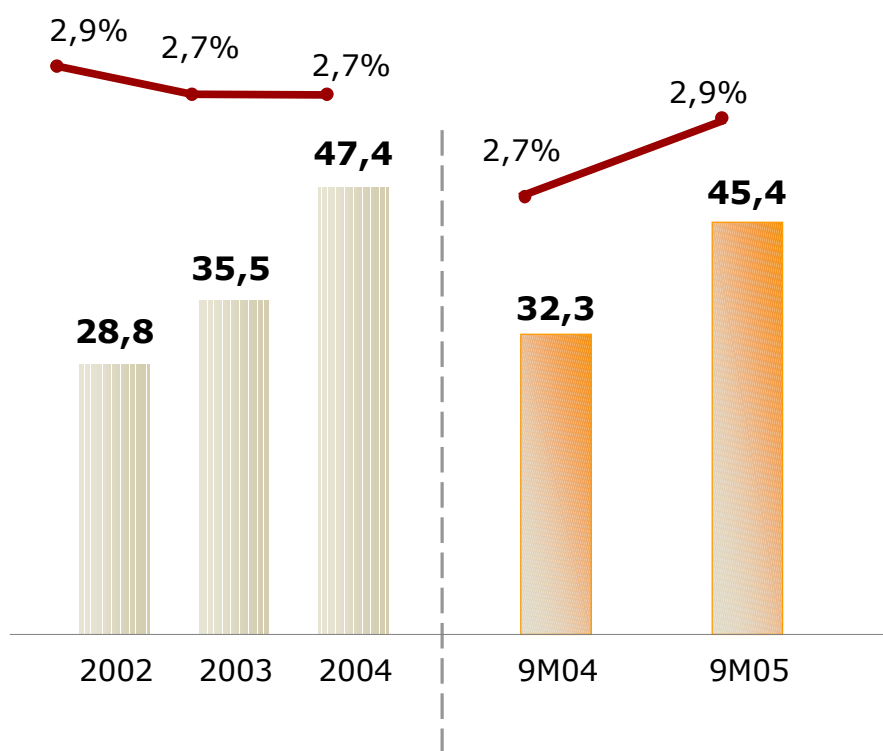
(*) número de consultoras ao final do ciclo 13 de vendas


