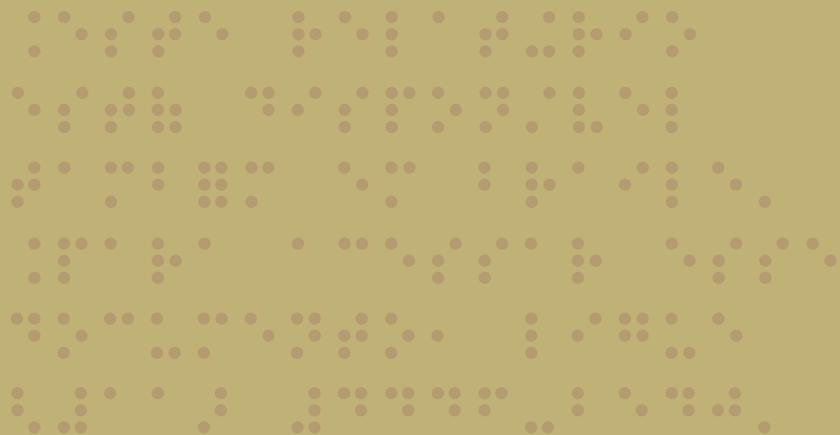




relatório anual **natura** 2003





relatório anual  
**natura** 2003

**02**  
Mensagem  
da Presidência

**08**  
Razão de Ser,  
Crenças

**12**  
Perfil da  
Organização

**16**  
Metodologia e  
Principais Indicadores

**22**  
Análise dos Resultados  
Econômico-Financeiros,  
Ambientais e Sociais

**42**  
Governança Corporativa

**50**  
Perspectivas, Novos  
Negócios e Estratégia

**54**  
Iniciativas e Parcerias  
Ambientais, Sociais  
e Institucionais

**66**  
Indicadores Econômicos,  
Ambientais e Sociais – GRI

**90**  
Índice Remissivo – GRI

**92**  
Demonstrações  
Financeiras



## mensagem da presidência

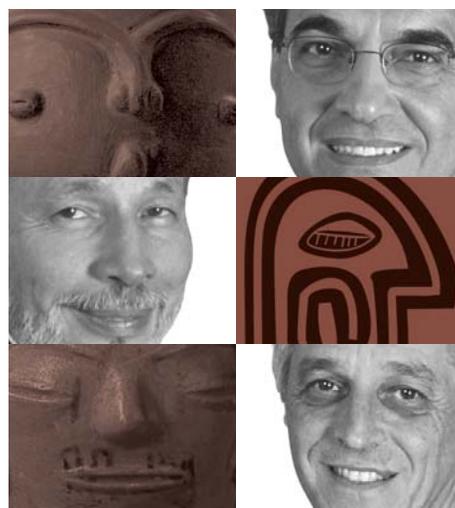
“A Natura, por seu comportamento empresarial, pela qualidade das relações que estabelece e por seus produtos e serviços, será uma marca de expressão mundial, identificada com a comunidade das pessoas que se comprometem com a construção de um mundo melhor através da melhor relação consigo mesmas, com o outro, com a Natureza da qual fazem parte, com o todo.” *Visão Natura*

O ano de 2003 tem um significado especial em nossa trajetória empresarial. Neste exercício, estimulados por nossa Visão, atingimos expressivos resultados nos âmbitos financeiro, social e ambiental, dimensões cujo equilíbrio temos buscado obstinadamente. Investimentos em tecnologia, marketing, pesquisa e desenvolvimento, capacitação de Consultoras e colaboradores, somados ao exercício contínuo de nossas paixões por produtos e relações, formaram o conjunto de fatores determinantes desse grande êxito que, acreditamos, caracteriza muito mais do que um ano bem-sucedido. Estamos convictos de que iniciamos um novo ciclo de nossa história. Estimulante, criativo, inspirador. E lutaremos para que seja essencialmente próspero.

O vigor e a solidez de nossas ações destacam-se quando consideramos a característica estacionária da economia brasileira nesse período. Nossa receita, no Brasil, cresceu 35% e o número de unidades vendidas teve um incremento de 23%. Como resultado, o lucro líquido foi 194% superior ao obtido no exercício anterior. Nossas operações na América Latina registraram também forte crescimento, com destaque para os negócios na Argentina, que cresceram 77% em moeda local.

Investimos fortemente em ações para promover o envolvimento de colaboradores, Consultoras e Consultores em torno dos valores, crenças e Razão de Ser de nossa marca, assim como em ações de relacionamento e comunicação. Esses esforços foram decisivos para ganhos expressivos de produtividade e participação nos mercados, bem como para a ampliação da comunidade dos que exercem a Consultoria Natura. Em um período muito modesto em oportunidades de trabalho, cerca de 50 mil brasileiras e brasileiros ingressaram na atividade da venda direta através da Natura. Para essa comunidade, que hoje conta com 355 mil pessoas no Brasil, foram gerados aproximadamente R\$ 800 milhões, resultando em uma renda média anual de cerca de R\$ 2,4 mil por Consultora.

Como sempre, ao longo de nossa história, o lançamento de novos produtos também contribuiu significativamente para os resultados favoráveis. Nossa capacidade para introduzir diferenciais tecnológicos realmente inovadores evidenciou-se com o lançamento do princípio ativo Elastinol+, para o tratamento anti-sinais do tempo. O novo produto foi apresentado inicialmente aos médicos dermatologistas, merecendo calorosa recepção por parte dessa importante comunidade. Numa etapa seguinte, o princípio ativo foi incorporado à linha Natura Chronos, obtendo ótima aceitação também por parte do consumidor final, o que resultou em expressivos ganhos nesse segmento de mercado. A criação e lançamento de Perfume do Brasil, da linha Natura Ekos, desenvolvido a partir de ativos de nossa riquíssima flora e inspirado na tradição cultural brasileira, abre uma nova página na história da perfumaria fina.

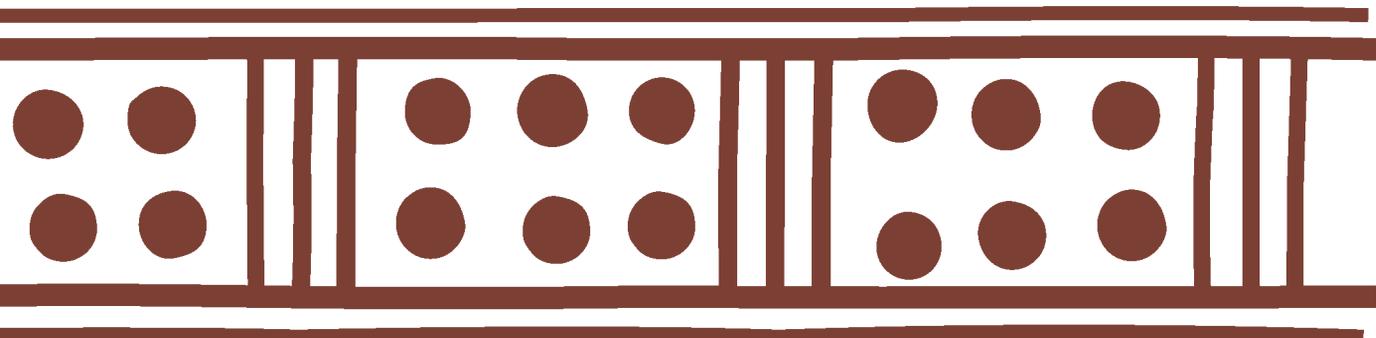


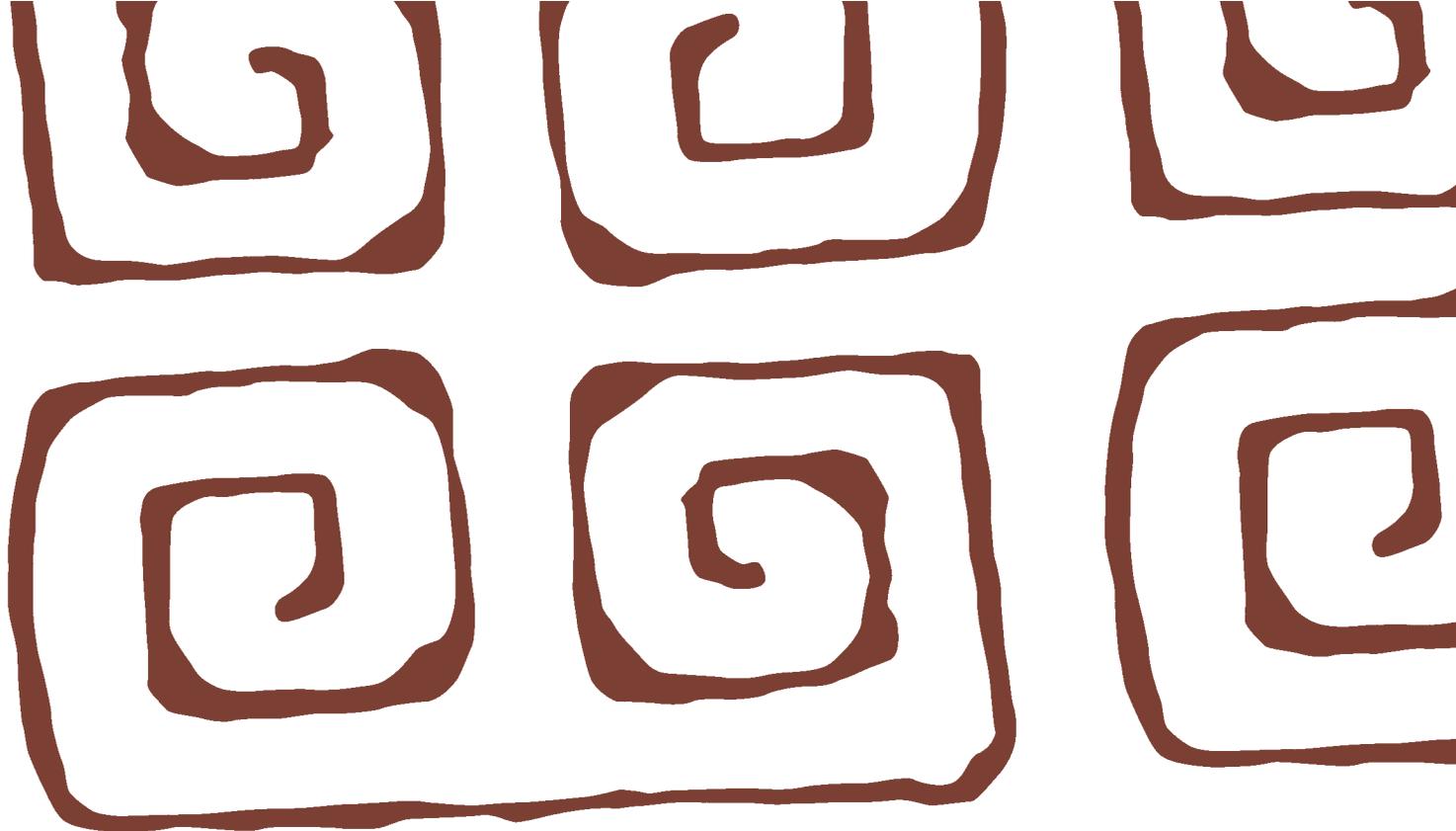
Natura Ekos, desde seu lançamento, há três anos, tem promovido um dos movimentos mais estimulantes da história recente da empresa. O uso sustentável da biodiversidade brasileira tem possibilitado à Natura viver um processo de aprendizado muito empolgante. Da mesma forma, tem exigido um trabalho árduo, persistência e cuidados redobrados na construção de relações com os múltiplos agentes envolvidos – em especial as comunidades fornecedoras, ONGs, cientistas, pesquisadores, órgãos governamentais e outros públicos – que compartilham conosco o entusiasmo diante desse caminho imensamente rico e desafiante.

Ao mesmo tempo em que se dedica à construção de um modelo economicamente viável, socialmente justo e ambientalmente correto com as comunidades fornecedoras, a Natura tem evoluído na gestão ambiental de seus processos produtivos. Especialmente, os relacionados à utilização de recursos não renováveis. Mesmo considerando o grande crescimento na produção, obtivemos reduções de 4,5% no consumo de água e de 0,9% no consumo de energia elétrica. Também a geração de resíduos foi 5% inferior ao ano anterior.

Enquanto celebramos progressos nas relações com o meio ambiente, festejamos também excelentes resultados na pesquisa anual de clima organizacional, que nos posiciona entre um seleto grupo de empresas com destacada atuação na gestão das relações com seus colaboradores. Recebemos, com grande alegria, os resultados da pesquisa da revista *Exame* e do Great Place to Work Institute, que situaram a Natura como a sétima melhor empresa para se trabalhar no Brasil e a primeira entre as mulheres. Estamos convencidos de que esse ambiente interno diferenciado tem sido um dos principais fatores a impulsionar os nossos resultados.

O crescente envolvimento dos colaboradores nas relações com as comunidades do entorno merece destaque em 2003. Tanto em Itapeverica da Serra quanto em Cajamar, municípios onde a Natura está instalada, aprofundamos o nosso relacionamento com as respectivas comunidades, como parte de um processo de aprendizado e participação que envolve colaboradores, lideranças governamentais e das comunidades.





Em nossas ações na sociedade como um todo, demos seqüência ao Programa Crer para Ver, que objetiva o aperfeiçoamento da qualidade da educação, um dos principais fundamentos para a necessária transformação social em nosso País. Fruto de uma bem-sucedida parceria de oito anos com a Fundação Abrinq, o programa registrou, em 2003, um crescimento de 52% de receita, gerando novos recursos para a melhoria do ensino público. Desde sua criação, o Crer para Ver investiu R\$ 15 milhões em cerca de 150 projetos, envolvendo 3.600 escolas públicas em 21 Estados.

Toda a comunidade Natura, constituída por nossos acionistas, Consultoras, colaboradores, fornecedores e uma ampla rede de relações, na qual incluímos com carinho nossas consumidoras e consumidores, merece o nosso reconhecimento e gratidão.

Com ela, pretendemos cada vez mais compartilhar as nossas crenças e valores e aprofundar nossa cumplicidade, cultivando o sonho de um mundo mais justo. Com ela, construímos os expressivos resultados registrados ao longo dos últimos anos, especialmente este de 2003. Com ela, nos comprometemos a investir na construção e expansão de relações éticas e transparentes. Como sempre, e mais do que nunca, acreditamos que esse comportamento, como empresa e como indivíduos, será, cada vez mais, a base para a promoção do desenvolvimento econômico, social e ambiental. Em nosso País e em todo o mundo.

Renovamos assim nosso compromisso de continuamente aperfeiçoar, institucionalizar e perpetuar um empreendimento que tem sido privilegiado por vitórias. Para isso continuaremos, com grande entusiasmo, estimulando e desafiando nossos colaboradores e Consultoras no exercício da criatividade, inovação e alegria, em todas as nossas iniciativas. Hoje, amanhã e sempre.

**Antonio Luiz da Cunha Seabra**  
Co-Presidente do Conselho  
de Administração – Fundador

**Guilherme Peirão Leal**  
Co-Presidente do Conselho  
de Administração

**Pedro Luiz Barreiros Passos**  
Diretor-Presidente





*I: Wanda Teles, banhando-se  
no igarapé da comunidade  
Boa Vista, Pará.*

razão de ser;

**crenças**



**razão de ser**

**bem-estar**

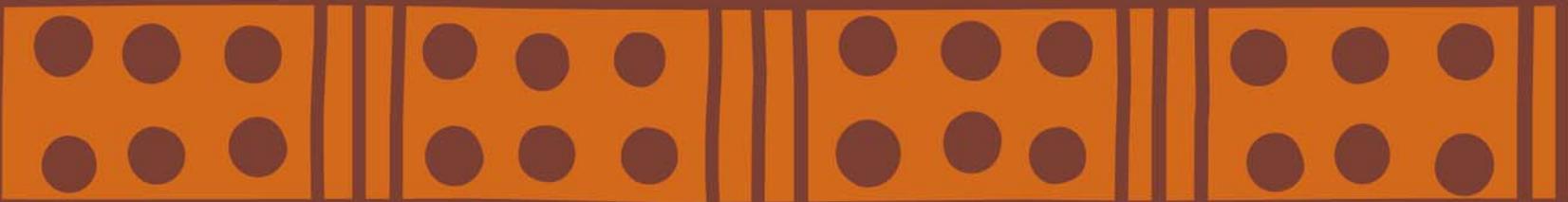
a relação harmoniosa,  
agradável, do indivíduo  
consigo mesmo, com  
seu corpo.

# estar bem

a relação empática,  
bem-sucedida,  
prazerosa, do  
indivíduo com o  
outro, com a natureza  
da qual faz parte,  
com o todo.

## bem estar bem

criar e comercializar  
produtos e serviços  
que promovam o  
**Bem-Estar/Estar Bem.**





1	2
	3
	4

*1: Extração do barro em Belém, Pará.*

*2: Ferramentas utilizadas no trabalho com a cerâmica.*

*3: Forno para a queima das cerâmicas.*

*4: Aplicação do engobe em vaso marajoara.*

**crenças**

**a vida é um encadeamento de relações.**

Nada no universo existe por si só.

Tudo é interdependente.

Acreditamos que a percepção da importância das relações é o fundamento da grande revolução humana na valorização da paz, da solidariedade e da vida em todas as suas manifestações.

**a busca permanente do aperfeiçoamento é o que promove o desenvolvimento dos indivíduos, das organizações e da sociedade.**

**o compromisso com a verdade é o caminho para a qualidade das relações.**

**quanto maior a diversidade das partes, maior a riqueza e a vitalidade do todo.**

**a busca da beleza, legítimo anseio de todo ser humano, deve estar liberta de preconceitos e manipulações.**

**a empresa, organismo vivo, é um dinâmico conjunto de relações. Seu valor e longevidade estão ligados à sua capacidade de contribuir para a evolução da sociedade e seu desenvolvimento sustentável.**





## perfil da organização

Ao completar 35 anos em 2004, a Natura reafirma sua posição de liderança no setor de cosméticos e produtos de higiene e de perfumaria. Consolida-se, principalmente, como empresa comprometida com a qualidade das relações que estabelece com seus diferentes públicos – que congrega na chamada Comunidade Natura – e com a inovação e o aperfeiçoamento constante dos seus produtos e serviços, dentro de um modelo de desenvolvimento sustentável de negócios.

Desde a sua fundação, em 1969, contando com um laboratório e uma pequena loja na cidade de São Paulo, a Natura já era movida por duas paixões fundamentais: pela cosmética como veículo de autoconhecimento e de transformação na vida das pessoas; e pelas relações, cujo encadeamento permite a expressão da vida.

