



## Resultados do 1T05

*29 de abril de 2005*

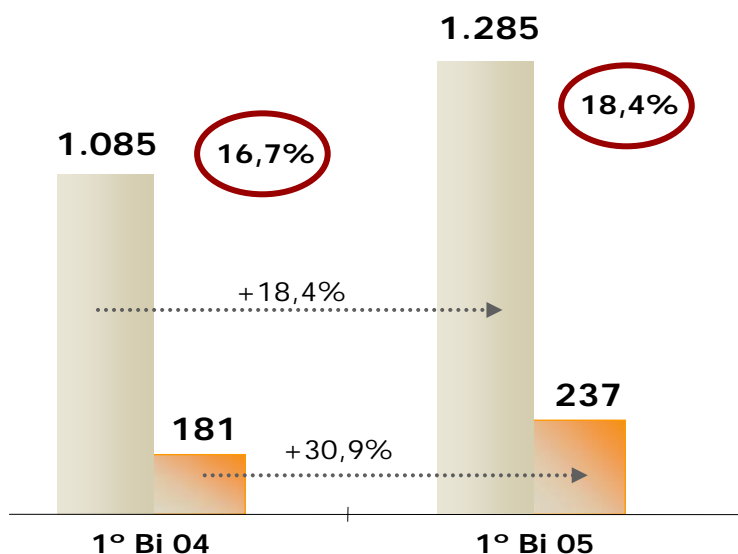


**negócios**

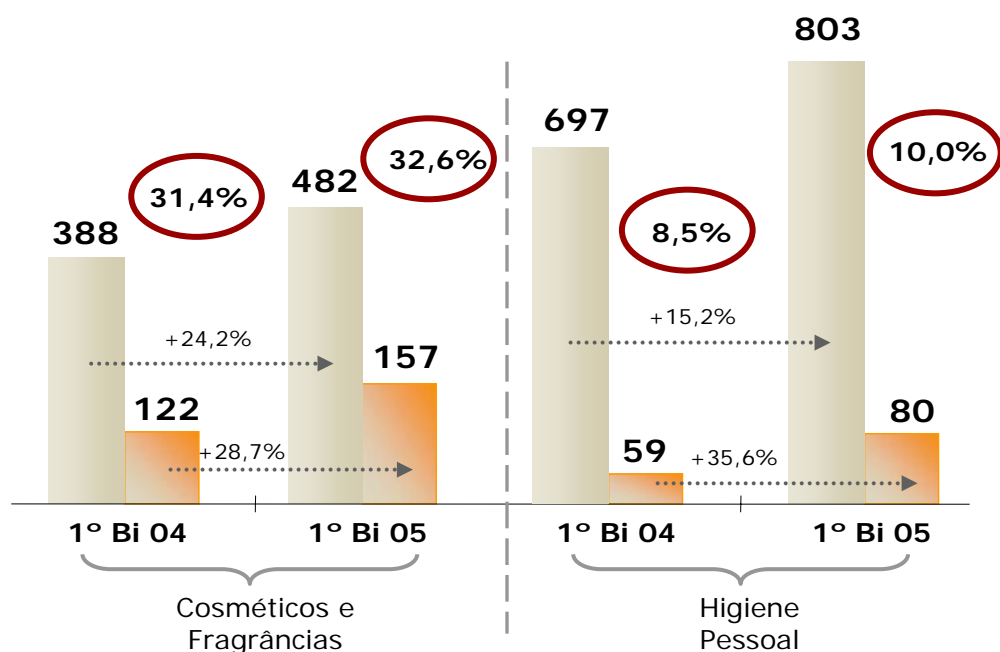
finanças

Receita Líquida em R\$ MM

## Mercado Alvo\*



## Mercado Alvo\* - por Categoria



Mercado
  Natura
  Market Share

(\*) Considera apenas o mercado em que a Natura opera, exclui fraldas, higiene oral, tinturas para cabelos, esmaltes, absorventes, dentre outros.