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

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

Investimentos em Inovação

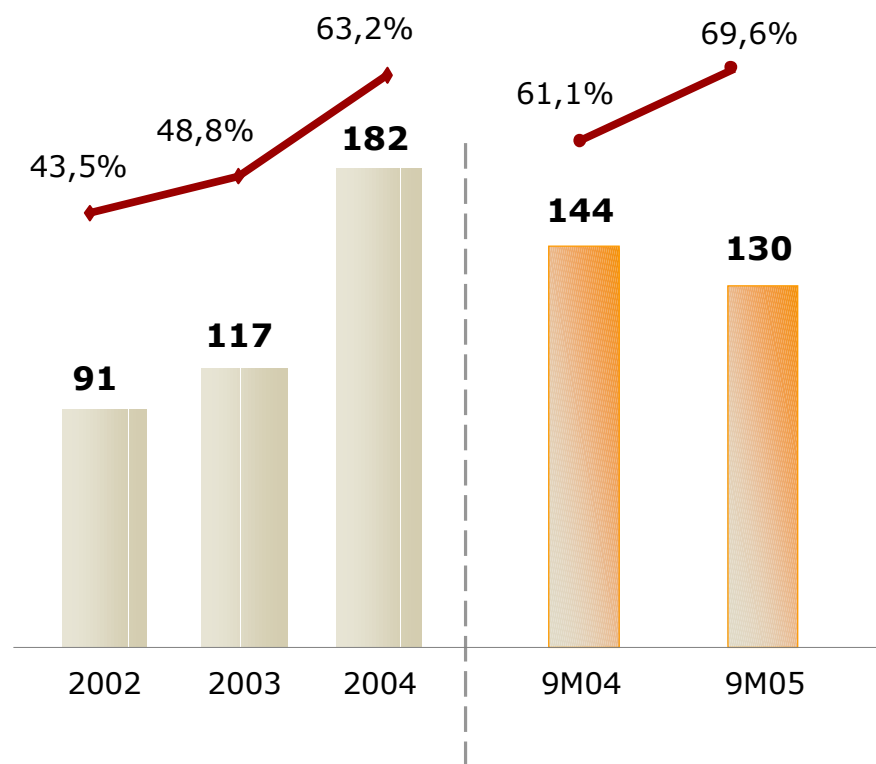
R\$ milhões




— % da Receita Líquida  Investimento em inovação

Número de Lançamentos e Índice de Inovação Total

(Inovação + Aperfeiçoamento)



— Índice de inovação total  Número de lançamentos

Resultados Sociais: Crer para Ver

Vendas de produtos da linha:

	9M05	9M04	05 x 04
Receita Bruta (R\$ milhões)	5,56	4,89	13,7%

Resultados Sociais: EJA

Número de Matrículas:

Matrículas efetivadas para o 2º semestre letivo:	35 mil	alunos
Matrículas efetivadas para o ano de 2005:	67 mil	alunos

Resultados Ambientais:

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

Impacto Ambiental Médio Natura (ACV)*

9M05	9M04
9,6	10,1

100 % dos produtos lançados com estudo de ACV de embalagem

% de refil sobre o total de itens faturados

9M05	9M04
16,5	16,1



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

Em R\$ milhões

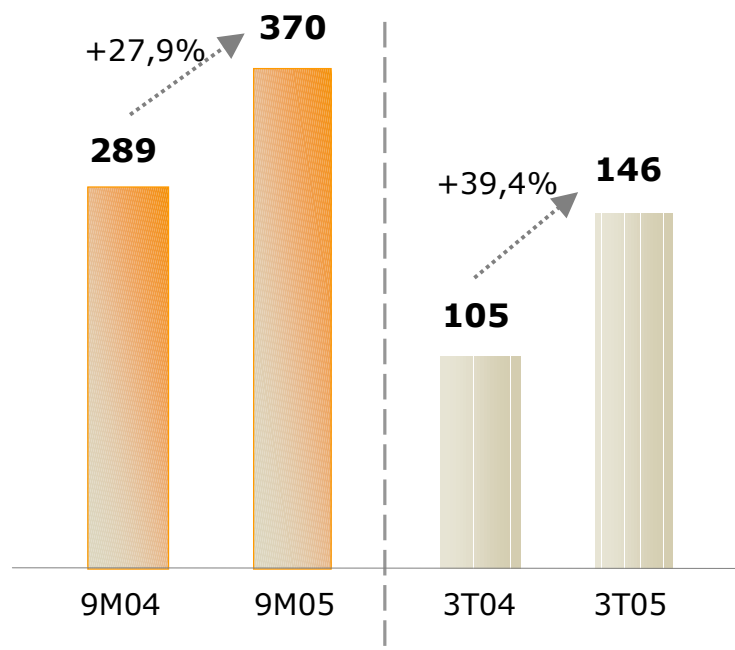
	3T05	3T04	variação %
Unidades de produtos para revenda Brasil- (milhões)	54,1	43,6	24,1
Receita líquida	571,4	448,2	27,5
Lucro bruto	391,7	306,3	27,9
<i>Margem (%)</i>	68,6	68,4	-
EBITDA	145,7	104,5	39,4
<i>Margem (%)</i>	25,5	23,3	-
Lucro líquido	100,9	77,4	30,4
<i>Margem (%)</i>	17,7	17,3	-