Na trajetória da Natura, um dos pontos fortes do êxito está na opção, feita em 1974, pela venda direta. Surgiram assim as Consultoras Natura, participantes de um sistema hoje vitorioso não só no Brasil como nos outros países nos quais a companhia mantém operações. Com elas e com lançamentos de produtos inovadores, a Natura tem conseguido avançar

mesmo em períodos adversos da economia. Nos anos 80, por exemplo, em plena “década perdida” no Brasil, a companhia cresceu mais de 30 vezes em faturamento.

Fortalecida, a Natura entrou em um novo ciclo de crescimento e, no fim da década de 80, promoveu uma ampla reorganização. Novas empresas, que entre 1979 e 1981 tinham se agregado ao grupo, fundiram-se em 1989. Surgia uma companhia com a atual constituição. Em seguida, no início da década de 90, a Natura explicitava suas Crenças e Razão de Ser, formalizava seu compromisso social e preparava-se para a abertura do mercado brasileiro às importações.

A expansão prosseguiu aceleradamente e, em 1994, a Natura dava início à internacionalização, com presença na Argentina, no Chile e Peru, países nos quais estabeleceu centros de distribuição e trabalhou na formação de Consultoras. Novos negócios seriam acrescentados com a aquisição, em 1999, da Flora Medicinal, tradicional fabricante nacional de fitoterápicos.

Em 2000, inicia-se o terceiro ciclo na vida da empresa, uma fase de investimentos em infra-estrutura e capacitação, com a construção do Espaço Natura, um importante centro integrado de produção, logística, pesquisa e desenvolvimento de cosméticos, inaugurado em 2001, e o lançamento da linha Ekos, de produtos que incorporam ativos da biodiversidade brasileira obtidos de forma sustentável.

O êxito da iniciativa fica patente no desempenho dos anos seguintes, culminando com resultados históricos em 2003, tanto em termos de produção como de vendas e de rentabilidade, acompanhados de importantes avanços nas áreas sociais e ambientais, conforme detalhado neste Relatório.

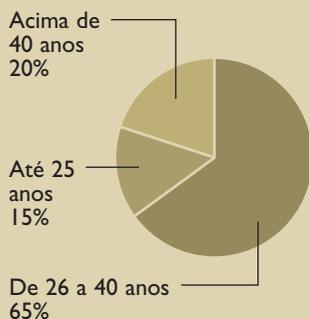
**Com a opção pela venda direta, feita em 1974, e com produtos inovadores, a Natura conseguiu expressivo crescimento mesmo em épocas adversas para a economia brasileira, como a década de 80**



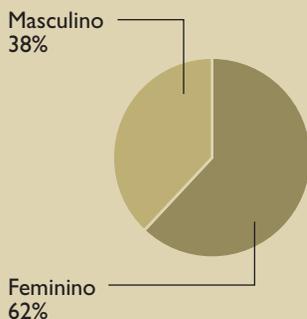
Águas de Natura; Espaço Natura Cajamar, São Paulo.

## Perfil dos Colaboradores

### Faixa Etária



### Sexo



### Tempo de Casa



Dados: Censo Natura 2002.

## Linha do Tempo

### Primeiro ciclo

**1969**

Nasce a Natura, com um laboratório e uma loja na Rua Oscar Freire, em São Paulo.

**1974**

A Natura opta pelas vendas diretas. Surgem as Consultoras Natura.

**1979**

No período 1979/1981, novas empresas agregam-se ao grupo para formar o Sistema Natura.

**1980**

A década de 80 marca o início de uma fase de grande expansão na linha de produtos e a presença da marca no País. A empresa cresce mais de 30 vezes na década.

### Segundo ciclo

**1989**

As quatro empresas do Sistema Natura fundem-se e dão origem à atual constituição da companhia.



*Detalhe do Espaço  
Natura Cajamar*

## **1990**

De 1990 a 1992, a Natura explicita suas Crenças e Razão de Ser e formaliza o compromisso social. No mesmo período, reformula seu portfólio de produtos e reorganiza as áreas de sistemas e de logística.

## **1994**

Inicia a internacionalização da marca, com presença crescente na Argentina, Chile e Peru.

## **Terceiro ciclo** **2000**

A linha Natura Ekos nasce e, em pouco tempo, firma-se como importante plataforma de negócios, baseada no uso sustentável da biodiversidade brasileira. A empresa investe na construção do Espaço Natura em Cajamar, São Paulo, inaugurado em 2001.

## **2002**

Os investimentos em infraestrutura e o programa de recuperação de rentabilidade se consolidam. A Natura está preparada para novos saltos de produção e vendas e de avanço tecnológico.

## **2003**

A Natura obtém resultados recordes em crescimento e rentabilidade, apesar da retração da economia brasileira, e consolida o crescimento iniciado em 2000. Cresce 129% nas vendas, entre 1999 e 2003.



## metodologia e principais indicadores

Pelo segundo exercício consecutivo, a Natura apresenta de forma integrada o demonstrativo de suas atividades nos campos econômico-financeiro, social e ambiental. Reafirma, assim, o compromisso, assumido com seus vários públicos de relacionamento e registrado em sua Visão de Mundo, de buscar o desenvolvimento sustentável, bem como a transparência ao relatar suas ações.

Além de reunir as análises à luz dos três aspectos da sustentabilidade, buscando dar-lhes o mesmo peso, o Relatório Anual Natura tem o desafio de relatar os resultados da integração entre os aspectos e impactos do seu desempenho econômico, social e ambiental. Para isso, busca utilizar as melhores práticas recomendadas por entidades especializadas, algumas das quais têm reconhecido, com seus prêmios, os relatórios anuais da Natura (ver Reconhecimentos, pág. 48).

**Para apresentar os resultados dos negócios, a Natura segue a orientação da Apimec e da Abrasca. No caso do desempenho social e ambiental, adota os modelos do Instituto Ethos e da Global Reporting Initiative**

No caso do desempenho nos negócios, a companhia segue a orientação da Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais, Apimec, e da Associação Brasileira das Companhias Abertas, Abrasca, e inclui, nas análises, informações sobre gestão de riscos e governança corporativa.

Para avaliação do desempenho social e ambiental, a Natura adota os modelos preconizados pelo Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social e pela Global Reporting Initiative, GRI. O Instituto Ethos, fundado em 1998, tem como objetivo mobilizar e apoiar empresas a conduzirem seus negócios de forma socialmente responsável. E a GRI, surgida em 1997, é produto do esforço de instituições multilaterais para desenvolver uma estrutura de relatórios espontâneos sobre o impacto econômico, social e ambiental das atividades de empresas. A Natura integra o Structured Feedback Group, fórum de 30 grandes corporações internacionais que adotaram o modelo GRI em seus relatórios e é a única empresa brasileira, reconhecida pela GRI, a adotar integralmente o seu modelo.

Importante ressaltar que a Natura Cosméticos substituiu a Natura Empreendimentos em reorganização societária ocorrida nos primeiros meses de 2004. Com isso, coerente com sua postura transparente e com o princípio de seguir as boas práticas de governança corporativa, a Natura publica este Relatório com as informações econômico-financeiras referentes à Natura Cosméticos, conforme configuração societária pertinente ao exercício de 2003. Todavia, essa decisão não implica nenhuma alteração nos indicadores sociais e ambientais que, por sua natureza e abrangência, sempre se referiram, quando cabível, às operações consolidadas do grupo.

Os principais indicadores das atividades da Natura em 2003, selecionados também de modo a conferir equilíbrio nas informações econômico-financeiras, sociais e ambientais, estão reproduzidos nas páginas seguintes.



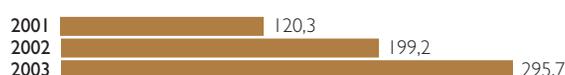
Daniela Diógenes, colaboradora, no laboratório de pesquisa e desenvolvimento de produtos do Espaço Natura Cajamar; sabonetes da linha Sintonia de Natura.

## Indicadores Econômicos

### Evolução da Receita Bruta (R\$ milhão)



### Evolução do EBITDA Ajustado<sup>(1)</sup> (R\$ milhões)

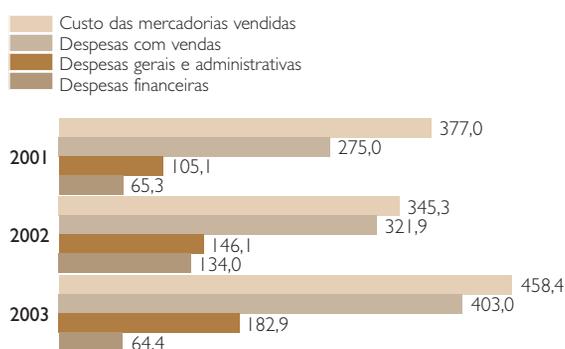


(1): Exclui a participação das debêntures subordinadas.

### Evolução do Lucro Líquido (R\$ milhões)



### Classificação dos Custos (R\$ milhões)



### Desempenho Financeiro<sup>(1)</sup> (R\$ milhões)

	2001	2002	2003	Varição 03/02
Vendas Brutas no Mercado Interno	1.140,3	1.375,2	1.860,3	35,3%
Vendas Brutas no Mercado Externo <sup>(2)</sup>	27,7	35,0	47,9	36,9%
Outras Vendas	—	1,0	2,0	91,5%
<b>Receita Operacional Bruta</b>	<b>1.168,0</b>	<b>1.411,2</b>	<b>1.910,1</b>	<b>35,4%</b>
Receita Operacional Líquida	875,5	993,1	1.328,9	33,8%
EBITDA <sup>(3)</sup>	120,3	199,2	295,7	48,4%
<b>Lucro Operacional<sup>(4)</sup></b>	<b>72,4</b>	<b>121,1</b>	<b>230,4</b>	<b>90,3%</b>
Lucro Líquido	9,5	21,7	63,9	193,8%
Investimentos	7,1	25,2	23,9	(5,2)%
Resultado Financeiro	(35,5)	(44,3)	(30,1)	32,1%
Ativo Total	599,9	646,6	723,9	11,9%
Patrimônio Líquido e Debêntures com Participação <sup>(5)</sup>	208,8	225,9	354,2	56,8%
Endividamento Líquido <sup>(6)</sup>	205,0	119,1	(19,0)	(116,0%)

(1): Operações Brasil, Argentina, Chile, Peru, Flora Medicinal e exportações para a Bolívia.

(2): Operações Argentina, Chile, Peru e exportações para a Bolívia.

(3): Lucro antes do resultado financeiro, participação de debêntures, imposto de renda, depreciação e amortização.

(4): Lucro operacional após o resultado financeiro.

(5): Total do patrimônio líquido e das debêntures com participação no resultado.

(6): Desconsidera as debêntures com participação nos resultados.

### Desempenho dos Negócios

	2001	2002	2003	Varição 03/02
Volume de Negócios Consolidado <sup>(1)</sup> (R\$ milhões)	1.663	2.009	2.723	35,5%
Volume de Negócios Consolidado por Consultora <sup>(2)</sup> (R\$ Consultora/ano)	5.845	6.470	7.821	20,9%
Nº de Produtos Lançados	165	91	117	28,6%

(1): Volume de negócios é o valor estimado do faturamento total das Consultoras Natura, baseado na margem de lucro presumida dessas Consultoras, excluindo os valores relativos ao material de apoio destinado a elas. Inclui Argentina, Chile e Peru.

(2): Considerou-se o número médio de Consultoras disponíveis. Consultora disponível é aquela que efetuou pedido nos últimos três ciclos de marketing. Cada ciclo de marketing dura três semanas. Inclui Argentina, Chile e Peru.

## Indicadores Ambientais

### Uso de Recursos Naturais

#### Consumo de Água (m³)



☺ Em 2003, a Natura apresentou crescimento de 26,8% na produção. Ainda assim, o consumo de água no período foi 4,5% inferior ao do ano anterior; o que demonstra eficiência no processo produtivo e maior reutilização da água.

#### Reciclo de Água (m³)



☺ A Natura, em seu processo de tratamento de efluentes, gera água tratada em qualidade superior à exigida pela legislação vigente. Desde 2002, reutiliza a água tratada em alguns processos internos, tais como lavagem de ruas e irrigação, entre outros. Em 2003, a Natura reutilizou 29% da água tratada na empresa, contra 16% de 2002. A meta para 2004 é reutilizar 39% do volume de água tratada. Potencializar o reúso de água tratada gera diminuição no consumo de água potável, o que favorece a preservação de um recurso natural não-renovável.

#### Consumo de Energia<sup>(1)</sup> (10<sup>3</sup> joules)



☺ O consumo de energia foi mensurado em valores relativos, ou seja, dividindo-se o consumo de energia total pela quantidade de itens separados no ano. Em 2003, mesmo com o crescimento de 26,8% na produção, o consumo de energia registrou redução de 0,9%. A meta para 2004 é reduzir em 15% o consumo de energia por itens separados na expedição.

(1): Consumo de energia elétrica, óleo diesel e GLP.

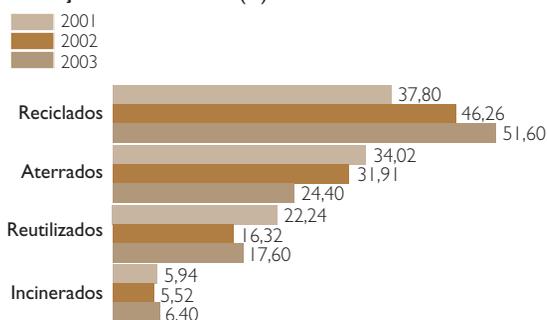
#### Análise de Ciclo de Vida

☺ A Natura considera que um dos maiores impactos ambientais de suas atividades é proveniente do descarte das embalagens dos seus produtos. Em 2003, 94% das embalagens do portfólio e 100% das embalagens dos lançamentos da Natura foram submetidas à avaliação de impacto ambiental. Constatou-se que o impacto médio ponderado\* da empresa por unidade faturada aumentou em 11,7% em relação àquele calculado em 2002.

\* Para calcular o impacto médio ponderado, multiplicam-se os índices de impacto ambiental da embalagem de cada produto pela quantidade de produtos vendidos. A média de todos os índices de impacto constatados, dividida pela quantidade de produtos faturados, reflete o impacto médio ponderado da empresa.

### Geração de Resíduos

#### Geração de Resíduos (%)



☺ A Natura está trilhando o caminho da redução, reutilização e reciclagem de resíduos. Para isso, busca a destinação mais adequada para seus resíduos, reduzindo o impacto ambiental. Procura potencializar a reutilização e a reciclagem e, paralelamente, reduzir o envio de resíduos para incineração ou para aterros sanitários. Em 2003, a Natura obteve bons resultados no envio para:

- reciclagem: aumento de 11,54% em relação a 2002
- reutilização: aumento de 7,84% em relação a 2002
- aterro sanitário: diminuição de 23,5% em relação a 2002

Todavia, o envio para incineração sofreu um crescimento de 15,9% em relação a 2002, decorrente do desenvolvimento de novos produtos – processo que gera produção de resíduos considerados potencialmente perigosos e cuja destinação deve ser a destruição por incineração. Em 2004, a empresa atuará para reduzir em 5% o índice de resíduos sólidos em relação aos itens separados e iniciará programas de incentivo à coleta seletiva de resíduos trazidos por colaboradores e terceiros.

### Gestão Ambiental

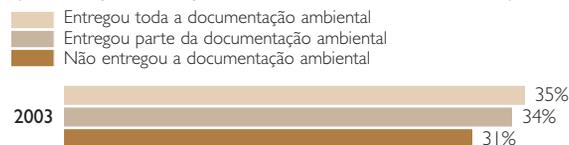
#### ISO 14001 Certificação (% de implantação)



☺ A Natura atingiu a meta para implantação da NBR ISO 14001, concluindo 92% do processo em 2003. Dentre as principais atividades realizadas em 2003, podem ser destacados o levantamento de aspectos e impactos ambientais, da legislação ambiental aplicável e a definição de procedimentos, objetivos e metas. A certificação ocorreu em maio de 2004.

#### Avaliação Ambiental de Fornecedores

##### (% de resposta ao questionário de avaliação ambiental)



☺ Apenas 35% dos fornecedores apresentaram documentação completa de conformidade legal ambiental. Em 2004, a meta é avaliar 100% da documentação de 100% dos fornecedores considerados críticos ambientais (fornecedores de matérias-primas e embalagens, prestadores de serviços ambientais, transportadoras de frota a diesel, entre outros).

### Indicador Específico do Setor

#### Testes em Animais

- Produtos cosméticos
- Produtos fitoterápicos
- Produtos cosméticos e fitoterápicos



☺ Com base nos princípios de respeito à vida, à diversidade biológica e à ética, que inspiram o seu comportamento empresarial, a Natura toma pública a sua posição contrária à realização de testes de laboratórios em animais. Há mais de cinco anos, a empresa vem adotando diversas iniciativas para reduzir a necessidade dessa prática – em sua gestão e na de seus fornecedores – e garantir, ao mesmo tempo, a segurança dos produtos que coloca no mercado. Desde 2003, a Natura eliminou totalmente o uso de animais em testes de produtos cosméticos acabados. Entre 2001 e 2003, reduziu em 69% o número de testes em animais em matérias-primas. Para 2004, a meta é reduzir em 25% o número de testes com animais em matérias-primas para produtos cosméticos, em relação a 2003.

(1): Para 2001, não estão disponíveis os números de testes em animais separados para produtos cosméticos e fitoterápicos da Flora Medicinal.



1	
2	

1: Carlos Alberto Mesquita Paiva, Cassia Santos Oliveira e Rosimari Castilho, colaboradores Natura.

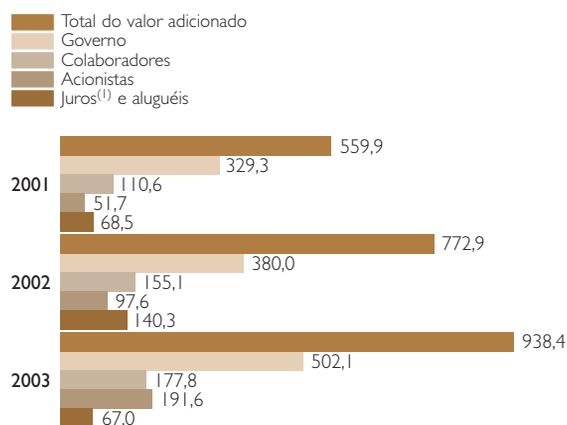
2: Alessandro Soares de Almeida, colaborador Natura, na Fábrica de Shampoos.