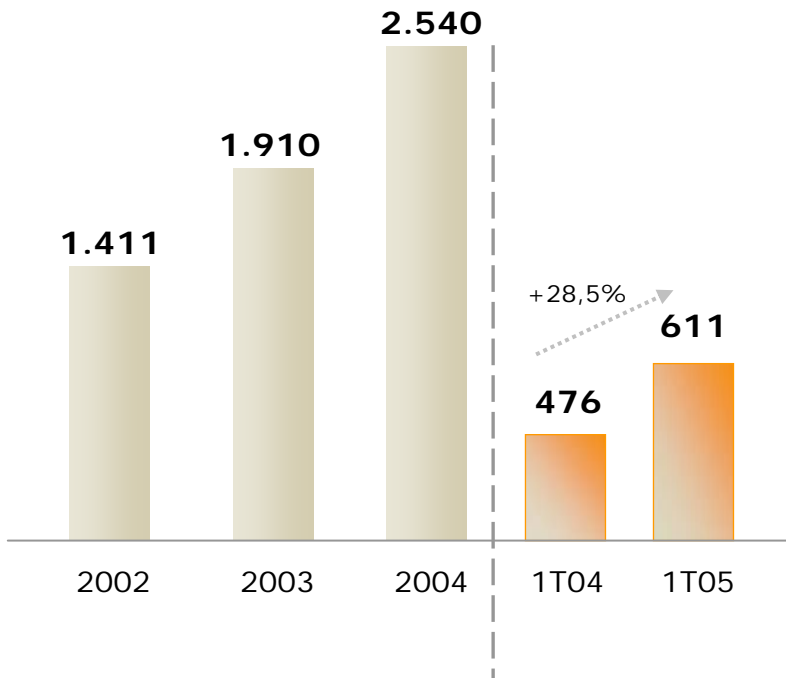
Nota: receita líquida a preços de indústria.

Fonte: Sipatesp, ABIHPEC.