Em R\$ milhões

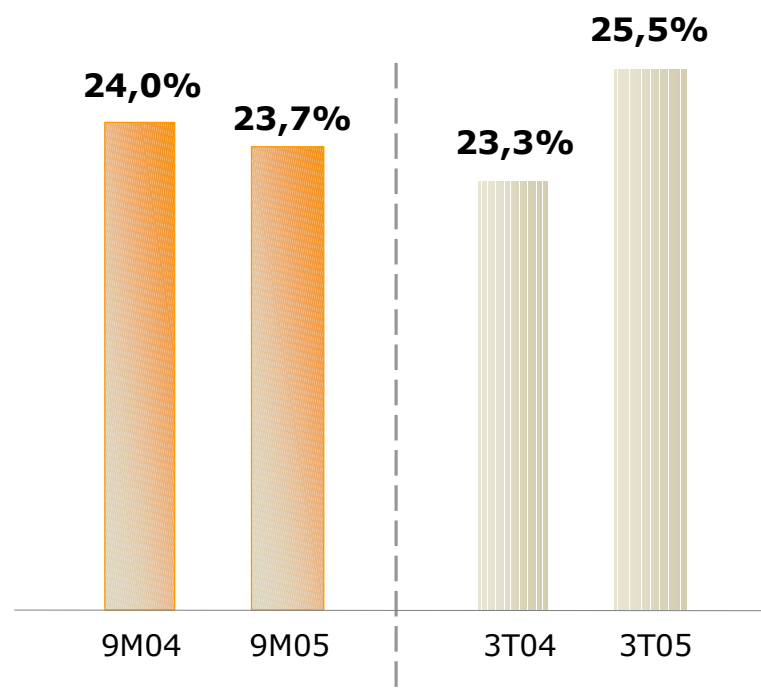
	9M05	9M04	variação %
Unidades de produtos para revenda Brasil - (milhões)	148,4	119,9	23,8
Receita líquida	1.556,2	1.205,9	29,1
Lucro bruto	1.057,0	809,7	30,5
<i>Margem (%)</i>	<i>67,9</i>	<i>67,1</i>	-
EBITDA	369,6	289,0	27,9
<i>Margem (%)</i>	<i>23,7</i>	<i>24,0</i>	-
Lucro líquido	258,4	200,9	28,7
<i>Margem (%)</i>	<i>16,6</i>	<i>16,7</i>	-