## Indicadores Sociais

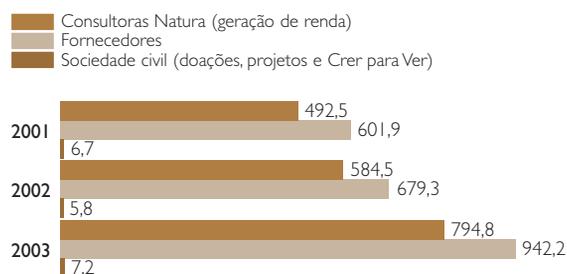
### Valor Adicionado

#### Distribuição por Públicos (R\$ milhões)



(1): Juros líquidos das receitas financeiras.

#### Outros Públicos Beneficiados (R\$ milhões)



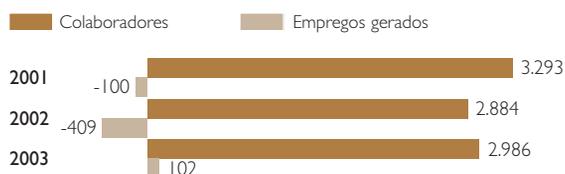
☺ Enquanto o Valor Adicionado total cresceu em 2003 cerca de 21% em relação a 2002, a distribuição de riqueza para determinados públicos cresceu em níveis percentuais superiores. É o caso do Governo (32%), Consultoras (36%) e Fornecedores (39%).

### Geração de Oportunidades de Trabalho e Renda

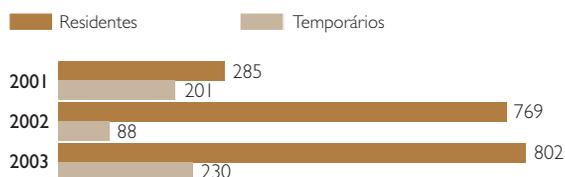
#### Número de Consultoras (mil)



### Número de Colaboradores



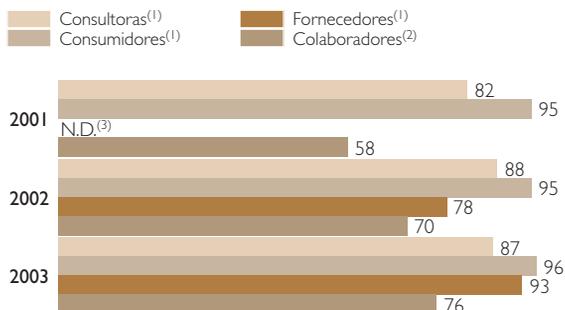
### Número de Terceiros (mil)



☺ 102 novos postos de trabalho e 175 postos para terceiros e temporários foram criados pela empresa em 2003. No mesmo período, a Natura passou a proporcionar fonte alternativa de renda para 53 mil novas Consultoras, que se juntaram às 322 mil em atividade em 2002.

### Relacionamento

#### Satisfação (favorabilidade em %)



☺ O índice de satisfação de fornecedores e público interno apresentou melhoras em 2003. Entretanto, as pesquisas de satisfação com Consultoras e consumidores não apontaram evolução no período. A Natura está avaliando novas abordagens para mensurar e avaliar a qualidade das relações com seus diversos públicos de relacionamento.

(1): Pesquisas realizadas pelo Instituto Indicador GFK do Brasil.

(2): Pesquisa de Clima Organizacional desenvolvida e aplicada pela empresa de consultoria Hay Group do Brasil.

(3): Pesquisa não realizada em 2001.



## análise dos resultados econômico-financeiros, ambientais e sociais

O ano de 2003 revelou-se, para a Natura, um período de excelentes resultados no campo econômico-financeiro e de novas e importantes conquistas nas áreas social e ambiental. O vigor nos negócios, acompanhado simultaneamente de avanços na qualidade do relacionamento com os diversos públicos da Comunidade Natura e com o meio ambiente, retrata que a empresa avança, de forma equilibrada, nas dimensões econômica, social e ambiental das suas atividades, demonstrando o acerto em sua opção pelo desenvolvimento sustentável.

## Negócios

Em 2003, as vendas da Natura tiveram um crescimento nominal de 35,4% e alcançaram a marca de R\$ 1,9 bilhão – em volume físico, a expansão foi de 23,3%. Trata-se de um crescimento sólido, acompanhado de muitos ganhos de eficiência. O lucro líquido alcançou o recorde de R\$ 63,9 milhões, 193,8% acima dos R\$ 21,7 milhões obtidos em 2002.

**Evolução da Receita Bruta**  
(R\$ milhão)



Vários fatores contribuíram para o resultado alcançado, tais como a maior eficácia nas ações de comunicação e marketing, o lançamento de produtos inovadores e o crescimento do número e da produtividade das Consultoras Natura. O número de Consultoras disponíveis (Consultoras que fizeram ao menos um pedido nas últimas nove semanas) ampliou-se 16,5%, de 322 mil em 2002 para 375 mil em 2003. Cada uma delas gerou, em média, receita de R\$ 7,8 mil, um avanço de 20,9% em relação aos R\$ 6,5 mil do exercício anterior. Quanto aos novos produtos, destacaram-se os lançamentos de Chronos Elastinol+, do Perfume do Brasil e da linha Tododia.

**Evolução do Lucro Líquido**  
(R\$ milhões)



As despesas operacionais somaram R\$ 640,1 milhões, ante R\$ 526,6 milhões do ano anterior; um crescimento de 21,6% e, portanto, abaixo dos 35,4% obtidos nas vendas, fruto da continuidade do programa de redução de gastos e dos ganhos de escala. Como conseqüência, o resultado operacional foi de R\$ 230,4 milhões, com crescimento de 90,3%. E a rentabilidade operacional – lucro operacional sobre receita líquida – subiu de 12,2% em 2002 para 17,3% em 2003.

**Número Total de Consultoras** (mil)



A combinação de aumento substancial da receita, com avanço proporcionalmente menor dos custos, levou a um EBITDA ajustado (lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização) de R\$ 295,7 milhões, 48,4% acima do obtido em 2002 (R\$ 199,2 milhões).

**Rentabilidade Operacional (%)**



Sabonete Águas de Natura e perfume Kaiak Aventura.



Detalhe do Espaço Natura em Cajamar; Rosimere Conteli Silva e Tatiane Marquezini, prestadoras de serviço da Natura.

Superada a fase de investimentos em imobilizado, com a conclusão do Espaço Natura Cajamar, a geração de caixa foi utilizada primordialmente na eliminação do endividamento líquido, de R\$ 119,1 milhões no fim de 2002.

De tal forma que a companhia iniciou 2004 com aplicações líquidas de R\$ 19 milhões. Também contribuiu para esse resultado um equilíbrio mais acentuado nos negócios da Natura no exterior. Destacam-se, nesse sentido, os excelentes resultados obtidos na Argentina e no Peru, mercados nos quais as vendas cresceram, respectivamente, 77% e 49%, em moeda local.

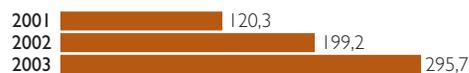
São resultados que revelam a evolução do modelo de expansão internacional via vendas diretas e, em grande medida, o posicionamento e reconhecimento da marca Natura por parte de

Consultoras e consumidores também daqueles países. Em 2003, as vendas continuaram a crescer e a Natura, segundo pesquisa recente, está entre as sete marcas mais conhecidas na Argentina, no mercado de CFT, à frente de grandes e tradicionais nomes do mercado internacional. Pesquisas demonstram que o conhecimento estimulado e espontâneo da marca Natura é atualmente de 80% na Argentina e de 60% no Peru.

## Produção

Em 2003, as linhas da Natura em Cajamar produziram o recorde de 136 milhões de unidades, 27% a mais do que no exercício anterior. O volume de pedidos no processo de separação e distribuição alcançou 5,7 milhões, com crescimento de 29% sobre 2002. Investimentos de R\$ 8 milhões foram necessários para atender à produção de lançamentos – responsáveis por 21,1 milhões de unidades –, com aquisição de máquinas e adequação da infra-estrutura. Cabe destacar, ainda, o início das operações, em escala industrial, das fábricas de medicamentos e de alimentos da Flora Medicinal, transferidas do Rio de Janeiro.

### Evolução do EBITDA Ajustado<sup>(1)</sup> (R\$ milhões)



(1): Exclui a participação das debêntures subordinadas.

### Evolução do Endividamento Líquido (R\$ milhões)



### Número de Unidades Produzidas (milhões)



Mesmo com os ganhos de eficiência, o crescimento observado nos últimos anos torna necessária a retomada dos planos de aumento da capacidade instalada em Cajamar. Para tanto, estão previstos investimentos de cerca de R\$ 50 milhões em 2004. Faz parte desses planos a construção de um novo armazém vertical com 28 mil posições, o que significará dobrar a atual capacidade. Será ainda construída mais uma linha de separação de produtos, serão adquiridos novos equipamentos industriais e ampliada a Unidade de Tratamento de Efluentes.

**Os planos de aumento da capacidade instalada fazem prever, entre outros, investimentos na duplicação da capacidade de armazenamento**





## Gestão de Riscos

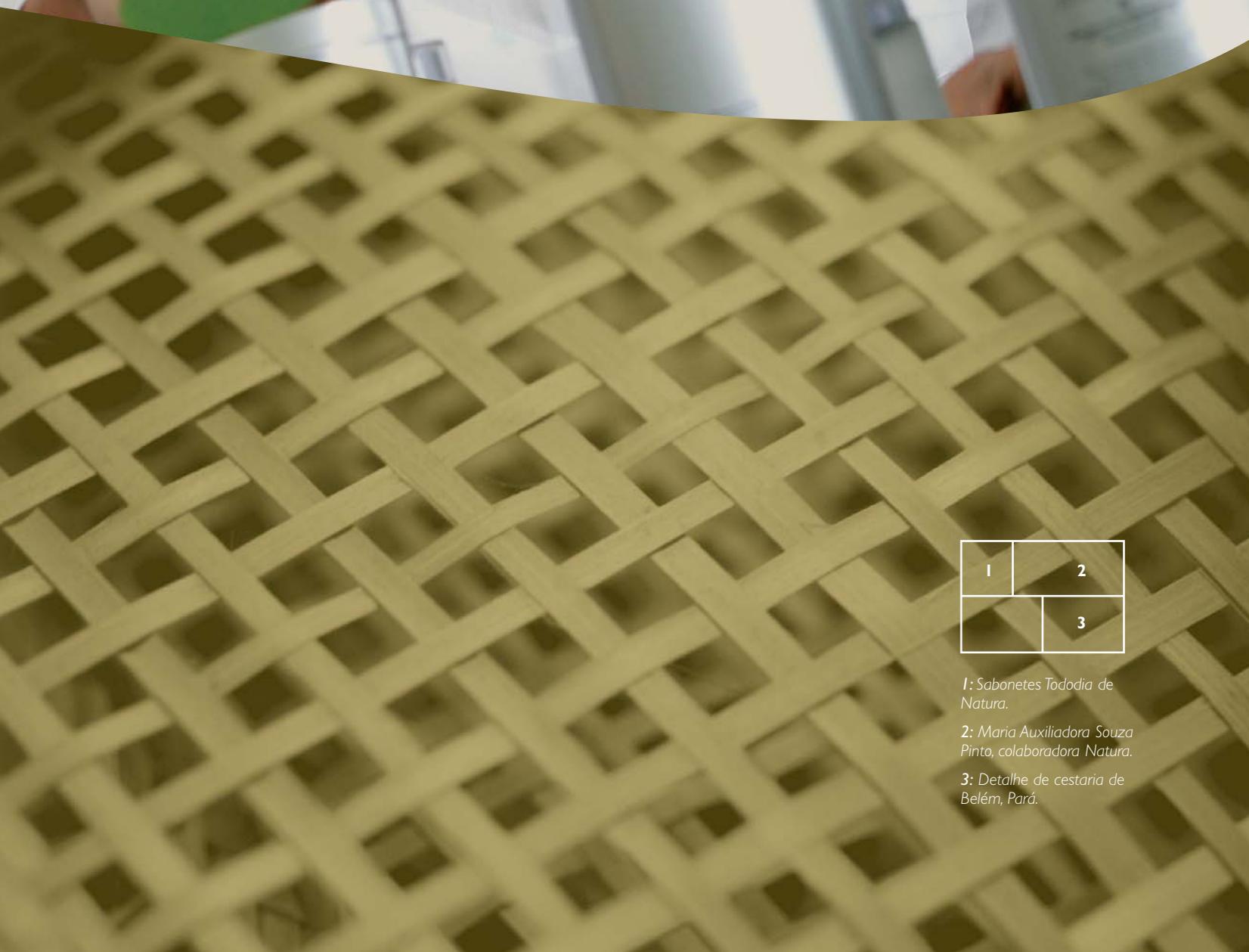
A Natura possui processo sistematizado de gestão de riscos, com enfoque dirigido, em especial, aos riscos ligados à operação, como os de flutuação cambial, financeiros, de defasagem tecnológica, de falta de eficiência na administração e de continuidade dos negócios. Também gerencia as questões relativas à segurança de produtos e de auditoria, em comitês específicos para estes fins, de acordo com o modelo de governança corporativa que adota.

As dívidas denominadas em moeda estrangeira estão protegidas contra o risco de variação cambial, nos termos de nossa política de *hedge* e, portanto, as variações da taxa de câmbio não têm impacto relevante no montante da dívida da companhia. Com a intenção de minimizar os efeitos da variação cambial no custo de produção, a Natura monitora as tendências da variação cambial do real frente ao dólar e, quando necessário, celebra contratos de compra de moeda estrangeira no mercado futuro da Bolsa de Mercadorias & Futuros, BM&F. As operações no mercado de futuros visa, exclusivamente, proteger a empresa contra a variação cambial. A Natura não realiza operações na BM&F com o objetivo de especulação.

O processo de certificação ISO 14001, concluído no início de 2004, orientou a Natura a definir o sistema de gestão de riscos ambientais da companhia e dos seus fornecedores. Nesse sentido, a empresa efetuou, em 2003, o levantamento dos riscos e definiu os planos de ação para minimizá-los.

Também em 2003, a Natura preparou as bases de um *backup* dos seus sistemas operacionais, a ser instalado no primeiro semestre de 2004. A gestão dos equipamentos será terceirizada e integrada a uma grande empresa da área e, portanto, com mais recursos específicos – um importante redutor de riscos de continuidade da operação.

Para 2004, a Natura pretende consolidar e racionalizar todas as políticas da área de gestão de riscos em seus diferentes aspectos. O objetivo é assegurar a melhor qualidade em todos os pontos da gestão.



1	2
	3

1: Sabonetes Tododia de Natura.

2: Maria Auxiliadora Souza Pinto, colaboradora Natura.

3: Detalhe de cestaria de Belém, Pará.



Karina Walter, colaboradora;  
linha de envase da Natura.

## Pesquisa e Desenvolvimento

Investir continuamente e fortemente em Pesquisa e Desenvolvimento tem sido, ao longo dos anos, fator primordial para o êxito de novos lançamentos e, portanto, para a expansão dos negócios da Natura. Nesse sentido, destaca-se a estratégia da empresa para a produção de conhecimento no uso sustentável da biodiversidade brasileira, com expressivos resultados registrados principalmente com os produtos da linha Natura Ekos. Em 2003, a companhia investiu R\$ 35 milhões em inovação de produtos, dos quais R\$ 18 milhões em P&D. Os valores representam um crescimento de, respectivamente, 14,1% e 24,4% em relação a 2002. Ao todo, foram lançados 117 produtos em 2003, em comparação com 91 em 2002. Os produtos inovadores lançados nos últimos dois anos são responsáveis por 38,7% do faturamento da empresa.

Dois avanços tecnológicos, traduzidos em lançamentos, destacaram-se em 2003. Um deles, o Elastinol+, ativo exclusivo da Natura para tratamento anti-sinais do tempo, é um aperfeiçoamento do Elastinol, desenvolvido com o professor Ladislav Robert, da Universidade de Paris VI, e cuja patente foi obtida na França em 2002. O Elastinol+, além de presente em produtos Natura, foi colocado à disposição de um público estratégico, a classe médica, para prescrição na composição de fórmulas destinadas ao tratamento da pele, fato inédito na história da empresa.

### Número de Produtos Lançados (unidades)



Outro avanço tecnológico é o Perfume do Brasil, da linha Natura Ekos, resultado de um trabalho de pesquisa e desenvolvimento de ativos da biodiversidade brasileira – no caso, ativos aromáticos para compor formulações de perfumes. São fragrâncias inovadoras e exclusivas, sem paralelo na perfumaria mundial, para compor o segmento premium em termos internacionais. A Natura colocou ainda no mercado a Água de Banho Breu Branco, para uso após o banho, com o mesmo óleo essencial do perfume. Ainda na linha Ekos, acrescentaram-se novas fragrâncias a produtos já conhecidos, de acordo com o ciclo de certos ativos vegetais, como andiroba, maracujá e castanha-do-pará.

Além dos lançamentos baseados em avanços tecnológicos e em abordagens inovadoras, a Natura passou a ocupar espaços estrategicamente importantes no mercado ao incorporar ao seu portfólio duas novas linhas de produtos. Uma delas, de tratamento de cabelos, composta por produtos como Vitaplant e Hidraplant; outra, a linha Tododia, de sabonetes, cremes e loções para o corpo.

Ao mesmo tempo em que cuidava dos lançamentos, a Natura aprofundou pesquisas sobre a biodiversidade e criou, em parceria com a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo, Fapesp, o programa Natura Campus, de interação com universidades e centros de pesquisa, para produção de conhecimento sobre a flora brasileira e para o desenvolvimento de novos projetos aplicáveis à indústria cosmética. Depois de publicado um edital inicial, foram apresentadas 30 propostas e selecionadas 14 para aprovação pela Fapesp. Em 2004, será lançado outro edital.

## Marca e Comunicação

Respalhada pelo reconhecimento vindo de consumidores e Consultoras, diretamente ligado aos valores assumidos e disseminados pela companhia, a Natura ostenta posição de destaque entre as marcas mais admiradas, fato reafirmado em 2003. Segundo pesquisa de Imagem de Marca e Satisfação realizada anualmente, os consumidores destacam atributos como confiança, qualidade, criatividade e tecnologia, além de considerar a Natura uma empresa positivamente identificada com o Brasil. Durante o ano de 2003, a empresa investiu fortemente em ações de marketing, contribuindo para o desempenho dos negócios e impulsionando a força da marca Natura.

**Os fortes investimentos em marketing, o trabalho e o envolvimento das Consultoras e ações estratégicas de comunicação deram impulso à força já intrínseca da marca**

O envolvimento constante das Consultoras com a empresa vem, também, contribuindo significativamente para a construção da marca Natura. Essa comunidade tem sido responsável por levar ao consumidor final não apenas os produtos e suas funcionalidades, mas também os conceitos que identificam a companhia. A internet, por sua vez, consolidou-se como base de negócios e de relacionamento com as Consultoras, como na exposição da marca ao público em geral. O portal da Natura registrou uma audiência média de 483 mil pessoas ao mês, resultado 109% superior ao de 2002.