## Receita Bruta Consolidada

R\$ MM

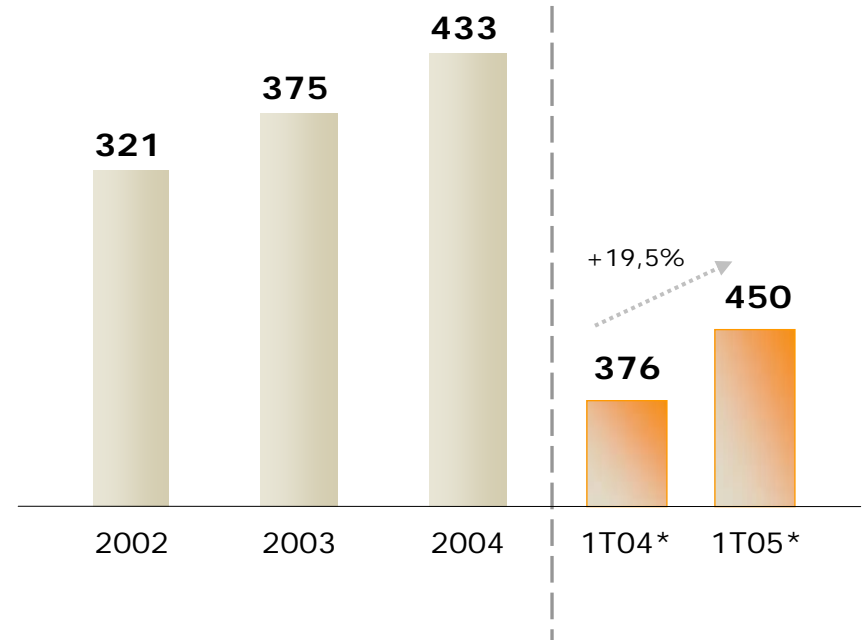
CAGR (02-04) = 34,2%



## Total de Consultoras - Consolidado

em milhares

CAGR (02-04) = 16,1%

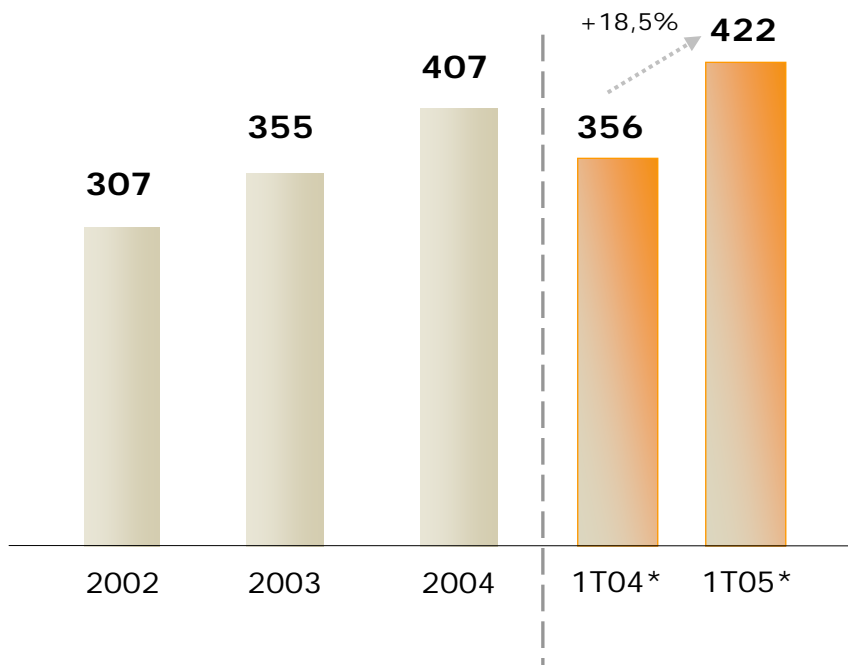


(\*) número de consultoras ao final do ciclo 4 de vendas

### Consultoras no Brasil

em milhares

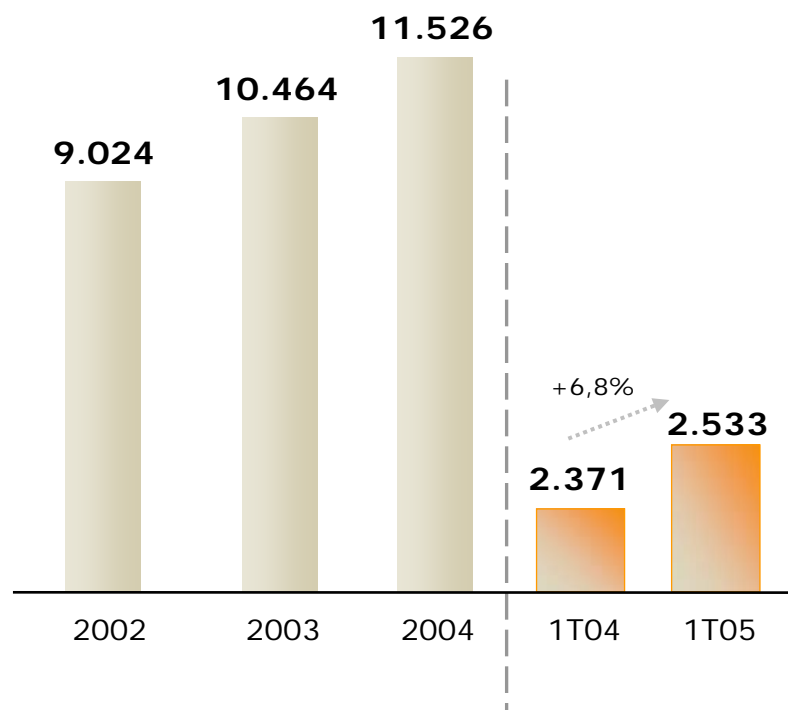
CAGR (02-04) = 15,1%



### Produtividade no Brasil<sup>1</sup>

R\$ mil por consultora ativa média

CAGR (02-04) = 13,0%