EBITDA - R\$ milhões

CAGR (2002-2004) = 47,3%

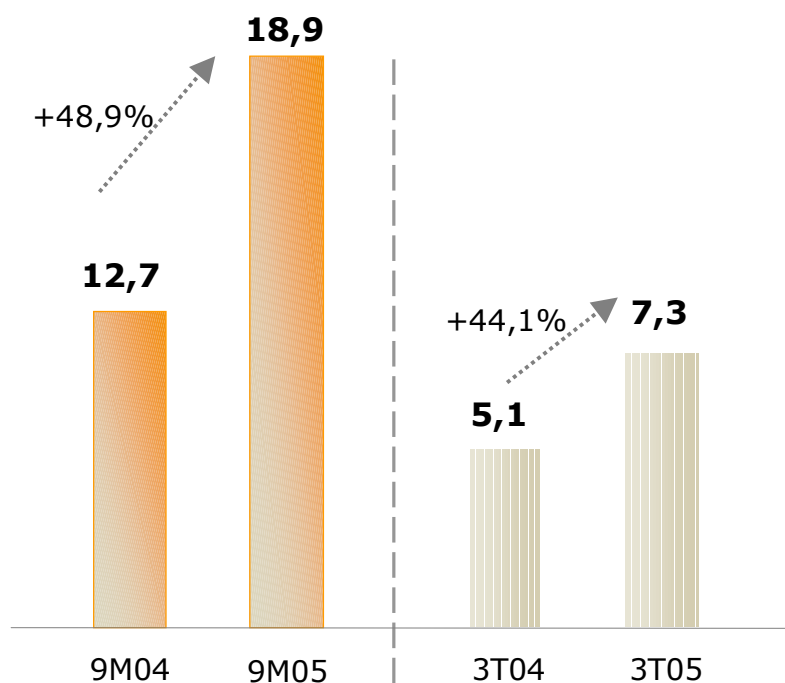


Margem EBITDA - %

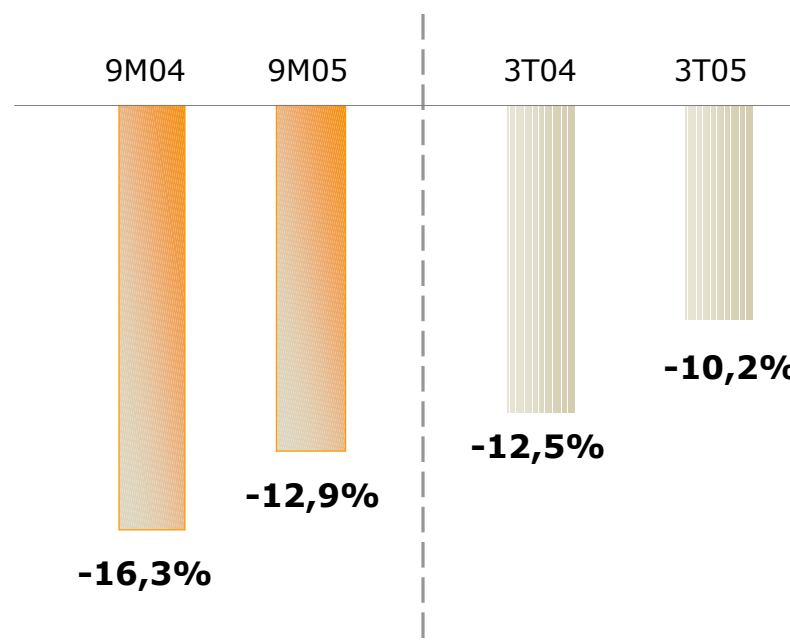


Receita Líquida - US\$ milhões

CAGR (2002-2004) = 59,2%

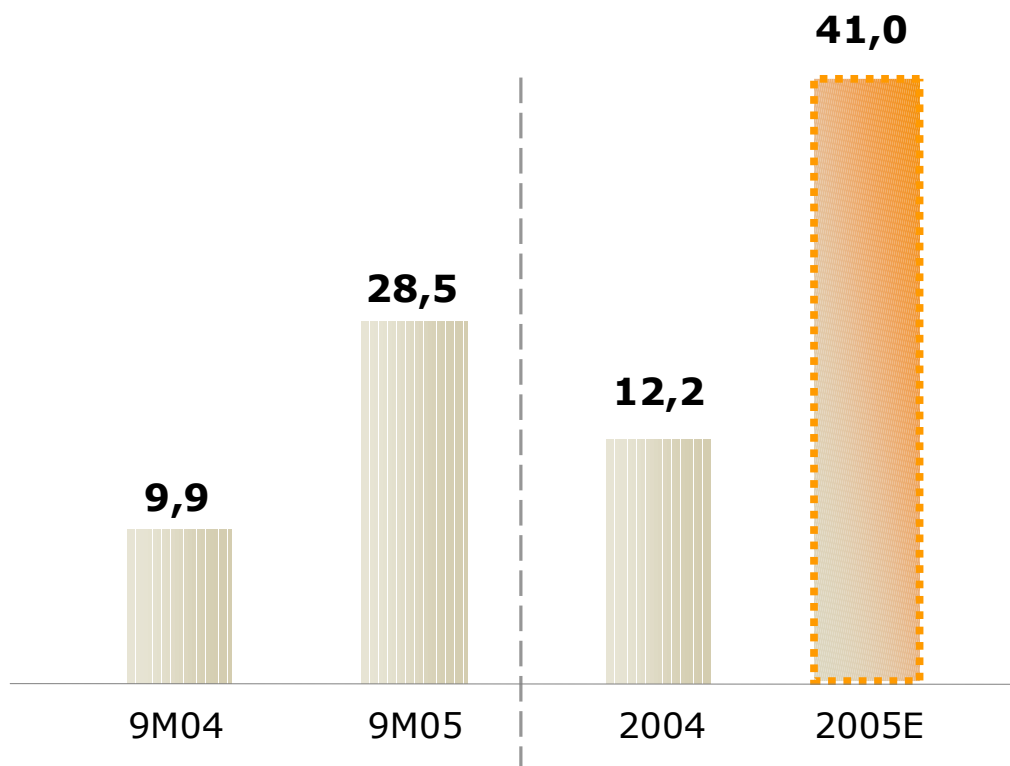


Margem Operacional* - %



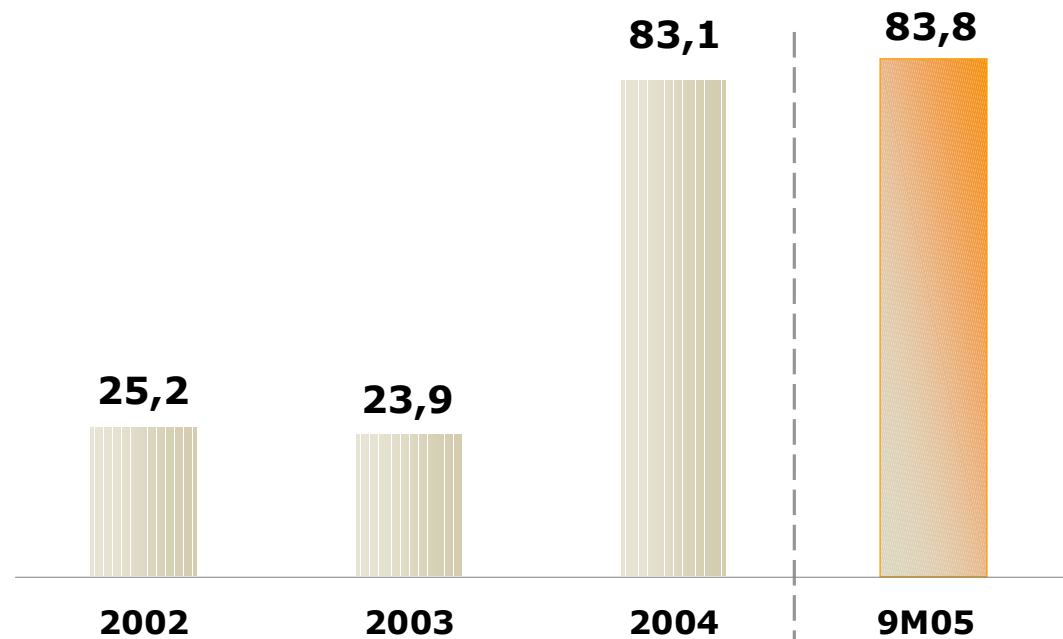
(*). Passamos a excluir as despesas de estruturação das novas operações do resultado operacional, a fim de melhor refletir o desempenho das operações mais maduras (Argentina, Chile e Peru).

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.

CAPEX - R\$ milhões



2005E : R\$120 milhões

R\$ milhões	9M05	9M04	Var. %
Lucro líquido do período	258,4	200,9	28,7
(+) Depreciação	31,3	25,8	21,3
(+) Outras despesas não caixa	38,4	12,8	200,0
(=) Caixa gerado antes das variações de, capital de giro realizável e exigível a longo prazo	328,2	239,5	37,0
(-) Variações no capital de giro, realizável e exigível a longo prazo	54,8	52,8	3,8
(=) Geração operacional de caixa	273,4	186,6	46,5
(-) CAPEX	83,8	44,1	90,0
(=) Geração de caixa livre	189,6	142,5	33,1



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