Paralelamente, ações estratégicas de comunicação com a imprensa permitiram presença freqüente e positiva da Natura em jornais e revistas, emissoras de rádio e TV. Entre os destaques, reportagem de capa na revista *Exame* e reportagem no jornal *The New York Times*, ambas com foco na linha Natura Ekos e no desenvolvimento sustentável.

Como forma não menos importante de reforço da marca e dos seus conceitos, a companhia recebeu, durante o exercício, 14 mil visitantes no Espaço Natura. Além disso, executivos da companhia levaram esses conceitos a cerca de 40 eventos de responsabilidade corporativa, em diversos pontos do país. Essas ações foram complementadas, ainda, com o apoio financeiro a iniciativas sociais, ambientais, culturais, institucionais e de desenvolvimento sustentável (ver *detalhamento na pág. 54 deste Relatório*).

## Relação com Colaboradores

Fato marcante em 2003 foram os excelentes resultados obtidos junto a uma comunidade essencial, a dos colaboradores. Em pesquisa anual de clima organizacional, a companhia obteve índice de favorabilidade de 76%, posicionando-se de forma desta-

Produtos do Programa Crer para Ver e da linha Natura Criança.





Artesão no mercado  
Ver-o-peso, Belém, Pará;  
Perfume do Brasil de  
Natura Ekos.

cada entre grandes corporações pesquisadas. Em 2001, o índice tinha sido de 58% e, em 2002, de 70%. A Natura foi reconhecida, ainda, como a sétima melhor empresa para se trabalhar e a melhor para a mulher trabalhar no Brasil, segundo pesquisa do Great Place to Work Institute e da revista *Exame*.

Ponto importante na obtenção dos resultados foi um sistema de gestão de clima cada vez mais descentralizado, a cargo das áreas envolvidas. Assim, os gestores aproximam-se, crescentemente, da administração do dia-a-dia na relação com os colaboradores. Papel destacado teve, ainda, a remuneração variável, via Programa de Participação nos Lucros e Resultados, item componente das pesquisas de clima.

#### Clima Organizacional<sup>(1)</sup> (favorabilidade em %)



(1): A pesquisa de clima organizacional foi desenvolvida e é aplicada pela empresa de consultoria Hay Group do Brasil.

Treinamento e capacitação também mereceram atenção especial em 2003, com ampliação tanto dos investimentos como da abrangência dos programas. Foram investidos R\$ 6,7 milhões, 34% acima de 2002, e os programas alcançaram também familiares de colaboradores, terceiros e filhos de terceiros. A média em treinamento e capacitação passou de 36 horas, em 2002, para 44 horas, para cada colaborador, em 2003.

#### Evolução dos Investimentos em Treinamento (R\$ mil)



Parte desse esforço esteve voltado para a conscientização em relação ao modelo de gestão de negócios que a Natura adota e procura disseminar. Assim, cerca de 1.400 colaboradores e terceiros, por exemplo, passaram por treinamento para sensibilização sobre os conceitos básicos da Sustentabilidade. Nesse programa, além de conceitos e definições, são apresentados e discutidos exemplos práticos sobre o tema.

Tais ações, voltadas para o desenvolvimento profissional, foram importantes para o clima organizacional, que também foi positivamente impactado pelo programa de Qualidade de Vida. O programa abordou quatro dimensões: saúde física e mental, integração social e familiar, ambiente de trabalho e cultura e lazer. Para 2004, está prevista não só a continuidade do programa como a segmentação para atender mais de perto às necessidades dos vários públicos internos.

No campo do desenvolvimento profissional, a Natura age além dos seus limites internos e alcança não apenas colaboradores, mas também familiares e outros públicos. O programa Natura Educação, por exemplo, facilita o acesso de colaboradores e familiares à educação formal e capacitação profissional. Em 2003, o programa concedeu 300 bolsas de estudo, em comparação com 298 em 2002. Um dos objetivos, para 2004, é abrir o programa para terceiros.

É política da Natura investir nas movimentações internas de pessoal, privilegiando colaboradores no preenchimento de vagas. Em 2003, a Natura preencheu 54% das vagas abertas com colaboradores inscritos na Bolsa de

Oportunidades, processo de recrutamento interno adotado pela empresa. E, num reconhecimento ao trabalho de capacitação, preencheu 58% das vagas de promotoras de vendas com Consultoras. Mesmo com a política de aproveitamento dos quadros internos, a Natura procura ampliar a diversidade entre colaboradores, como mostra o crescimento no número de portadores de necessidades especiais contratados. Nessas condições, foram admitidos 49 colaboradores, que se somaram aos 47 já presentes no quadro. São vagas preenchidas principalmente na área operacional. Os planos para 2004 são de contratar portadores de necessidades especiais também para a área administrativa e, ainda, admiti-los no programa de *trainees*.

#### Número de Colaboradores<sup>(1)</sup>



(1): Inclui todos os colaboradores do Grupo Natura.

### Relação com Consultoras e Consumidores

Em 2003, a Natura continuou a investir na aproximação com suas Consultoras e Consultores, comunidade que constitui o principal elo da empresa com o consumidor final. A Natura busca, de forma obstinada, aperfeiçoar e tornar mais próximo e caloroso o relacionamento com este importante público. A qualidade dessas relações, combinada com um portfólio de produtos e lançamentos importantes, além de materiais de comunicação e apoio às vendas igualmente eficientes, contribuíram para o crescimento do número de Consultoras e para o avanço da produtividade. Ao final de 2003, havia 355 mil Consultoras no Brasil, cerca de 50 mil a mais do que no ano anterior. Em 2003, a Natura gerou cerca de R\$ 800 milhões em renda para essa comunidade, 36% acima de 2002. Trata-se de relevante papel social, de distribuição de riqueza a pessoas nem sempre em condições de acesso ao já disputadíssimo mercado de trabalho convencional ou que procuram melhorar suas condições de vida com uma importante fonte suplementar de renda.

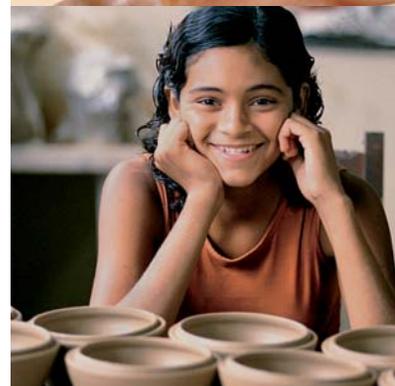
Tais resultados são consequência, em boa parte, do trabalho de maior aproximação com essa comunidade, que resulta no envolvimento crescente das Consultoras com a Razão de Ser da companhia. O número de contatos com as Consultoras apresentou crescimento de 38% e, durante o ano, houve 318,7 mil participações nos treinamentos dedicados a elas – 49,5% além das 213,2 mil registradas em 2002, com destaque para a programação de cursos, lançamentos de produtos, oficinas de maquiagens e visitas ao Espaço Natura. Outro destaque foi a criação e lançamento, no fim de 2003, de um programa semanal na TV Bandeirantes, dedicado às Consultoras – o *Rede Natura*.

#### Distribuição de Riqueza<sup>(1)</sup> – Consultoras Independentes (R\$ milhões)



(1): Valor estimado com base nos preços de venda sugeridos.

Berenice Maria Ferraz de Camargo, consumidora Natura;  
Carla Sueli da Silva Marques,  
no ateliê de cerâmica de  
Mestre Cardoso, em  
Belém, Pará.





Adriana Galimberti, consumidora; Natura Chronos Elastinol+.

Avançou, ao mesmo tempo, a utilização da internet como plataforma de relacionamento. Pouco menos de 500 mil pessoas visitaram o portal natura.net por mês, em busca de informações sobre a empresa, seus produtos e lançamentos, bem como para enviar seus pedidos on-line. Até dezembro, 300 mil pessoas, entre elas 100 mil Consultoras, estavam inscritas no portal e receberam informações periódicas sobre lançamentos e novidades da empresa. Por fim, a plataforma de eBusiness se mostrou novamente um interessante canal de redução de custos e aumento de produtividade da área de vendas, que a utilizou para enviar cerca de 34% dos pedidos da empresa.

Esse conjunto de ações está na base do aumento da produtividade – valor das vendas dividido pelo número de Consultoras –, de 7% em 2003. A ele deve-se agregar a ampliação dos investimentos para explicar uma proximidade mais estreita da Natura também com os consumidores. O crescente investimento em marketing traduziu-se em maior presença da marca e dos produtos, seja na mídia em geral, seja por meio do Vitrine, catálogo publicado a cada 21 dias e que apresenta o portfólio de produtos. Forma também eficiente de chegar ao consumidor final foram os lançamentos de produtos com alta tecnologia e alto valor agregado e outros, voltados para uso cotidiano.

#### Acesso ao Site por Consultoras (média mensal em mil)



### Relação com Fornecedores

Um trabalho específico de aproximação da Natura com os fornecedores apresentou resultados estimulantes em 2003. De acordo com pesquisa de avaliação, 93% dos fornecedores disseram-se satisfeitos ou muito satisfeitos com a Natura, em comparação com 78% em 2002. Uma forma encontrada para obter esse avanço foi chamar fornecedores estratégicos – escolhidos com base em qualidade, logística, inovação e custos – a participar do desenvolvimento de produtos desde a concepção. São parceiros diversos para os vários tipos de projetos em andamento.

**Pesquisa de avaliação mostrou que 93% dos fornecedores estão satisfeitos ou muito satisfeitos com a Natura, em comparação com 78% em 2002, como fruto de um trabalho de maior integração**

A aproximação e integração foi possível em várias frentes do negócio e alcançou também aspectos sociais e ambientais. Além de compromissos sociais firmados em contrato, como, por exemplo, a proibição do trabalho infantil, a Natura passou, em 2003, a chamar os seus parceiros de negócios a participar do processo de implan-

tação da norma ambiental ISO 14001. Os fornecedores serão, em 2004, avaliados quanto ao impacto ambiental das suas atividades. Aqueles cujo impacto ambiental é representativo e estejam desenquadrados na legislação serão convidados a negociar um acordo, visando à implantação de sistemas de melhora contínua.

Da mesma forma, a companhia progrediu no relacionamento com as comunidades fornecedoras de insumos naturais. Nessa nova etapa, a Natura vem estruturando um modelo de maior proximidade com esses públicos, em um trabalho que envolve ONGs, cientistas, pesquisadores e governos. Trata-se de uma evolução do programa de certificação de ativos, adotado pela empresa a partir de 2000, de forma a promover o manejo correto das matérias-primas provenientes da biodiversidade brasileira (ver quadro na página seguinte).

### **Um novo modelo de aproximação vem aprimorando a relação com fornecedores de insumos naturais**



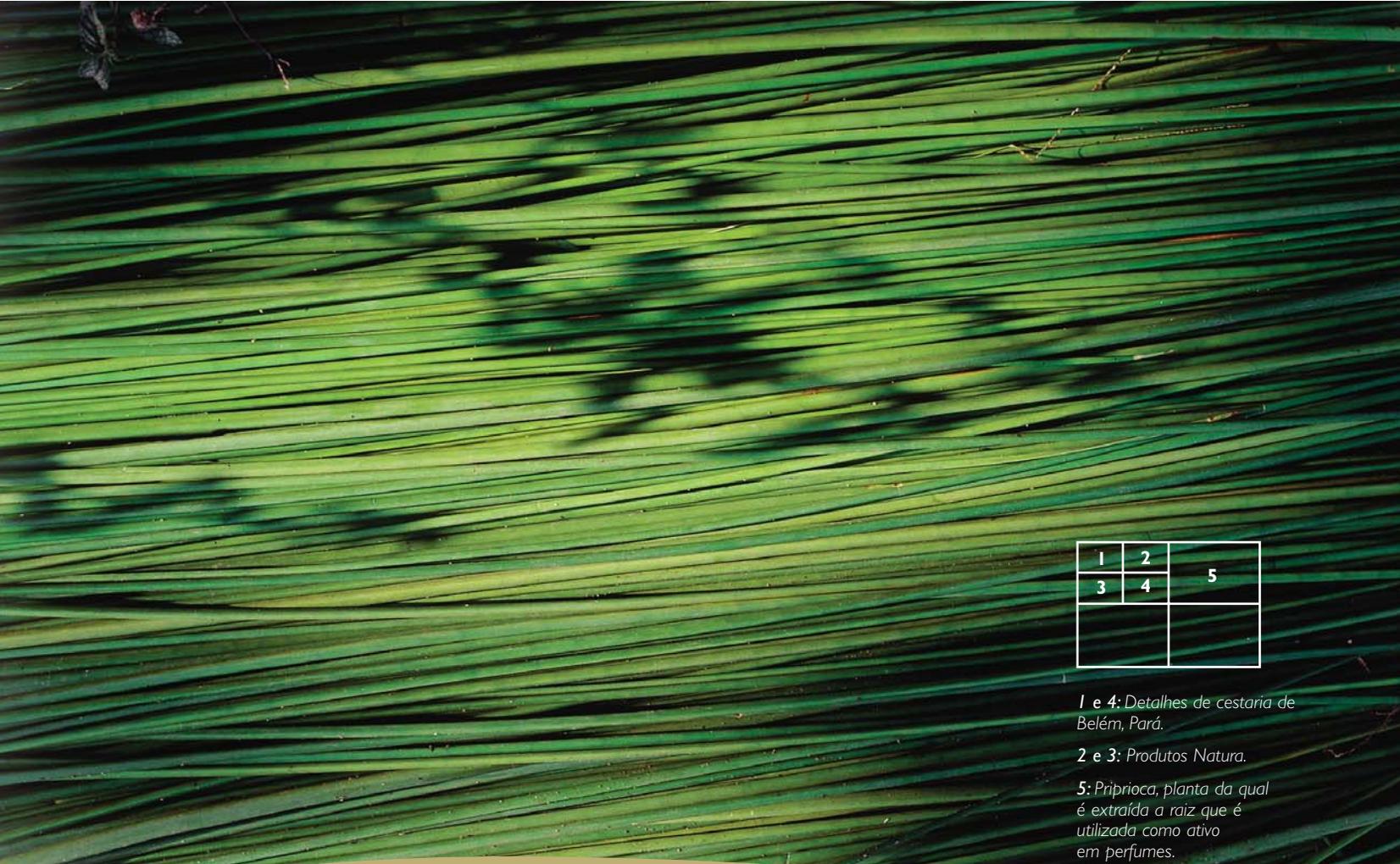


## Aprendizado e Inovação

Em 1999, quando começou a desenvolver a linha Ekos, com uso de produtos da biodiversidade brasileira, a Natura implantou o Programa de Certificação de Ativos. Seria uma forma, imaginava-se, de garantir a extração daqueles insumos de maneira sustentável. Sabe-se, hoje, que a certificação é de extrema importância e complexidade, mas, se assegura o manejo correto dos ativos da biodiversidade, não garante o desenvolvimento das comunidades produtoras e a viabilidade econômica, ao longo dos anos, da atividade de extração, fatores determinantes para um desenvolvimento sustentável.

Nesse sentido, 2003 caracteriza-se como um período fértil na compreensão desse processo e na evolução do relacionamento com as comunidades tradicionais para o uso adequado, em todos os sentidos, dos ativos brasileiros. A Natura e seus parceiros evoluíram para processos estruturados sobre prazos mais longos e resultados mais perenes, como os programas locais de desenvolvimento sustentável.

De acordo com o aprendizado, a Natura não se limita a buscar a certificação dos ativos que usa em seus produtos, mas a apoiar as comunidades, articulada com ONGs, cientistas, pesquisadores e governos. Além disso, tem cuidado para que a atividade econômica das comunidades se mantenha, com ou sem a presença da companhia e sem a dependência de um único produto. Para isso, tem estimulado a discussão sobre modelos de desenvolvi-



1	2	5
3	4	

*1 e 4: Detalhes de cestaria de Belém, Pará.*

*2 e 3: Produtos Natura.*

*5: Priprioca, planta da qual é extraída a raiz que é utilizada como ativo em perfumes.*

to sustentável local e, da mesma forma, tem procurado contribuir para a organização social das comunidades e para a adoção, por exemplo, de conceitos como o da cesta de produtos. Como a indústria de cosméticos exige permanentes inovações, com a produção obedecendo a ciclos, o desenvolvimento das comunidades não deve ficar na dependência da exploração de um único ativo. A Natura estimula, também, a criação de formas alternativas de desenvolvimento e a geração de recursos para as comunidades, como a produção de artesanato e o desenvolvimento do ecoturismo, por exemplo.

Na mesma época em que começou o desenvolvimento da linha Ekos, impulsionada pela promissora perspectiva de utilização sustentável da rica biodiversidade nacional, a Natura adquiriu a Flora Medicinal J. Monteiro da Silva, tradicional laboratório brasileiro de fitoterápicos. À época, iniciou estudos para aprofundar os seus conhecimentos sobre os produtos e ativos da nova empresa, cuja maioria das plantas utilizadas era proveniente da Mata Atlântica. Nesse processo de avaliação, a Natura identificou que uma parcela considerável dessas plantas não tinha origem sustentável comprovada. Essa constatação fez com que a empresa decidisse por descontinuar a fabricação de 14 dos 31 produtos que utilizavam os ativos estudados, impactando em cerca de 20% o faturamento da Flora Medicinal. Desde então, a Natura iniciou o Projeto Plântula, para a certificação dos ativos naturais utilizados nos produtos da Flora (ver *Iniciativas e Parcerias Sustentáveis Ligadas ao Negócio*, na página 54), que deverá ser concluído em julho de 2004.

## Relação com a Comunidade

A Natura vem estreitando os laços com as comunidades nas quais mantém unidades operacionais – os municípios paulistas de Cajamar e Itapecerica da Serra. Um fórum formado por representantes do governo, da comunidade e da Natura, criado em 2003, passou a se reunir mensalmente para discutir planos de desenvolvimento para a cidade de Cajamar. Os debates fazem parte de um processo cujo objetivo é a construção conjunta de um programa de desenvolvimento local inspirado na Agenda 21 – plano de ação baseado em métodos de proteção ambiental, justiça social e eficiência econômica, cujos princípios foram estabelecidos na I Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, a Eco-92. Além disso, a Natura criou um grupo de trabalho interno, composto de colaboradores de várias áreas, para discutir o que tem sido feito e o que pode ser feito pela companhia em prol da comunidade.