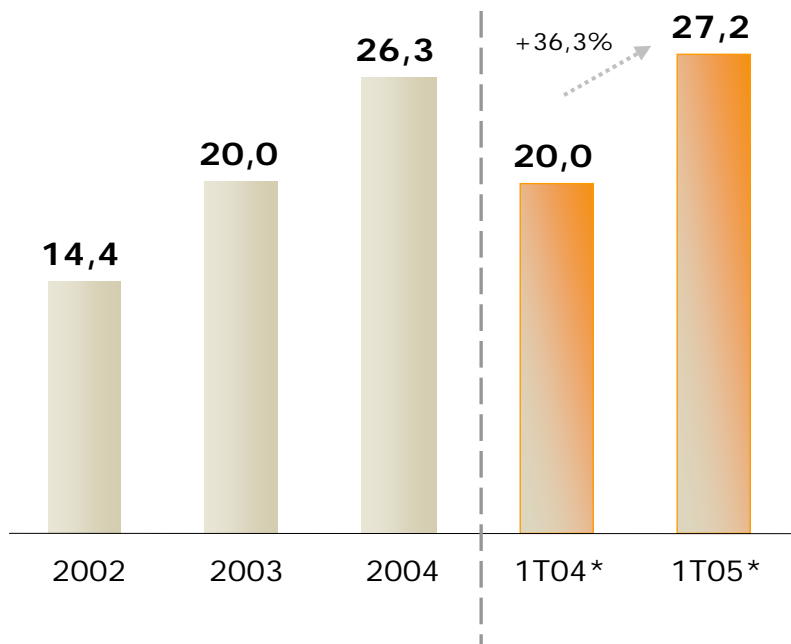


(\*) número de consultoras ao final do ciclo 4 de vendas

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

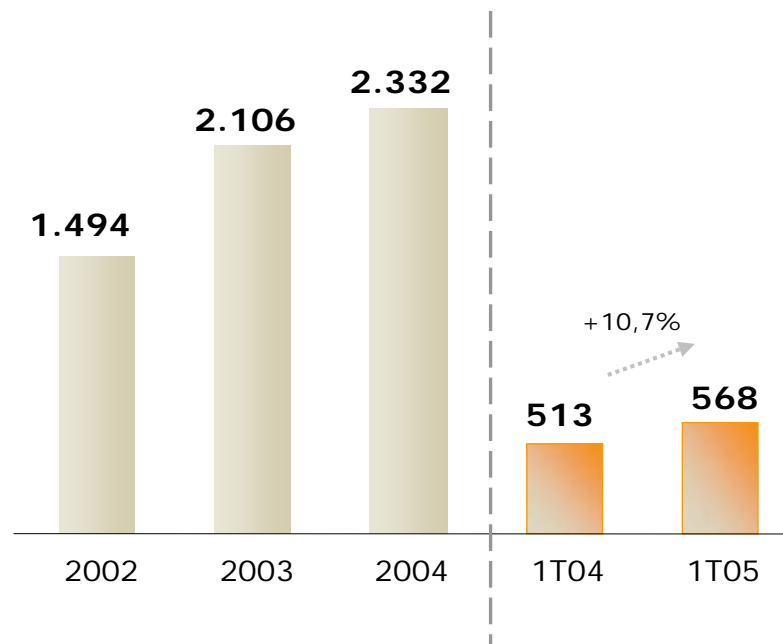
### Consultoras<sup>1</sup> Operações Internacionais - milhares

CAGR (02-04) = 35,1%



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

CAGR (02-04) = 24,9%



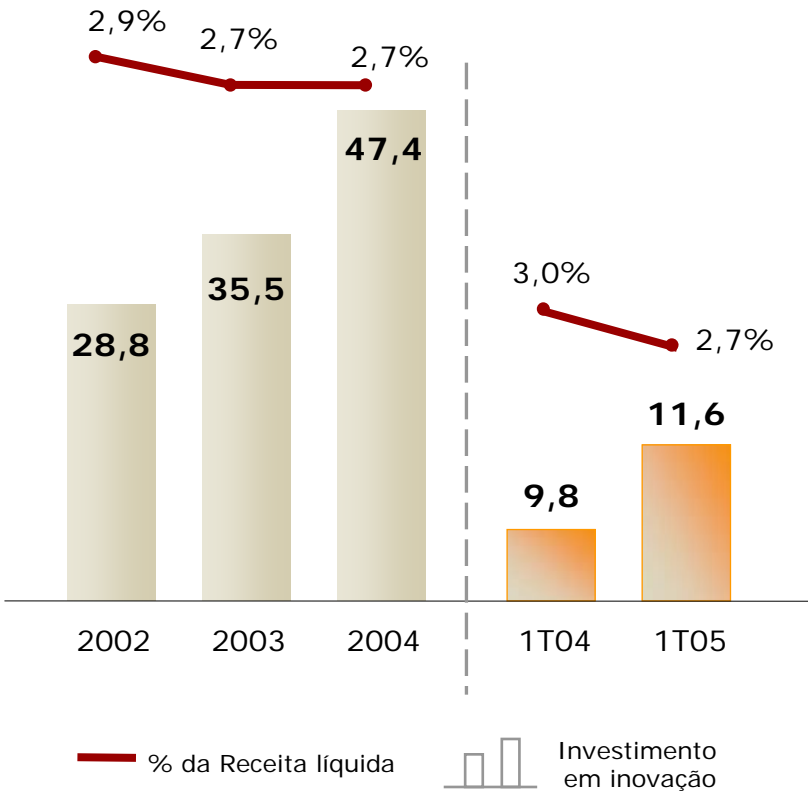
(\*) número de consultoras ao final do ciclo 4 de vendas