**Um fórum criado em 2003 passou a discutir planos para Cajamar. Para Itapecerica, foi lançado um programa de voluntariado no horário de trabalho**

*Mestre Cardoso, ceramista das peças que ilustram este Relatório, e prato marajoara produzido no seu ateliê.*



Membro do Conselho dos Direitos da Criança e do Adolescente de Cajamar, que ajudou a constituir, a Natura repassa ao conselho parte do imposto que recolhe, como faculta a legislação. Em 2003, foram destinados R\$ 132 mil para este fim. O principal projeto no município é o Oficinas Culturais – parte do programa Cidadão em Movimento, de fortalecimento da cidadania (ver *Iniciativas e Parcerias Sociais na pág. 54*).

Em 2003, o projeto entrou em nova fase, mediante parceria firmada com o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial, Senac, e apoio da Prefeitura de Cajamar. Em março, os 52 adolescentes formados no Oficinas Culturais iniciaram o curso profissionalizante de agente cultural, concluído em março de 2004. Esses jovens serão, depois, absorvidos pela estrutura cultural da cidade ou por atividades da Natura, também no município.

A empresa fez, ainda, parceria com a ONG Mata Nativa e com a prefeitura, e patrocinou e se envolveu em várias atividades durante a Semana do Meio Ambiente, em junho, para sensibilizar a comunidade sobre o tema. Também apoiou a Diretoria de Educação do município na elaboração do plano decenal de educação e em campanha pelo desarmamento infantil.

Em Itapecerica da Serra, a Natura igualmente repassa parte do imposto que recolhe ao Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente, R\$ 87 mil em 2003 e mantém o apoio ao projeto Barracões Culturais da Cidadania. O projeto dissemina cultura aos jovens, por meio de oficinas de teatro, literatura, dança, música, artes plásticas e artesanato (ver *Iniciativas e Parcerias Sociais na pág. 54*).

No sentido de buscar maior aproximação com a comunidade de Itapecerica, a Natura lançou, no fim de 2003, um programa de voluntariado no horário de trabalho para que seus colaboradores possam desenvolver atividades no hospital municipal local e na Casa de Passagem – instituição que acolhe adolescentes em risco e oferece abrigo temporário ou prolongado aos necessitados.

**O Programa Crer para Ver arrecadou em 2003 a quantia recorde de R\$ 2,6 milhões, 52,3% a mais do que em 2002**

## Relação com Governo e Sociedade

Em suas relações com o governo, a Natura tem buscado contribuir para a construção de políticas públicas, em especial aquelas relacionadas ao seu negócio. É o caso, por exemplo, das políticas de desenvolvimento regional, de acesso e uso de ativos da biodiversidade brasileira, das discussões sobre acesso ao patrimônio genético e ao conhecimento tradicional. A Natura tem participado de fóruns qualificados, ao lado de governo e organizações da sociedade civil, contribuindo com o necessário diálogo sobre esses temas.

Da mesma forma, a empresa apóia iniciativas e desenvolve projetos para levar à sociedade os melhores conceitos e práticas da responsabilidade social. Entre as ações no campo ambiental está o Projeto Biodiversidade Brasil, em parceria com a Fundação Padre Anchieta-TV Cultura, cujo objetivo é estimular o debate e a reflexão sobre temas da biodiversidade brasileira por meio de programas exibidos em canal de TV pública. Outras iniciativas apoiadas pela empresa, como o Projeto de Educação e Recuperação Ambiental da Mata Atlântica no Vale do Rio Doce, o Projeto Pomar e o Projeto Canguçu, estão detalhadas no capítulo Iniciativas e Parcerias Sociais e Ambientais, na página 54 deste Relatório.

### Crer para Ver – Recursos Líquidos Arrecadados (R\$ mil)



Outro exemplo importante da atuação social da Natura é o Programa Crer para Ver; uma parceria com a Fundação Abrinq nascida há oito anos. Produtos criados voluntariamente por fornecedores parceiros, especialmente para o Programa, são vendidos também de forma voluntária pelas Consultoras. Os recursos arrecadados são destinados a projetos para a melhoria do ensino público. Em 2003, o programa arrecadou a quantia recorde de R\$ 2,6 milhões, 52,3% a mais que em 2002.

### Número de Voluntários Programa Novos Olhares



O Projeto Novos Olhares, de oficinas de automaquiagem para pacientes em tratamento de câncer e seus acompanhantes, é outra iniciativa bem-sucedida. Com a par-



Embalagem de Óleo Trifásico de Burity da linha Natura Ekos; Beth Cheirosinha, vendedora, no mercado Ver-o-peso em Belém, Pará.



Espaço Natura em Cajamar,  
São Paulo.

ticipação voluntária de promotoras, gerentes de vendas e colaboradores em geral, o projeto começou em 2002, no Centro de Convivência do Hospital do Câncer, em São Paulo, e, no mesmo ano, alcançou o Instituto Brasileiro de Combate ao Câncer, também de São Paulo, e o Instituto Nacional do Câncer, no Rio de Janeiro. Em 2003, o projeto chegou ao Hospital do Câncer de Mato Grosso, ao Hospital das Clínicas de Belo Horizonte, ao Hospital de Câncer de Pernambuco e à Sobecan-Hospital do Câncer de Ribeirão Preto, São Paulo. O número de voluntários, de 90 em 2002, passou para 123 em 2003. O número de oficinas subiu de 80 para 120 e o de atendimentos, de 1.300 para 1.800 (ver *Iniciativas e Parcerias Sociais na pág. 54*).

As relações com o governo e a sociedade também são caracterizadas por representações em mais de 50 associações e entidades de classe (ver *pág. 64 deste Relatório*).

## Relação com o Meio Ambiente

A Natura tem evoluído na gestão dos seus processos produtivos, com as melhores práticas no uso dos recursos naturais não renováveis e com menor geração de resíduos. Em 2003, um considerável progresso foi alcançado. Apesar do aumento de 26,8% na produção, o consumo de energia elétrica recuou 0,9%, o de água 4,5% e a geração de resíduos caiu 5%. Essa melhora já é um resultado inicial do processo de implantação das normas ISO 14001.

A etapa de planejamento para implantação do sistema ambiental de acordo com as normas ISO 14001 foi concluída em 2003. No início de 2004, a empresa recebeu a certificação e iniciou a fase de treinamento para realizar o planejado. Contudo, toda a análise de metas estabelecidas e de desvios, bem como de providências para eliminar as diferenças, já foi efetuada em 2003, daí a diminuição no consumo de energia e água e na geração de resíduos.

**Apesar do aumento da produção, o consumo de energia elétrica caiu 0,9%, o de água 4,5% e a geração de resíduos foi 5% menor**

Na aquisição de novas máquinas, deu-se preferência àquelas com dispositivos capazes de levar à economia de energia. Sensores de presença foram colocados nos escritórios, além de outras providências tomadas a partir das conclusões do grupo interno formado com o objetivo de identificar oportunidades de redução do consumo.

Quanto à água, o reúso passou de 16% em 2002 para 29% em 2003 – daí a queda no consumo total. A água não reutilizada, no caso da Natura, tem alto nível de pureza e é redirecionada ao Rio Juqueri, o que ajuda na diluição de poluentes. O rio, que corta o Espaço Natura em Cajamar, conta com zero de oxi-

### Reúso de Água (%)



gênio dissolvido e tem merecido ações da Natura para sua revitalização, por meio da atuação como representante da indústria para controle de poluição de águas subterrâneas no Comitê da Bacia Hidrográfica do Alto Tietê.

No tocante aos resíduos da produção, o acompanhamento mensal da geração e da característica física e química de cada tipo vem permitindo reduzir a quantidade gerada e, o que também é muito importante, alterar a qualidade. A participação dos resíduos considerados perigosos (álcool sujo, produtos rejeitados por contaminação biológica e materiais descartados do ambulatório médico, por exemplo) caiu de 32,1% para 20,7% do total gerado. Nesse sentido, mudanças no processo industrial permitiram que o lodo da Estação de Tratamento de Efluentes, antes considerado perigoso segundo as normas da ABNT, passasse para outra categoria.

Nesse processo de diminuição dos resíduos, a reciclagem começa a ter papel destacado. É o caso do resíduo de *bulk* – insumo utilizado na linha de produção. Antes incinerado, o resíduo será reciclado, mediante forma ambientalmente aprovada pela Cetesb, e vendido a outra empresa para ser utilizado na fabricação de sabão em barra. Com isso, a Natura não só eliminará o custo com incineração como ainda terá receita com a venda do resíduo transformado.

Resíduos originados do restaurante – no pré-preparo de comida, como talos de vegetais –, das podas de jardim e de cortes de árvores, antes encaminhados a aterro, serão transformados. Um centro de compostagem foi construído com essa finalidade, obtendo-se um composto de excelente qualidade, que substitui a terra vegetal antes adquirida no mercado para manutenção da área verde do Espaço Natura, em Cajamar.

Desenvolver e crescer de modo sustentável implica mudança de padrões de produção e consumo, e uma das ferramentas que podem contribuir com esse processo é a Análise de Ciclo de Vida de Produtos. Essa metodologia auxilia na identificação e análise dos impactos ambientais decorrentes dos produtos lançados pela empresa e de suas conseqüências para a sociedade. Em 2003, a Avaliação de Ciclo de Vida foi inserida no processo formal de lançamentos de produtos da empresa. Incluída como parte do processo de certificação ISO 14001, a avaliação atingiu praticamente todas as embalagens dos produtos e, por meio dela, detectou-se, por exemplo, que um dos itens de maior impacto eram as sacolas plásticas usadas para enviar os produtos às Consultoras. Embora a um custo maior, absorvido pela empresa, as sacolas plásticas foram substituídas pelas de papel reciclado. Os resultados e metas do projeto de Análise de Ciclo de Vida de Produtos estão detalhados no capítulo Metodologia e Principais Indicadores (página 16) e nos Indicadores Econômicos, Sociais e Ambientais (página 66).

### **A Análise do Ciclo de Vida dos Produtos levou à substituição de sacolas plásticas pelas de papel reciclado**

*Peça de cerâmica marajoara; lavradores trabalhando no cultivo da pirioca.*



1	2
	3

1. Água de Banho e Perfume do Brasil Breu Branco, Cumaru.

2. Garrafas com essências aromáticas do mercado Ver-o-peso, em Belém, Pará.

3. Embarcações na Baía de Guajará, em Belém, Pará.







## governança corporativa

Como parte do aperfeiçoamento da governança corporativa da Natura, os comitês diretamente ligados ao Conselho de Administração, como o de Recursos Humanos e o de Auditoria e Gestão de Riscos, tiveram ampliada, em 2003, a abrangência de atuação. Além disso, o Comitê Executivo passou a ser um fórum mais amplo, incluindo os diretores da companhia e alguns gerentes graduados. Aos comitês existentes, entre eles o de marcas e patentes, Ekos Internacional, Divisão Sul e Flora Medicinal, acrescentou-se um específico, o de Pesquisa e Desenvolvimento.

Ressalte-se que é o primeiro ano completo de funcionamento do Comitê de Sustentabilidade, com avanços significativos em uma área particularmente importante para a Natura.

Emanam do Conselho de Administração – composto por três conselheiros internos e dois externos e independentes à organização – as orientações que levam a Natura a pautar, ativamente, a relação com seus diferentes públicos, com base nos mais elevados padrões de transparência, responsabilidade e comprometimento. A periodicidade e a qualidade da divulgação de informações para esses diversos públicos superam as exigências legais para companhias abertas, atendendo às recomendações da Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais, Apimec, da Associação Brasileira das Empresas de Capital Aberto, Abrasca, do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social e da Global Reporting Initiative, GRI. Observam, igualmente, as normas de comunicação da Comissão de Valores Mobiliários, CVM, no relacionamento com o mercado financeiro e de capitais.

## Códigos de Conduta

A Natura é signatária de diversos códigos de conduta empresarial, nacionais e internacionais. A empresa subscreve o Global Compact, iniciativa da Organização das Nações Unidas, ONU, que reúne empresas, trabalhadores e sociedade civil em geral, com o objetivo de fornecer uma estrutura global que promova o crescimento sustentável e a cidadania, por meio de lideranças corporativas comprometidas e inovadoras. Os princípios propostos pelo Global Compact estão relacionados à defesa dos direitos humanos, condições de trabalho e meio ambiente (*para mais informações sobre a iniciativa consulte os sites [www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org) ou [www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br)*). O compromisso assumido pela Natura com os princípios do Global Compact estão detalhados na página seguinte.

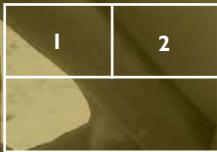
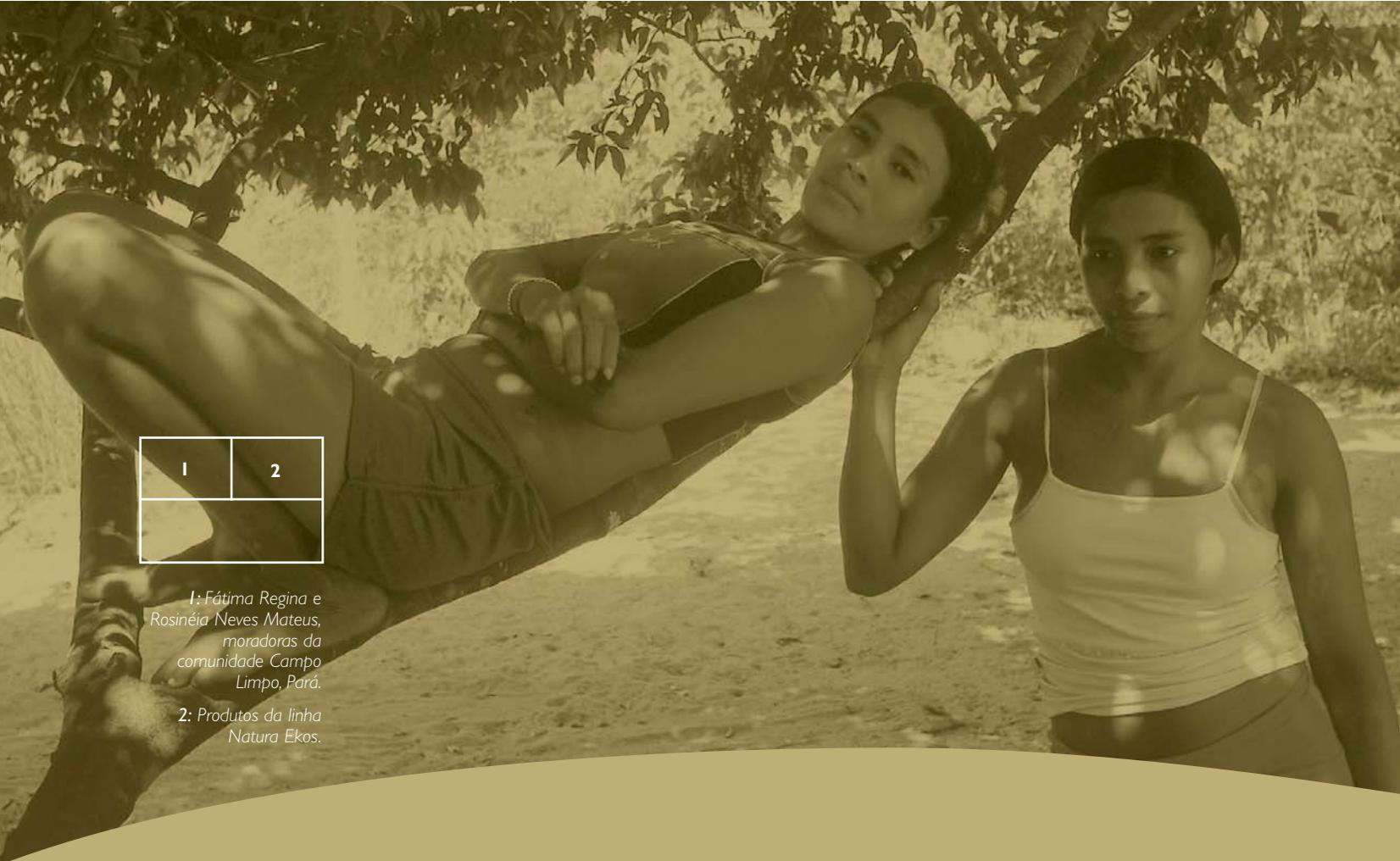
A Natura obedece também às recomendações do Código de Conduta de Venda Direta da Associação Brasileira das Empresas de Venda Direta, que atende às normas do modelo da World Federation of Direct Selling Associations.

Seguidora do Estatuto da Criança e do Adolescente, a Natura inclui, nos contratos com fornecedores, cláusulas que proíbem o trabalho infantil e é filiada à Fundação Abrinq pelos Direitos das Crianças, da qual recebeu o selo de “Empresa Amiga da Criança”. Associada ao Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, a Natura adota integralmente a Carta de Princípios daquela entidade.

### **A Natura subscreve o Global Compact e segue as recomendações do Código de Conduta de Venda Direta Diante dos Consumidores e do Estatuto da Criança e do Adolescente**



Forno para queima de cerâmica; estatueta marajoara de Mestre Cardoso.



1: Fátima Regina e Rosinéia Neves Mateus, moradoras da comunidade Campo Limpo, Pará.

2: Produtos da linha Natura Ekos.

## Princípios do Global Compact

### Compromisso com a Responsabilidade Social e Ambiental

A Natura foi uma das primeiras companhias brasileiras signatárias do Global Compact, tendo assumido o compromisso em julho de 2000. A empresa foi representada por um dos seus co-presidentes no evento de lançamento do movimento, em Nova York. Na ocasião, o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social – que contou com o apoio decisivo da Natura em sua criação, em 1998, e é hoje o principal apoiador do Global Compact no País – apresentou uma relação das mais de 200 empresas brasileiras signatárias. Em 2003, a Natura demonstrou novamente seu apoio às Nações Unidas ao apoiar o evento em homenagem à memória do brasileiro Sérgio Vieira de Mello, representante especial da ONU no Iraque.

A Natura é membro do Comitê Brasileiro do Global Compact. Esse comitê é responsável por orientar as organizações signatárias em suas ações e por incentivar outras partes interessadas em assumir o compromisso. Um dos objetivos é incentivar as empresas participantes a promover o pacto global em suas cadeias de valor.

Atualmente, o Global Compact vem buscando relacionar o comportamento empresarial ao alcance das Metas de Desenvolvimento do Milênio:

1. Erradicar a extrema pobreza e a fome
2. Atingir o ensino básico universal
3. Promover a igualdade entre os sexos e a autonomia das mulheres
4. Reduzir a mortalidade infantil
5. Melhorar a saúde materna
6. Combater o HIV/Aids, a malária e outras doenças
7. Garantir a sustentabilidade ambiental
8. Estabelecer uma parceria mundial para o desenvolvimento



Por seu cuidado com a qualidade das relações e por seu comportamento empresarial, a Natura vem buscando historicamente a promoção dos valores propostos pelo Global Compact. A adesão ao movimento não é uma ação isolada – é mais um passo efetivo na construção desses valores. Abaixo, apresentamos uma relação entre os princípios do Global Compact e os indicadores da Global Reporting Initiative.