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

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

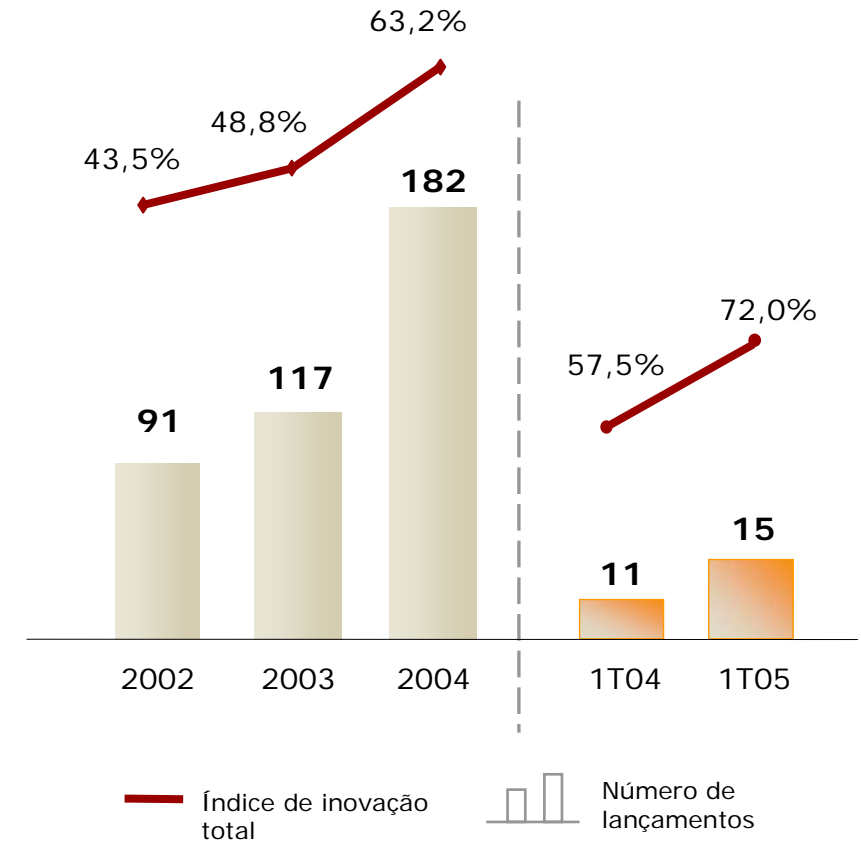
## Investimentos em Inovação

R\$ MM





## Número de Lançamentos e Índice de Inovação Total

(Inovação + Aperfeiçoamento)



## Força da Marca

Critérios	 <b>natura</b> 2003*	 <b>natura</b> 2004
<b>Percepção Global</b>		
Avaliação global	64%	78%
Possui o produto	32%	58%
Recomenda	37%	68%
Preferência	35%	42%
<b>Atributos</b>		
Compromisso com a verdade	57%	63%
Oportunidade de desenvolvimento	49%	62%
Inovação	55%	64%
Desenvolvimento sustentável	57%	58%
Qualidade	64%	71%

Fonte: Ipsos

Pesquisa encomendada pela Natura em 2004, com 1.200 pessoas entre homens e mulheres, das classes A, B, C e D, realizadas em 3 cidades brasileiras.

(\*) Os dados de 2003 sofreram ponderação para refletir a amostra pesquisada em 2004.



O modelo de negócios da Natura associa o **desenvolvimento econômico** às necessidades **sociais e ambientais**.



## Resultados Sociais => Crer para Ver/EJA

Resultado da mobilização voluntária de consultoras para:

### Vendas de produtos da linha

	1T05	1T04	05 x 04
<b>Receita Bruta</b> (milhões R\$)	<b>1,7</b>	<b>1,3</b>	<b>30,8%</b>

### Matrículas de alunos na educação de jovens e adultos\*

Matrículas efetivadas **32 mil** alunos

(\*) Matrículas efetivadas no 1º semestre letivo de 2005 (jan-mar).

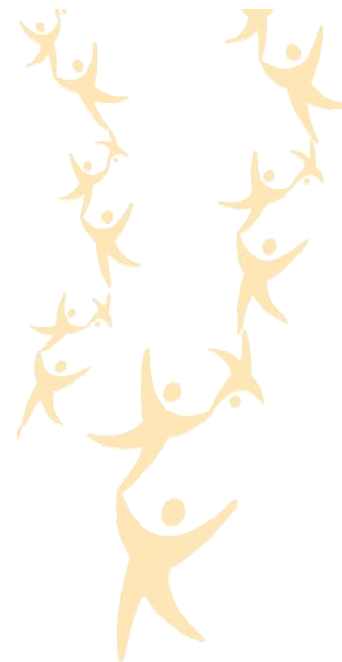
## Resultados Ambientais => Análise de Ciclo de Vida (ACV)