Princípios do Global Compact	Indicadores GRI	Página
<b>Direitos Humanos</b>		
I: Apoiar e respeitar a proteção de direitos reconhecidos internacionalmente.	48, 62, 65	78, 83, 84
II: Certificar-se de que suas próprias corporações não estejam sendo cúmplices de abusos e violações de direitos humanos.	52, 53, 63, 64	80, 84
<b>Trabalho</b>		
III: Apoiar a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva.	49, 50, 51, 67	79, 84
IV: Apoiar a eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório.	69	85
V: Apoiar a erradicação efetiva do trabalho infantil.	40, 63, 64, 68	75, 84
VI: Eliminar a discriminação com respeito ao empregado e ao cargo.	55, 60, 66	80, 82, 84
<b>Meio Ambiente</b>		
VII: Adotar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais.	13 a 35, 40, 43, 63, 64	71-75, 76, 84
VIII: Desenvolver iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental.	17, 22, 24, 28, 29, 35, 41	54, 71, 72, 73, 74, 75
IX: Incentivar o desenvolvimento e difusão de tecnologias limpas que não agridem o meio ambiente.	17, 22, 35, 36	71, 74, 75

1	2	3		4	5
6	7		8	9	10
11	12	13	14	15	16
17	18	19		20	21

## Conselho de Administração

1. **Antonio Luiz da Cunha Seabra**  
Conselho de Administração,  
Co-Presidente – Fundador
2. **Guilherme Peirão Leal**  
Conselho de Administração,  
Co-Presidente
3. **Pedro Luiz Barreiros Passos**  
Diretor-Presidente,  
Membro do Conselho de Administração
20. **Edson Vaz Musa**  
Membro do Conselho de Administração,  
Coordenador do Comitê de Recursos Humanos
21. **José Guimarães Monforte**  
Membro do Conselho de Administração,  
Coordenador do Comitê de Auditoria

## Diretoria

3. **Pedro Luiz Barreiros Passos**  
Diretor-Presidente,  
Membro do Conselho de Administração
4. **Alessandro Giuseppe Carlucci**  
Vice-Presidente de Negócios
5. **Itamar Correia da Silva**  
Vice-Presidente de Operações e Logística
6. **José David Vilela Uba**  
Vice-Presidente de Finanças e Informações
7. **Philippe Joseph Pommez**  
Vice-Presidente de Internacionalização
8. **Andrea Rodrigues Sanches**  
Diretora de Marketing de Relacionamento
9. **Antonio Carlos Siqueira da Silva**  
Diretor Jurídico
10. **Claudia Falcão da Motta**  
Diretora de Recursos Humanos
11. **Denise Lyra de Figueiredo**  
Diretora de Unidade de Negócio
12. **Eduardo Luppi Júnior**  
Diretor de Inovação
13. **Italo Gennaro Flammia**  
Diretor de Tecnologia da Informação
14. **Márcio Ramy Mansur**  
Diretor de Logística Integrada
15. **Maurício Bellora**  
Diretor da Divisão Sul
16. **Pedro Cruz Villares**  
Diretor de Vendas Brasil
17. **Roberto Zardo**  
Diretor de Qualidade
18. **Rodolfo Witzig Guttilla**  
Diretor de Assuntos Corporativos
19. **Vicente Pinho de Mello**  
Diretor da Flora Medicinal





## Reconhecimentos

Ao longo de 2003, as ações desenvolvidas pela Natura no relacionamento com suas várias comunidades, nas práticas de responsabilidade corporativa e na comunicação com a sociedade, foram reconhecidas pela imprensa e por organismos especializados. A Natura foi apontada pela revista *Exame* e pelo Great Place to Work Institute como a sétima empresa entre as melhores para se trabalhar no Brasil e número um entre as mulheres, e pelo jornal *Valor Econômico*/Hay Group como um dos principais destaques na gestão de clima organizacional. O Great Place to Work Institute, desta vez em parceria com o jornal *El Comercio*, classificou a Natura na nona colocação entre as melhores empresas para trabalhar no Peru. E pesquisa da revista *Forbes Brasil* colocou a companhia em primeiro lugar no setor e em segundo no ranking geral das empresas mais desejadas para se trabalhar.

Levantamento da revista *Carta Capital* e da InterScience posicionou a Natura, pelo quarto ano consecutivo, entre as empresas mais admiradas do País pelo comportamento ético, compromisso social, responsabilidade ambiental e consciência cidadã – segundo lugar, em 2003, no ranking geral, e primeiro no do setor. A Natura foi considerada, pelo jornal *DCI*, a quarta empresa mais admirada por executivos.

A empresa foi distinguida ainda pelo *Guia Exame da Boa Cidadania Corporativa* e pelo Instituto Ethos como referência em responsabilidade social. Além disso, a marca Natura apareceu como uma das dez mais lembradas pelo público no quesito *respeito ao consu-*

**A Natura é a melhor empresa para a mulher trabalhar no Brasil, de acordo com pesquisa da revista *Exame* e do Great Place to Work Institute**



1 e 3: Detalhes da linha de separação.

2: Detalhe de linhas de envase.

4: Detalhe do Espaço Natura Cajamar.

midor, segundo apuração da Rádio Bandeirantes, de São Paulo, e é a segunda, na área de cosméticos, na pesquisa Top of Mind, de acordo com o Datafolha. Também em 2003, o projeto Biodiversidade Brasil foi contemplado com o prêmio Eco da Câmara Americana de Comércio de São Paulo e o prêmio Ford Motor Company de Conservação Ambiental.

Ainda no tocante à comunicação e transparência das informações, o Relatório Anual Natura recebeu três importantes prêmios em 2003. Foi considerado o melhor relatório de companhia fechada pela Associação Brasileira das Companhias Abertas, Abrasca, e ganhou o primeiro lugar em prêmio concedido pela Associação Brasileira de Comunicação Empresarial, Aberje. O Relatório Anual da Natura também recebeu o Prêmio Balanço Social, na categoria regional São Paulo, da Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais, Apimec, Associação Brasileira de Comunicação Empresarial, Aberje, Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social, Fides, e Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas, Ibase.

Outros reconhecimentos relevantes foram dados à Natura em 2003, como, por exemplo, os prêmios iBest, Mérito Ecológico da revista *Viagem e Turismo* e *Atualidade Cosmética* da revista com o mesmo nome (a relação dos Prêmios e Reconhecimentos recebidos pela Natura em 2003, pelo seu desempenho social, ético e ambiental, estão na página 86 deste Relatório).





## perspectivas, novos negócios e estratégia

A Natura continuará a crescer com base no equilíbrio entre o econômico-financeiro, o social e o ambiental. A curto prazo, o principal foco de expansão será o mercado brasileiro, no qual a companhia já desfruta da força da marca, da qualidade da relação com as Consultoras e de produtos e serviços diferenciados.

Vislumbra ainda, para o transcorrer dos próximos anos, excelentes oportunidades em países da América Latina, seja em razão da crescente integração deles com o Brasil, seja pelo estimulante desempenho já conseguido em mercados como os da Argentina, do Chile e Peru, nos quais há grande aceitação das vendas diretas. A internacionalização da marca começará a alcançar, em 2004, também o mercado europeu, com a abertura de uma loja própria em Paris.

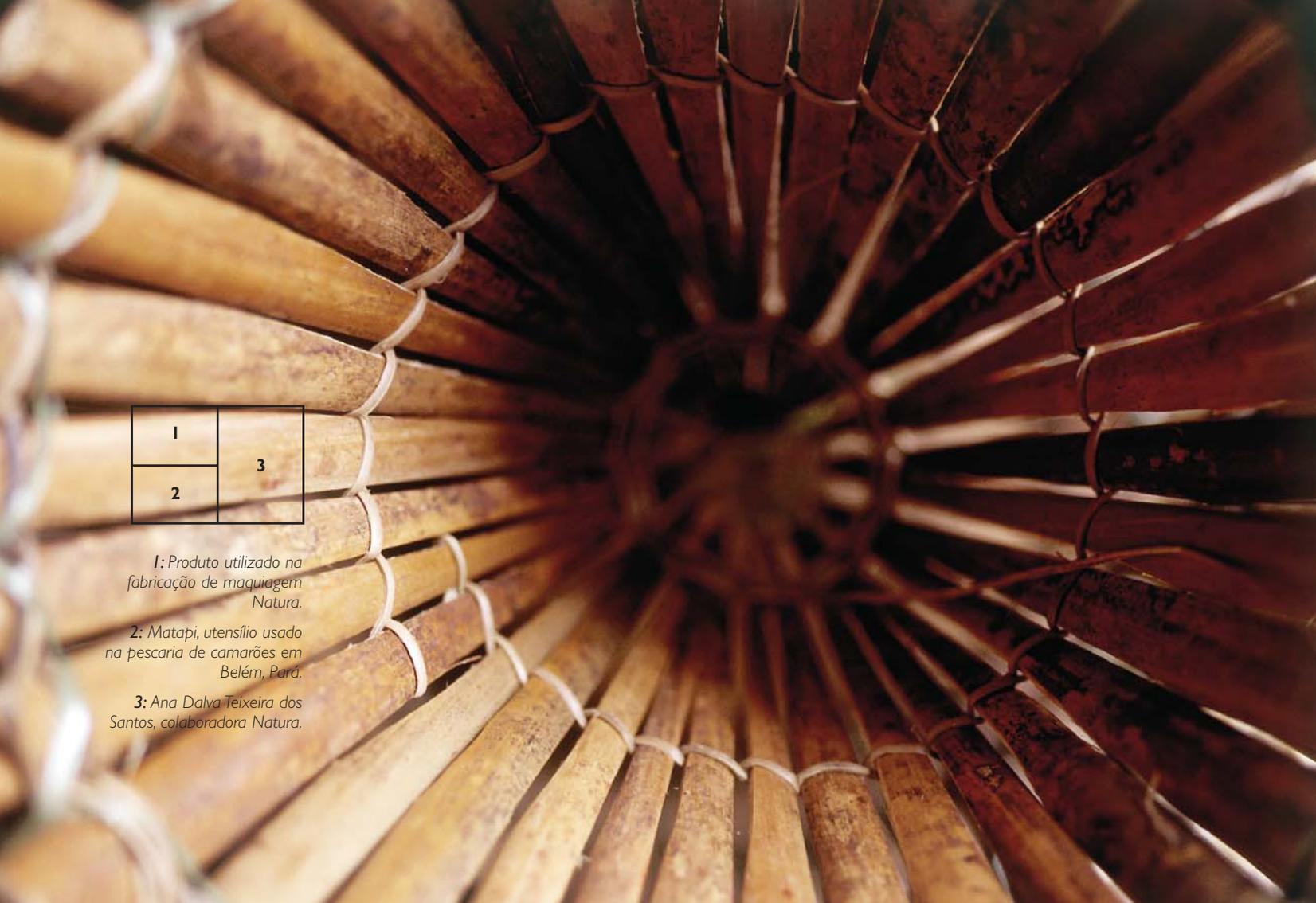
A expansão da Natura se dará com a multiplicação, em tamanho e qualidade, da rede de Consultoras Natura. A elas a companhia oferecerá oportunidades de desenvolvimento pessoal, profissional e material, com investimento nos programas de capacitação e relacionamento e valorização contínua da atividade. Mais ainda, Consultoras e consumidores terão uma renovação contínua do portfólio, com produtos que expressem os valores da companhia e sejam de fato diferenciados. Ao mesmo tempo, será ampliada a oferta de produtos com preços competitivos, sem prejuízo de margens e da força das marcas.

Como ponto importante de sustentação dessa estratégia, estará a geração de recursos a ser obtida com ganhos de eficiência operacional na infra-estrutura já instalada e aumento de escala a serem alcançados nos próximos anos.



*Natura Sève; detalhe de cestaria no mercado Ver-o-peso, em Belém, Pará.*





1	
2	3

*1: Produto utilizado na fabricação de maquiagem Natura.*

*2: Matapi, utensílio usado na pescaria de camarões em Belém, Pará.*

*3: Ana Dalva Teixeira dos Santos, colaboradora Natura.*





iniciativas e parcerias  
ambientais, sociais e  
institucionais



## Iniciativas de Desenvolvimento Sustentável ligadas ao Negócio

### 1. Programa de Certificação de Ativos Naturais ou Vegetais

**Objetivos:** Certificar ativos da biodiversidade brasileira usados na linha Natura Ekos, de modo a garantir a extração economicamente viável, ambientalmente correta e socialmente justa, incentivando o desenvolvimento regional.

**Resultados:** 😊 Em 2003, o programa foi revisto e ampliado depois da constatação de que, se a certificação garantia o manejo correto dos ativos, não era condição suficiente para assegurar às comunidades fornecedoras, uma atividade economicamente viável ao longo dos anos e socialmente justa, em relação ao desenvolvimento sustentado da região. Por isso, a Natura optou por se aproximar das comunidades e apoiá-las, articulada com ONGs, cientistas, pesquisadores e governos. Nessa nova etapa, o Instituto de Manejo e Certificação Florestal e Agrícola, Imaflora, continuará a certificar os ativos, desde que as comunidades produtoras reúnam as condições necessárias para chegar à fase final estabelecida no programa (*Fase III, ver indicador 24*).

Durante o exercício de 2003, foram certificados os três ativos estipulados na meta para o ano – mate verde, cacau e guaraná. Outra meta, de continuidade do processo de certificação do cupuaçu, não foi atingida porque houve mudança de prioridades para as áreas e comunidades fornecedoras de insumos, ficando esta área para a continuidade do trabalho em 2004. A meta de começar a preparação e implementação do plano de manejo da andiroba no Amazonas não foi cumprida em razão da necessidade de preparação dos acordos e contatos entre os atores envolvidos no processo com a Resex (Reserva Extrativista), que demandaram mais tempo para negociações.

#### Áreas em processo de certificação

**Reserva de Desenvolvimento Sustentável Rio Iratapuru** – Área localizada no município de Laranjal do Jari, no Amapá, apresenta potencial para fornecer, além da castanha do Brasil, ativos como a copaíba, o breu e o cumaru – este último em avaliação. No caso dos três primeiros, o Imaflora concluiu auditoria no primeiro semestre de 2003 e identificou três pré-condições para certificação, todas cumpridas pela comunidade em novembro de 2003.

**Projeto Jupará, Bahia** – Área produtora de cacau e guaraná, cujo projeto foi indicado à Natura pelo Imaflora em razão do adiantado estágio do processo de certificação. O certificado foi concedido aos produtores em 2003, restando apenas recolher a anuidade ao Forest Stewardship Council, FSC.

**Meta 2004** ▶ Definir fonte de origem conhecida e de manejo sustentável para mais oito plantas utilizadas na linha Ekos.

### 2. Projeto Plântula

**Objetivos:** Obter, por meio de extração ou cultivo sustentável, plantas nativas da Mata Atlântica, da Amazônia, do Cerrado e da Caatinga, para a produção de fitoterápicos pela Flora Medicinal, empresa da Natura.

**Resultados:** 😊 Em 2002, a Natura firmou parceria com a Centroflora, empresa produtora de extratos, com o objetivo de identificar fontes sustentáveis para plantas medicinais usadas tradicionalmente no País e empregadas pela Flora Medicinal. Em 2003, foram identificadas áreas de fornecimento sustentável para 22 plantas de interesse da Flora Medicinal, acima da meta, que era de 20 espécies.

**Meta 2004** ▶ Identificação de fonte sustentável para 17 plantas.

### 3. Programa de Desenvolvimento Sustentável Junto às Comunidades Fornecedoras

**Objetivos:** Aproximar a empresa das comunidades extrativistas ou rurais, de modo a aprimorar o conhecimento quanto à sustentabilidade dos processos produtivos e dos impactos dos projetos nos fornecedores. A Natura procura incentivar as comunidades a diversificar atividades, de acordo com os potenciais de cada uma (mão-de-obra disponível, disponibilidade qualitativa e quantitativa de ativos de interesse para a Natura), promovendo, assim, o desenvolvimento sustentável. Ao final do exercício estava em fase de criação, pela Natura, um fundo para o desenvolvimento sustentável de comunidades.

**Resultados:** 😊 A consolidação do projeto ocorreu entre 2001 e 2003, para implantação em 2004. A empresa definiu, entre outros aspectos, a destinação de uma parte de sua receita para investimentos em desenvolvimento sustentável local.

**Meta 2004** ▶ Iniciar a aplicação dessa política nas comunidades do Médio-Juruá, Iratapuru e do entorno de Belém.

Ivan Raimundo Menezes e Fernando dos Santos Teles, manuseando a raiz da *priprioca* na comunidade Boa Vista, Pará.



## Iniciativas e Parcerias Ambientais e Sociais

### Iniciativas e Projetos Ambientais

#### 1. Projeto Biodiversidade Brasil

**Objetivos:** Estimular o diálogo e reflexões sobre temas ligados à biodiversidade brasileira, em parceria com a Fundação Padre Anchieta – TV Cultura de São Paulo, por meio de três programas produzidos e exibidos pela emissora: *Biodiversidade Debate*, a série de documentários *Biodiversidade Documento* e o quadro *Biodiversidade*, transmitido no programa *Repórter Eco*.

**Resultados:** 😊 Em 2003, foram produzidos três documentários no *Biodiversidade Documento*, 12 programas *Biodiversidade Debate* e 54 quadros *Biodiversidade* do *Repórter Eco*. Além disso, foi lançado o 1º Concurso Biodiversidade Brasil de Documentário, que contou com 154 projetos inscritos, 54% acima da meta estipulada. O projeto Biodiversidade Brasil venceu dois importantes prêmios em 2003: Prêmio Conservação Ambiental – categoria Iniciativa do Ano, promovido pela Ford Motor Company Brasil e pela ONG Conservation International do Brasil e Prêmio Eco – categoria Meio Ambiente, promovido pela Câmara Americana de Comércio de São Paulo. Um kit composto por documentário sobre a retrospectiva da Rio +10 e as principais reportagens que antecederam a ECO 2002 foi confeccionado e distribuído para os seguintes públicos: mil unidades para as Secretarias de Estado de Meio Ambiente e de Educação de todos os Estados brasileiros, ONGs ambientais e educacionais e imprensa especializada; 600 unidades para a Secretaria de Educação do Estado de São Paulo, que as encaminhou à Fundação para o Desenvolvimento da Educação.