### Resultado ACV para 1º Trimestre de 2005

	1T05	1T04
<b>Impacto Ambiental Médio Natura*</b>	<b>9,8</b>	<b>10,4</b>

**100 % dos produtos lançados com estudo de ACV de embalagem**

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



negócios

finanças

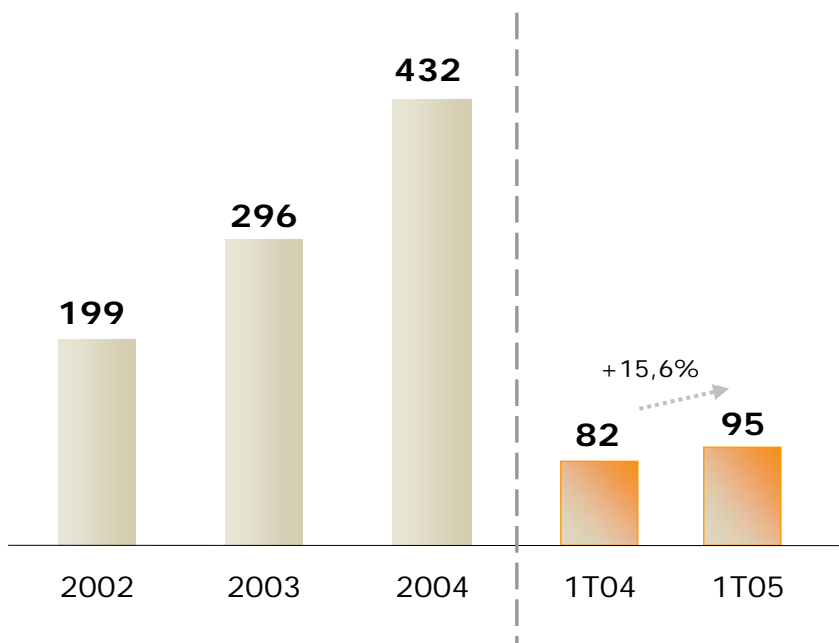


Em R\$ MM - Consolidado

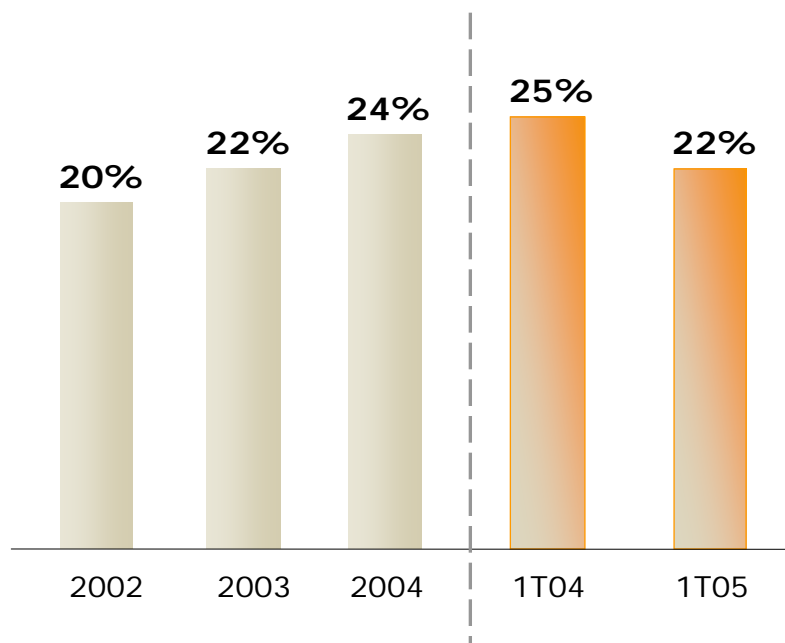
	1T05	1T04	variação %
Unidades de produtos para revenda - (milhões)	45,7	34,7	31,6
Receita líquida	427,1	329,2	29,8
Lucro bruto	282,1	220,8	27,8
<i>Margem (%)</i>	<i>66,1</i>	<i>67,1</i>	<i>-1,0</i>
EBITDA	95,1	82,3	15,6
<i>Margem (%)</i>	<i>22,3</i>	<i>25,0</i>	<i>-2,7</i>
Lucro líquido	69,7	44,7	55,9
<i>Margem (%)</i>	<i>16,3</i>	<i>13,6</i>	<i>2,7</i>

## EBITDA - R\$ MM

CAGR (02-04) = 47,3%

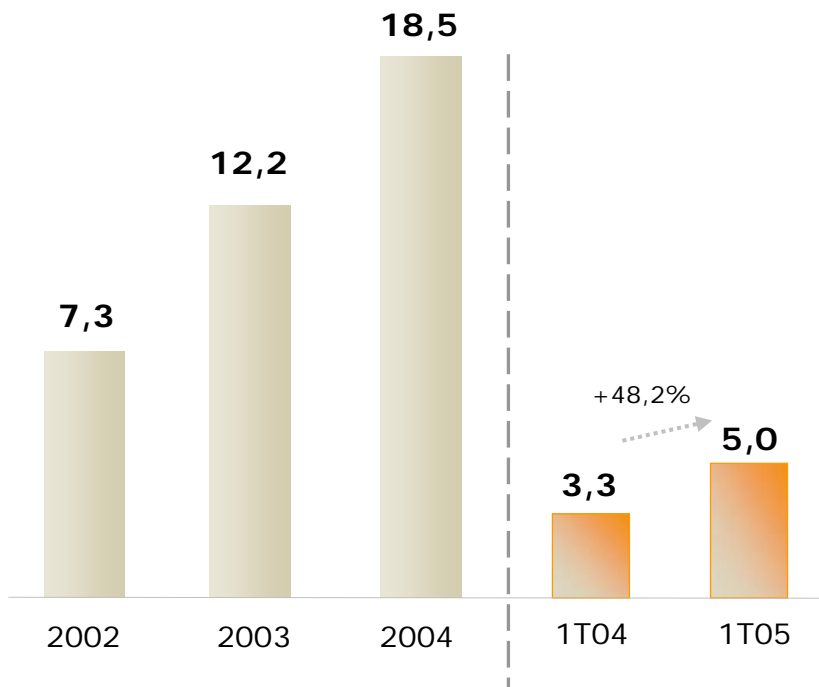


## Margem EBITDA - %

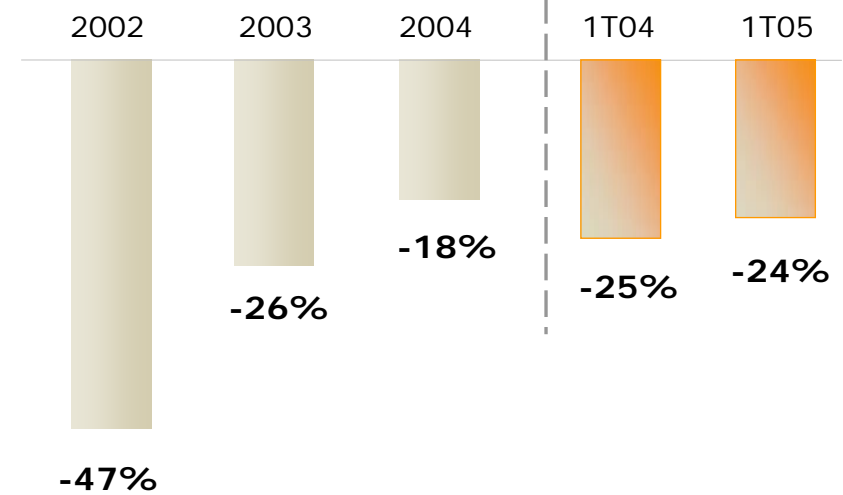


## Receita Líquida - US\$ MM

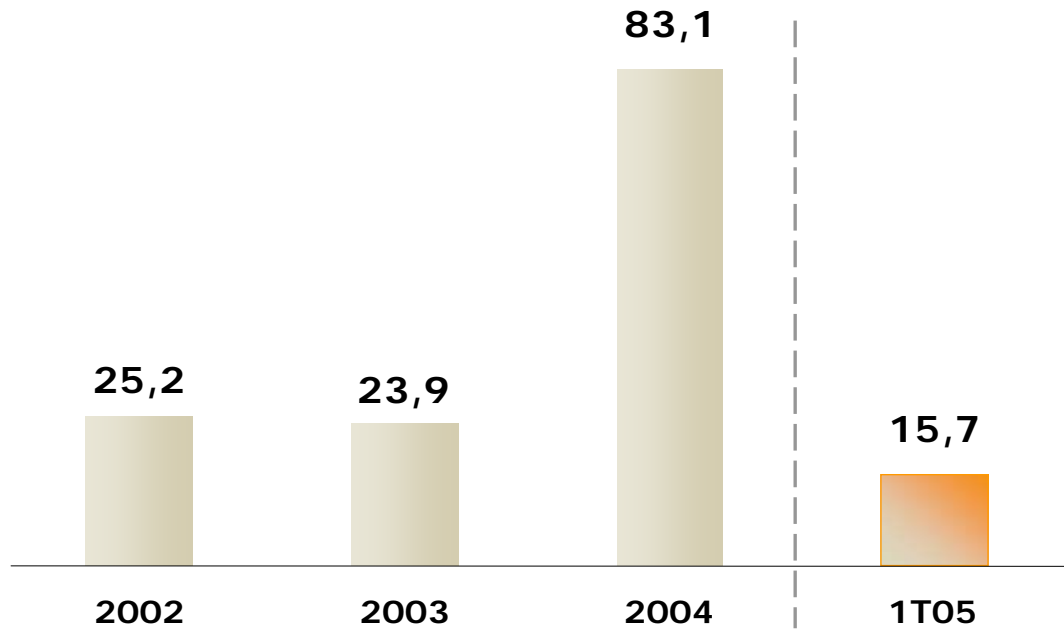
CAGR (02-04) = 59,2%



## Margem Operacional



## CAPEX - R\$ MM



**2005E : R\$120 milhões**

R\$ MM	1T05	1T04	Var. %
<b>Lucro líquido do período</b>	<b>69,7</b>	<b>44,7</b>	<b>55,9</b>
(+) Depreciação	9,5	8,5	11,8
(+) Outras despesas não caixa	10,7	9,7	10,3
<b>(=) Caixa gerado antes das variações de, capital de giro realizável e exigível a longo prazo</b>	<b>89,9</b>	<b>62,9</b>	<b>43,1</b>
(-) Variações no capital de giro, realizável e exigível a longo prazo	5,8	8,1	-28,4
<b>(=) Geração operacional de caixa</b>	<b>84,1</b>	<b>54,8</b>	<b>53,5</b>
(-) CAPEX e Investimentos	15,7	11,2	40,2
<b>(=) Geração de caixa livre</b>	<b>68,4</b>	<b>43,6</b>	<b>56,9</b>





*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.*