#### 2. Projeto Canguçu

**Objetivos:** Criar parâmetros para medir o impacto da emissão do gás carbônico e apoiar o desenvolvimento de um software capaz de calcular o volume de vegetação necessária para absorver essas emissões. Para tanto, a Natura firmou parceria, em 2000, com o Instituto Ecológica, que coordena o Projeto na Ilha do Bananal, Tocantins, reunindo 30 cientistas de todo o mundo. Além disso, o projeto desenvolve atividades com o objetivo de melhorar o padrão de vida das comunidades locais, mediante ações de capacitação.

**Resultados:** 😊 Concluído o desenvolvimento do software de seqüestro de carbono. Lançamento previsto para 2004.

#### 3. Projeto de Educação e Recuperação Ambiental da Mata Atlântica no Vale do Rio Doce

**Objetivos:** Reconstituir o ecossistema florestal da Mata Atlântica na Fazenda Bulcão, em Aimorés, Minas Gerais, por meio de diferentes formas de intervenção, bem como difundir as tecnologias desenvolvidas e despertar diferentes públicos para as questões ambientais prioritárias.

**Resultados:** 😊 Em 2003, foram ministrados 71 cursos para 1.277 alunos de Aimorés, Minas Gerais, e de vários municípios do entorno. Na recuperação ambiental, cerca de 123.578 mudas de espécies arbóreas foram plantadas em 31,7 hectares.

#### 4. Projeto Trilhas

**Objetivos:** Recuperar e implantar trilhas de ecoturismo no Parque Estadual de Ilhabela, litoral de São Paulo. Em 2002, a Natura iniciou apoio à ONG Ilhabela Org, que coordena e desenvolve o projeto em parceria com agentes e associações locais, prefeitura e moradores, com o objetivo de criar um modelo de ecoturismo associado a um programa de educação ambiental.

**Resultados:** 😊 Em 2003, a ONG recebeu financiamento da Natura para a manutenção, reparos e ampliação da sinalização e divulgação do Projeto.

#### 5. Jardim Botânico do Rio de Janeiro

**Objetivos:** Apoiar melhorias e manutenção de canteiros de plantas medicinais do Jardim Botânico do Rio de Janeiro e identificar e sinalizar as espécies disponíveis, bem como facilitar o entendimento das suas propriedades.

**Resultados:** 😊 Em 2003, os recursos disponibilizados pela Natura foram utilizados na manutenção dos canteiros de ervas medicinais e folder de divulgação da trilha.

#### 6. Projeto Pomar

**Objetivos:** Recuperar, paisagística e ambientalmente, áreas degradadas nas margens do Rio Pinheiros, na cidade de São Paulo. A Natura apóia o projeto desde 2000, ao lado de outras empresas, em parceria com a Secretaria de Meio Ambiente do Estado de São Paulo.

**Resultados:** 😊 Desde sua implantação, o Projeto Pomar tem atuado na recuperação ambiental e paisagística das margens do Rio Pinheiros e no resgate da cidadania de pessoas desempregadas. Nestes quatro anos, o Projeto Pomar contabiliza:

- 24 quilômetros recuperados, 16 na margem esquerda e 8 na margem direita;
- Mais de mil bolsistas do Programa Emergencial Frente de Trabalho, programa do governo do Estado de São Paulo que oferece trabalho, renda e capacitação a pessoas desempregadas. Essas pessoas aprendem na prática as atividades de jardinagem, plantio, manutenção e compostagem;
- Em 2003, recebeu cerca de mil visitantes ao mês, principalmente estudantes;
- Atendimento semanal para cerca de 100 pessoas entre 17 e 77 anos que participam do Programa de Voluntários do Projeto Pomar.



	1
	2

1: Igarapé nos arredores de Belém, Pará.

2: Projeto Barracões Culturais da Cidadania, em Itapecerica da Serra, São Paulo.

## Iniciativas e Parcerias Sociais

### 1. Programa Crer para Ver

**Objetivos:** Contribuir para a melhoria da qualidade da educação oferecida pelo sistema público de ensino no País, por meio de apoio técnico e financeiro a projetos educacionais criativos e inovadores. Os recursos arrecadados resultam da venda de produtos criados por artistas, designers, publicitários e fornecedores, comercializados de forma voluntária pelas Consultoras e Consultores Natura.

**Resultados:** 😊 Desde a implantação, em 1995, o programa apoiou 146 projetos em 3.800 escolas públicas de 21 Estados, envolvendo 898 mil crianças. De 1995 a 2003, foram arrecadados R\$ 14,9 milhões. Em 2003, a arrecadação, de R\$ 2,6 milhões, 52% superior a de 2002, foi a maior desde a criação do programa e superou a meta estabelecida para o ano. O Programa encerrou 2003 com nove projetos apoiados – Escola Ilê Ori/BA; Escola e Vida no Litoral/CE; Escola de Índios Il/PE; Eco-Moya/SP; Montanha Encantada/SP; Escola Indígenas da Floresta/AC; Cinema e Vídeo Brasileiro nas Escolas/SP; Janelas Cruzadas/RJ e Chapada/BA – sendo os quatro últimos considerados de alto impacto regional e com estrutura multiplicadora e, portanto, continuarão a ser apoiados nos próximos anos. Além disso, no período de dois anos, parte dos recursos será direcionada para uma campanha de educação de jovens e adultos nas escolas públicas.

**Meta 2004** ▶ Lançar campanha nacional Crer para Ver/Educação de Jovens e Adultos, aumentando a demanda por matrículas, a qualidade do ensino e a atenção da sociedade sobre essa questão; iniciar processo para inclusão de produtos provenientes de projetos de geração de emprego e renda no portfólio da linha Crer para Ver em 2005.

### 2. Barracões Culturais da Cidadania

**Objetivos:** Oferecer espaços de convivência, participação e criação artística à comunidade de Itapecerica da Serra, São Paulo, de modo a valorizar e ampliar a cultura local, por meio de oficinas de artes plásticas, teatro, música, entre outras.

**Resultados:** 😊 Em 2003, aproximadamente 3.000 pessoas se envolveram diretamente no projeto, em 34 modalidades de oficinas espalhadas pela cidade, totalizando 233 oficinas por semana. Indiretamente, participam famílias e a população dos bairros. O projeto recebeu o Prêmio Especial São Paulo, outorgado pela Fundação Itaú Social.

### 3. Oficinas Culturais

**Objetivos:** Contribuir para o conhecimento e desenvolvimento pessoal dos jovens da comunidade de Cajamar, por meio de processo educativo que promova a vivência de diversas expressões e manifestações artísticas e culturais.

**Resultados:** 😊 Em 2003, foram realizadas três oficinas multilinguagens, com a participação de 85 jovens.

### 4. Formação de Agentes Culturais

**Objetivos:** Formar e fortalecer lideranças comunitárias juvenis, para que possam atuar como multiplicadores culturais e sociais na comunidade, abrindo perspectivas de atuação profissional e social.

**Resultados:** 😊 Em 2003, em continuidade ao Projeto Oficinas Culturais, teve início o curso de formação de agentes culturais para 50 jovens de Cajamar, em parceria com o Senac de São Paulo.

**Meta 2004** ▶ Conclusão do curso de formação de agentes culturais de no mínimo 80% dos jovens inscritos em 2003; envolver os jovens formados em atividades culturais e educacionais do município e da empresa.

### 5. Agenda 21 em Cajamar

**Objetivos:** Iniciar o processo de planejamento para a Agenda 21 em Cajamar; promover a articulação de lideranças da sociedade civil, do setor privado e do setor público governamental, em torno do plano de desenvolvimento sustentável local; formalizar a relação tripartite com a Prefeitura de Cajamar e a ONG Mata Nativa.

**Resultados:** 😊 A iniciativa teve início em 2003 e resultou na constituição de grupo de trabalho tripartite com a participação de representantes do governo municipal de Cajamar, ONG Mata Nativa e Natura.

**Meta 2004** ▶ Ampliar o Grupo de Trabalho Tripartite e iniciar processo de envolvimento das lideranças locais em fóruns democráticos para planejamento do município.

### 6. Apoio ao Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente de Cajamar

**Objetivos:** Apoiar o Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente de Cajamar, São Paulo, destinando parte do imposto de renda devido ao Conselho. Em 2003, R\$ 132 mil foram destinados a esta iniciativa (ver página 60).

### 7. Apoio ao Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente de Itapecerica da Serra

**Objetivos:** Apoiar o Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente de Itapecerica da Serra, São Paulo, destinando parte do imposto de renda devido ao Conselho. Em 2003, R\$ 87 mil foram destinados a esta iniciativa (ver página 60).

### 8. Programa de Promoção do Voluntariado

**Objetivos:** Fortalecer, por meio da promoção da ação voluntária, o exercício da cidadania entre os colaboradores Natura.

#### a) Novos Olhares – Oficinas de Automaquiagem

**Objetivos:** Potencializar o uso do conhecimento profissional dos colaboradores da empresa a serviço do bem público, oferecendo oficinas de automaquiagem a pessoas em situação de fragilidade, de forma a contribuir para a elevação de sua autoestima e melhoria de sua qualidade de vida.

**Resultados:** 😊 Em 2003, ampliou-se para cinco o número de Gerências de Mercado participantes do projeto. A meta estipulada era a participação de seis gerências; a implantação na sexta região se dará no início de 2004. Foram realizadas 120 oficinas e 1.800 atendimentos a pacientes e acompanhantes nas sete instituições apoiadas pelo projeto. O número de voluntárias do projeto passou de 90 para 123 (ver página 60).

**Meta 2004** ▶ Ampliação do projeto para mais cinco localidades do Brasil e em uma operação da Natura na América do Sul; e implantação de oficinas de automaquiagem nas comunidades do entorno da empresa – Cajamar e Itapeperica da Serra; fortalecer pequenos núcleos em cada cidade e ampliar a participação livre das Consultoras.

#### b) Gente Bonita de Verdade na Comunidade

**Objetivos:** Possibilitar o conhecimento da realidade social das comunidades do entorno, promovendo o relacionamento dos colaboradores com projetos e entidades durante o expediente de trabalho.

**Resultados:** 😊 Em 2003, foram selecionadas seis entidades sociais de Cajamar e Itapeperica da Serra, que passarão a receber voluntários do projeto em 2004. As inscrições para o primeiro grupo de voluntários em Itapeperica ultrapassaram o número de vagas oferecidas.

**Meta 2004** ▶ Constituir, ao longo do ano, seis grupos de colaboradores, totalizando 140 integrantes, atuantes nas comunidades do entorno; finalizar o ano com mapas de necessidades estruturais das organizações sociais para planejamento de ações em 2005.

### 9. Programa Natura Educação

**Objetivos:** Ampliar o acesso dos colaboradores e suas famílias à educação formal e à capacitação para o trabalho.

**Resultados:** 😊 Em 2003, 29 jovens filhos de colaboradores concluíram o curso de preparação para o primeiro emprego, por meio do Programa Educação para o Trabalho, do Senac. A meta era 25.

Como resultado de uma parceria com a Secretaria do Emprego e Relações do Trabalho do governo do Estado de São Paulo, teve início, na Natura, o Programa Jovem Cidadão. Seu objetivo é dar ao jovem oportunidade de vivenciar situações reais, próprias do ambiente profissional, facilitando o ingresso no mercado de trabalho. Além do período de estágio, todos os participantes passaram por treinamentos internos. Participaram do Programa 12 jovens (meta: 20), sendo três filhos de colaboradores, quatro filhos de terceiros e cinco jovens da comunidade.

Foram disponibilizados para os colaboradores 82 bolsas para cursos universitários (meta: 78), 39 para cursos técnicos (meta: 44), sete para cursos supletivos e 100 para cursos de idiomas (meta: 95).

**Meta 2004** ▶ Ampliar o escopo do programa para os públicos Consultoras Natura e terceiros. Oferecer para os colaboradores 80 bolsas para cursos técnicos, 90 para cursos de idiomas e 100 para cursos universitários.



Yane Zaira, aluna de escola beneficiada pelo Programa Crer para Ver.

### Quadro-Resumo das Iniciativas de Desenvolvimento Sustentável Ligadas ao Negócio em 2003

Programa/Projeto	Local	Público-Alvo	Investimentos	Parceiros
1. Programa de Certificação de Ativos Naturais ou Vegetais	Amazônia, Mata Atlântica e Cerrado	Sociedade civil e comunidade científica	R\$ 30.750	Imaflora e Instituto Biodinâmico
2. Projeto Plântula	Sul, Sudeste, Centro-Oeste e Norte	Sociedade civil e comunidade científica	R\$ 78.000	Centroflora
3. Programa de Desenvolvimento Sustentável Junto às Comunidades Fornecedoras	Região Norte	Comunidades rurais parceiras da Natura	R\$ 127.000	Variam de acordo com as regiões: comunidades locais, órgãos públicos, iniciativas privadas e universidades
Total de Investimentos (1)			R\$ 235,8 mil	

### Quadro-Resumo das Iniciativas e Parcerias Ambientais em 2003

Programa/Projeto	Local	Público-Alvo	Investimentos	Parceiros
1. Projeto Biodiversidade Brasil	A partir da capital de São Paulo, para os Estados brasileiros onde a programação da TV Cultura é transmitida	Ambientalistas, pesquisadores, governos, empresários e sociedade civil	R\$ 1.304.689 <sup>(1)</sup> (2)	TV Cultura e Fundação Padre Anchieta
2. Projeto Canguçu	Ilha do Bananal, TO	Comunidade científica e comunidades locais	R\$ 79.000	Instituto Ecológica
3. Projeto de Educação e Recuperação Ambiental da Mata Atlântica no Vale do Rio Doce	Aimorés, MG	Comunidade local e comunidades científicas	R\$ 50.000	Instituto Terra
4. Projeto Trilhas	Ilhabela, SP	Comunidade local, turistas e veranistas	R\$ 30.000	Ilhabela Org
5. Jardim Botânico do Rio de Janeiro	Rio de Janeiro, RJ	Visitantes do Jardim Botânico	N.A. <sup>(3)</sup>	Instituto de Pesquisas do Jardim Botânico do Rio de Janeiro
6. Projeto Pomar	São Paulo, SP	Sociedade	R\$ 58.725	Secretaria do Meio Ambiente do Governo do Estado de São Paulo
Total de investimentos(2)			R\$ 1.522,4 mil	

(1): Deste valor, R\$ 204.689 foram investidos em ações de marketing e comunicação para o projeto: site Biodiversidade Brasil; Prêmio Eco; Kit Rio + 10 e anúncio do concurso.

(2): Projeto apoiado com renúncia fiscal – Lei Rouanet (R\$ 553.406 do total do valor investido).

(3): Em virtude de uma mudança na administração do Jardim Botânico em 2002, houve uma suspensão da aplicação dos recursos já doados pela Natura. Os recursos foram utilizados em 2003 para a manutenção dos canteiros de ervas medicinais e folder de divulgação.

### Quadro-Resumo das Iniciativas e Parcerias Sociais em 2003

Programa/Projeto	Local	Público-Alvo	Investimentos	Parceiros
1. Programa Crer para Ver	21 Estados brasileiros	Alunos e professores de escolas públicas em todo o Brasil	R\$ 2.589.000	Fundação Abrinq e parceiros de negócios da Natura
2. Barracões Culturais da Cidadania	Itapeverica da Serra, SP	Comunidade de Itapeverica da Serra, SP	R\$ 59.500	Secretaria de Cultura e Prefeitura de Itapeverica da Serra, SP
3. Oficinas Culturais	Cajamar, SP	Jovens de Cajamar, SP	R\$ 197.475	Prefeitura de Cajamar e organizações não-governamentais do município
4. Formação de Agentes Culturais	Cajamar, SP	Jovens de Cajamar, SP	R\$ 34.374	Prefeitura de Cajamar, organizações não-governamentais do município e Senac
5. Agenda 21 em Cajamar	Cajamar, SP	Comunidade e jovens de Cajamar, SP	R\$ 63.498	Prefeitura de Cajamar e organizações não-governamentais do município
6. Apoio ao Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente de Cajamar	Cajamar, SP	Crianças e adolescentes de Cajamar, SP	R\$ 132.000	Prefeitura de Cajamar, organizações não-governamentais do município e lideranças da sociedade civil
7. Apoio ao Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente de Itapeverica da Serra	Itapeverica da Serra, SP	Crianças e adolescentes de Itapeverica da Serra, SP	R\$ 87.000	Prefeitura de Itapeverica da Serra, organizações não-governamentais do município e lideranças da sociedade civil
8a. Novos Olhares – Oficinas de Automaquiagem	São Paulo, SP; Ribeirão Preto, SP; Rio de Janeiro, RJ; Belo Horizonte, MG; Recife, PE; Cuiabá, MT	Entidades sociais; pacientes e acompanhantes de hospitais/institutos de tratamento de câncer	R\$ 71.600	Hospital do Câncer, São Paulo, SP; Instituto Brasileiro de Controle do Câncer, São Paulo, SP; Sobecan, Ribeirão Preto, SP; Instituto Nacional de Câncer, Rio de Janeiro, RJ; Hospital das Clínicas, Belo Horizonte, MG; Hospital de Câncer de Pernambuco, Recife, PE; Hospital do Câncer do Mato Grosso, Cuiabá, MT
8b. Gente Bonita de Verdade na Comunidade	Cajamar, SP e Itapeverica da Serra, SP	Instituições das comunidades e seus públicos	R\$ 13.500	Entidades das comunidades do entorno
9. Programa Natura Educação	Cajamar, SP	Colaboradores Natura e seus familiares	R\$ 298.698	Senac – SP, Klick Educação, Secretaria do Emprego e Relações do Trabalho do Governo do Estado de São Paulo
Total de investimentos (3)			R\$ 3.546,6 mil	

## Quadro Resumo dos Apoios e Patrocínios Ambientais, Sociais e Institucionais em 2003

Iniciativas sociais apoiadas com recursos financeiros	
Programa/Projeto	Parceiros
Seminário Responsabilidade Social	SESI e Centro de Voluntariado de São Paulo
III Colóquio Internacional de Direitos Humanos	Pontifícia Universidade Católica/Universidade de São Paulo e Columbia University
III Congresso de Humanização Hospitalar	Associação Viva e Deixe Viver
Seminário de lançamento do The Natural Step no Brasil	Willis Harman House
Fórum Social Brasileiro	Instituto Paulo Freire
Seminário ICONS 2003	Rede de Desenvolvimento Humano/Instituto Paraná de Desenvolvimento/Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade no Paraná
Evento pela Paz	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
Prêmio Ethos de Jornalismo	Instituto Ethos
Rede Ethos de Jornalistas	Instituto Ethos
Kit Ferramentas de Gestão 2003	Instituto Ethos
"A Vida nos Tempos do Cólera"	Rede de Acompanhamento Terapêutico/ATUA
Campanha pelo desarmamento infantil	Diretoria de Educação do Município de Cajamar
Campanha contra o analfabetismo	Diretoria de Educação do Município de Cajamar
Elaboração do Plano Decenal de Educação	Diretoria de Educação do Município de Cajamar
Total de Investimentos (4)	R\$ 368,4 mil

Iniciativas ambientais apoiadas com recursos financeiros	
Programa/Projeto	Parceiros
Seminário Certificação Florestal na Amazônia	Instituto do Homem e do Meio Ambiente-Imazon
Exposição Negócios por uma Amazônia Sustentável	Instituto Nawa
Total de Investimentos (5)	R\$ 15,0 mil

Iniciativas Culturais apoiadas com recursos financeiros	
Programa/Projeto	Parceiros
Estrada de Ferro Perus-Pirapora	Instituto de Ferrovias e Preservação do Patrimônio Cultural
Livro <i>A Jornada do Herói</i>	Summus Editorial
Livro <i>Meio Ambiente Século XXI</i>	GMT Editores
Livro <i>Mulheres da Amazônia</i>	Editora Jaraqui*
Total de Investimentos (6)	R\$ 261,0 mil

\* Projeto apoiado com renúncia fiscal – Lei Rouanet (R\$ 150 mil).

Outras iniciativas apoiadas com recursos financeiros	
Programa/Projeto	Parceiros
Cosmoprof Brasil	Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos e Sindicato da Indústria de Perfumaria e Artigos de Toucador no Estado de São Paulo
III Fórum Centro de Estudos e Assistência à Família	Centro de Estudos e Assistência à Família
Projeto Paisagístico Teatro da Pontifícia Universidade Católica	Fundação São Paulo
Seminário Prêmio Nacional da Qualidade	Fundação Prêmio Nacional da Qualidade
Centro de Tecnologia Empresarial	Fundação Dom Cabral
Seminário de Comunicação	Mega Brasil
Total de Investimentos (7)	R\$ 128,1 mil

Outras iniciativas de organizações da sociedade civil	
Total de Investimentos (8)	R\$ 253,0 mil

Projetos apoiados com produtos de maquiagem	
Total (9)	R\$ 24,0 mil

Totais investidos	
Total de investimentos em iniciativas de desenvolvimento sustentável ligadas ao negócio (1)	R\$ 235,8 mil
Total de investimentos em projetos, apoios e patrocínios ambientais (2+5)	R\$ 1.537,4 mil
Total de investimentos em projetos, apoios e patrocínios sociais (3+4)	R\$ 3.915,0 mil
Total de investimentos em projetos, apoios e patrocínios culturais (6+9)	R\$ 285,0 mil
Total de investimentos em projetos, apoios e patrocínios institucionais (7+8)	R\$ 381,1 mil
Total de Investimentos*	R\$ 6.354,3 mil

\* Não estão incluídos neste total o desenvolvimento de sistema de gestão interno, as ações de reconhecimento aos voluntários Natura, o Portal do Voluntariado, as despesas operacionais e as ações sociais nas operações internacionais que, juntos, somam R\$ 852,2 mil, totalizando R\$ 7.206,5 mil, conforme informado no indicador 10, página 69 deste Relatório.

## Relações Transparentes com a Sociedade e Diálogo com Partes Interessadas

### Palestras na área de Responsabilidade Corporativa ministradas em 2003

Evento	Palestra	Organização/Solicitante	Palestrante	Data	Local	Público
Programa de Aperfeiçoamento em Comunicação de Governo – Seminário Gestão de Comunicação	Case Responsabilidade Social Natura	Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica	Rodolfo Guttilla	1/4/03	Brasília/DF	50 executivos do governo, agências e empresas públicas
Ciclo de Cases	Case Responsabilidade Social Natura	Associação Brasileira de Relações Públicas	Rodolfo Guttilla	5/4/03	São Paulo/SP	30 profissionais de comunicação
Reunião do Comitê de Meio Ambiente	Gestão Ambiental: Visão de Futuro da Natura	Câmara Americana de Comércio	Eliane Anjos	16/4/03	São Paulo/SP	50 participantes, entre empresários e membros da Câmara
Lançamento do Código de Ética	Ética e Responsabilidade Social	Câmara Britânica de Comércio e Indústria no Brasil	Guilherme Peirão Leal	23/4/03	São Paulo/SP	110 participantes, entre empresários e membros da Câmara
Programa de Educação Continuada – Curso Responsabilidade Social Empresarial	Seleção, Avaliação e Parceria com Fomecedores	Fundação Getúlio Vargas – Curso de Extensão Responsabilidade Social	Eliane Anjos	7/5/03	São Paulo/SP	Cerca de 30 alunos do curso
Palestra para a Disciplina: Sistemas de Gestão Ambiental	Avaliação de Ciclo de Vida – Aplicação Prática no Desenvolvimento de Produtos	Universidade de São Paulo	Alessandro Mendes	12/5/03	São Paulo/SP	Cerca de 30 alunos do curso de pós-graduação da Escola Politécnica da Universidade de São Paulo
III Seminário de Economia e Meio Ambiente: “Regulação estatal e auto-regulação empresarial para o desenvolvimento sustentável”	Desenvolvimento Sustentável e Ética Empresarial Ambiental	Universidade Estadual de Campinas	Rodolfo Guttilla	13/5/03	Campinas/SP	Cerca de 100 estudantes dos cursos regulares e de pós-graduação
Responsabilidade Social nas Empresas	Case Responsabilidade Social: Os Valores da Empresa Gerando Valor à Sociedade	Sesi – São Caetano	Angela Serino	25/5/03	São Caetano do Sul/SP	100 participantes entre diretores de empresas e executivos de planejamento estratégico, marketing, recursos humanos e outras áreas
III Colóquio Internacional de Direitos Humanos	Direitos Humanos e Responsabilidade	Consórcio Universitário pelos Direitos Humanos	Guilherme Peirão Leal	30/5/03	São Paulo/SP	Mais de 200 profissionais que atuam no campo dos direitos humanos de países da América Latina, Ásia e África
Semana do Meio Ambiente – Instituto de Biociências/ Universidade de São Paulo	Como a Iniciativa Privada Pode Contribuir com Projetos Socioambientais?	Instituto de Biociências/ Universidade de São Paulo	Eliane Anjos	2/6/03	São Paulo/SP	70 participantes, entre alunos do Instituto de Biociências/ Universidade de São Paulo; comunidade e público em geral.
Seminário Ecodesign – Produção e Consumo Sustentável	Ecodesign no Desenvolvimento de Embalagens Cosméticas	Centro São Paulo Design	Alessandro Mendes	4/6/03	São Paulo/SP	Cerca de 200 empresários e profissionais das áreas de meio ambiente e design
Semana do Meio Ambiente de Paulínia	Case Natura de Meio Ambiente	Instituto Bioma	Eliane Anjos e Roberto Zardo	6/6/03	Paulínia/SP	200 participantes (representantes da indústria, comércio e serviços; diretores de escola e professores de Paulínia e região; representantes da sociedade organizada; estudantes universitários; representantes de órgãos públicos; comunidade e público em geral)
Sensibilização e Treinamento em Responsabilidade Social e Voluntariado	Case Natura	Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos	Walkyria Acquesta	9/6/03	São Paulo/SP	Cerca de 150 colaboradores da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos
Programa de Educação Continuada – Curso Responsabilidade Social Empresarial	Balço Social	Fundação Getúlio Vargas – Curso de Extensão Responsabilidade Social	Marcelo Soderi	9/6/03	São Paulo/SP	20 estudantes do curso
Conferência Ethos de Responsabilidade Social	Responsabilidade Social – Construção de uma Marca	Instituto Ethos	Rodolfo Guttilla	11/6/03	São Paulo/SP	Cerca de 200 participantes
Conferência Ethos de Responsabilidade Social	Case Relatório Anual	Instituto Ethos	Rodolfo Guttilla	11/6/03	São Paulo/SP	Cerca de 300 participantes
Simpósio Nacional de Direito, Tecnologia e Meio Ambiente	3º Painel: Meio Ambiente e Atividade Empresarial – “Um Caso de Sucesso da Gestão Ambiental da Empresa”	Centro de Extensão Universitária	Eliane Anjos	13/6/03	São Paulo/SP	Cerca de 120 juristas e outros profissionais que buscam o desenvolvimento em consonância com a área de meio ambiente
Reciclagem de Materiais na Indústria – Desafios e Tendências	Gestão Ambiental e a Visão de Futuro da Natura	Associação Brasileira de Engenharia Automotiva	Eliane Anjos	25/6/03	São Paulo/SP	Cerca de 200 engenheiros e técnicos do setor automotivo, associações e profissionais envolvidos com reciclagem de materiais
Curso de Responsabilidade Social Empresarial	Comunicação Transparente: O Relatório Anual Natura	Escola Superior de Propaganda e Marketing	Marcelo Soderi	25/6/03	São Paulo/SP	Cerca de 25 alunos do curso

Evento	Palestra	Organização/Solicitante	Palestrante	Data	Local	Público
Encontro Internacional: As Dimensões Éticas do Desenvolvimento	Responsabilidade Social e Voluntariado: Ética ou Marketing	Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais, Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social e Governo de Minas Gerais	Rodolfo Guttilla	4/7/03	Belo Horizonte/MG	Cerca de 200 profissionais de empresas, governo e ONGs
International Conference – The New Ethical Challenges For The State, The Business And The Civil Society	Painel: “The Brazilian Experience”	Governo de Minas Gerais, Inter-American Development Bank e Governo da Noruega	Guilherme Peirão Leal	4/7/03	Belo Horizonte/MG	Políticos e empresários
XIII Congresso Brasileiro da Qualidade e Produtividade	A Responsabilidade Social Entre o Público e o Privado	União Brasileira da Qualidade – Seccional Rio de Janeiro	Marcelo Soderi	20/8/03	Rio de Janeiro/RJ	Profissionais ligados à União Brasileira de Qualidade
Empreendedorismo Social	Case Natura Ekos	Centro de Estudos em Administração do Terceiro Setor/Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo	Rodolfo Guttilla	22/8/03	São Paulo/SP	Cerca de 60 alunos dos programas de MBA
Palestra para Disciplina: Administração Empresarial e Meio Ambiente	A Interface Entre a Empresa e a Comunidade	Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo	Eliane Anjos	2/9/03	São Paulo/SP	50 alunos do curso de Administração da USP
5ª Semana Abre de Design de Embalagem	Como Explorar os Conceitos do Ecodesign	Associação Brasileira de Embalagens	Alessandro Mendes	8/10/03	São Paulo/SP	Cerca de 100 empresários e profissionais das áreas de meio ambiente e design
Programa de Educação Continuada – Curso Responsabilidade Social Empresarial	Impacto na Comunidade do Entorno e Relações com a Comunidade Local	Fundação Getúlio Vargas – Curso Extensão Responsabilidade Social	Isabel Ferreira	15/10/03	São Paulo/SP	Cerca de 30 alunos do curso
II Conferência Paulista de Produção Mais Limpa	Painel 4: A Promoção da Responsabilidade Socioambiental	Cetesb	Eliane Anjos	23/10/03	São Paulo/SP	Cerca de 210 participantes entre empresários, representantes de instituições, professores, pesquisadores e ONGs
Ciclo de Palestras	Comunicação Empresarial e Cidadania: Praticando a Transparência	Faculdades de Campinas	Rodolfo Guttilla	27/10/03	Campinas/SP	Cerca de 60 estudantes e executivos
ICONS 2003	Indicadores Ethos, Global Reporting Indicator e de Gestão Integrada	Núcleo de Articulação da ICONS 2003	Nelmara Arbex	28/10/03	Curitiba/PR	Cerca de 70 especialistas, líderes e pesquisadores de várias partes do mundo
Programa de Educação Continuada – Curso Responsabilidade Social Empresarial	Relatório Anual	Fundação Getúlio Vargas – Curso de Extensão Responsabilidade Social	Nelmara Arbex	4/11/03	São Paulo/SP	Cerca de 25 alunos do curso
IV Workshop de Adequação Ambiental em Manufatura	A Natureza e o Meio Ambiente.	Grupo de Adequação Ambiental em Manufatura do Núcleo de Manufatura Avançada da Escola de Engenharia de São Carlos/Universidade de São Paulo	Eliane Anjos	6/11/03	São Carlos/SP	300 participantes entre profissionais da indústria, docentes e pesquisadores, representantes do poder público, entidades não governamentais, alunos de graduação e pós-graduação e profissionais liberais.
Seminário Sindicalismo e Responsabilidade Social Empresarial	Responsabilidade Social na Natureza	Instituto Observatório Social	Nelmara Arbex	10/11/03	São Paulo/SP	30 dirigentes sindicais de todo o País
Responsabilidade Social nas Empresas	Natureza: Práticas e Dilemas da Responsabilidade Corporativa	Sesi – Santos	Isabel Ferreira	11/11/03	Santos/SP	Diretores de empresas e executivos de Planejamento Estratégico, Marketing, Recursos Humanos e outras áreas
II CEO Summit Empreender Endeavor	Construindo Empresas para Durar	Endeavor Brasil	Guilherme Peirão Leal	20/11/03	São Paulo/SP	250 empresários
Palestra no curso para Conselheiros de Administração Corporativa	Responsabilidade Social na Natureza	Instituto Brasileiro de Governança Corporativa	Rodolfo Guttilla	21/11/03	São Paulo/SP	Cerca de 30 associados
II Congresso Brasileiro do Voluntariado	Mesa-redonda	Pontifícia Universidade Católica de São Paulo	Rodolfo Guttilla	25/11/03	São Paulo/SP	50 profissionais do terceiro setor
Seminário – Centro de Pesquisa da Petrobras	EcoDesign e Análise de Ciclo de Vida Aplicados para Embalagens de Cosméticos	Programa Brasileiro das Nações Unidas para o Meio Ambiente	Alessandro Mendes	4/12/03	Rio de Janeiro/RJ	Cerca de 25 pesquisadores da Petrobras

## Compromisso com Liderança e Influência Social

### Representação em entidades de classe e associações

Entidade/Associação	Representantes Natura	Tipo de representação	Mandato
ABC – Associação Brasileira de Cosmetologia (www.abc-cosmetologia.com.br)	Rosana Oliveira	Representante	
ABCF – Associação Brasileira de Combate à Falsificação (www.abcf.org.br)	Eneida Berbare	Representante	
ABERJE – Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (www.aberje.com.br)	Rodolfo Witzig Guttilla	Presidente do Conselho Deliberativo	2002/2005
ABEVD – Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas (www.abevd.org.br)	1. Rodolfo Witzig Guttilla 2. Moacir Salzstein 3. Karen Cavalcante 4. Lucilene Prado	1. Presidente 2. Coordenador do Comitê de Pesquisa 3. Coordenadora do Comitê de Comunicação 4. Coordenadora do Comitê de Tributação e Relações Governamentais	1. De jul/2004 a jul/2006 2. Desde fev/2003 3. Desde jul/2004 4. Desde dez/2003
ABIA – Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação (www.abia.org.br)	Rosana Oliveira	Representante	
ABIHPEC – Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumarias e Cosméticos (www.abihpec.org.br)	1. Pedro Luiz Passos 2. Rodolfo Witzig Guttilla 3. Eliane Anjos 4. Moacir Salzstein 5. Lucilene Prado 6. Rosana Oliveira 7. Elisabete Vicentini	1. Vice-presidente 2. Diretor 3. Representante no Comitê de Meio Ambiente 4. Representante no Comitê de Comércio Exterior 5. Representante no Comitê Tributário 6. Representante no Comitê de Assuntos Regulatórios 7. Representante no Comitê da Biodiversidade	1. De jun/2001 a jun/2004
SIPATESP – Sindicato da Indústria de Perfumarias e Artigos de Toucador no Estado de São Paulo (geral@abihpec.org.br)	1. Pedro Luiz Passos 2. Rodolfo Witzig Guttilla	1. Vice-presidente e coordenador do Grupo de Trabalho de Relações Industriais 2. Diretor	1. De jun/2001 a jun/2004 2. De jun/2001 a jun/2004
ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas (www.abnt.org.br)	Renato Wakimoto	Representante	
ABPI – Associação Brasileira da Propriedade Intelectual (www.abpi.org.br)	Eneida Berbare	Representante da Natura nos seguintes comitês: • Comitê de Direito Autoral • Comitê de Patentes • Comitê de Marcas • Comitê de Transferência de Tecnologia	
ABPSV – Associação Brasileira dos Profissionais em Vigilância Sanitária (www.abpvs.com.br)	Rosana Oliveira	Representante	
ABQV – Associação Brasileira de Qualidade de Vida (www.abqv.org.br)	Plínio Yasbek Luíza Cruz	Representantes	
ACELP – Associação de Comunicação Empresarial de Língua Portuguesa	Rodolfo Witzig Guttilla	Presidente	De jul/2001 a jul/2004
Agência de Desenvolvimento de Itapeperica da Serra	1. Rodolfo Witzig Guttilla 2. Marcelo Soderi	1. Vice-presidente 2. Representante	
AIPPI – Association Internationale pour la Protection de la Propriété Intellectuelle (www.aippi.org)	Eneida Berbare	Representante	
ALANAC – Associação dos Laboratórios Farmacêuticos Nacionais (www.alanac.org.br)	Elizabete Vicentini Rosana Oliveira	Representantes	
AMCHAM – Câmara Americana de Comércio de São Paulo (www.amcham.com.br)	1. Itamar Correia da Silva 2. Rodolfo Witzig Guttilla 3. Vicente de Mello	1 e 2. Representantes 3. Membro do Grupo Estratégico Competitividade Brasil e diretor do Grupo de Trabalho "Balance Score Card" Brasil	3. Membro desde set/2003 e diretor desde dez/2003
AMERCO – Associação de Comunicação Empresarial do Mercosul	Rodolfo Witzig Guttilla	Presidente	De jul/1999 a jul/2005
ANPEI – Associação Nacional de P.D&E das Empresas Inovadoras (www.anpei.org.br)	Elizabete Vicentini	Diretora	De mai/2002 a mai/2004
ASIPI – Asociación Interamericana de la Propiedad Industrial (www.asipi.org)	Eneida Berbare	Representante	
ASPI – Associação Paulista da Propriedade Intelectual (www.aspi.org.br)	Eneida Berbare	Representante	
Associação de Apoio a Políticas de Segurança Alimentar (Apoio Fome Zero)	Guilherme Peirão Leal	Vice-presidente do Conselho	De jul/2003 a jul/2006
ASUG – Associação de Usuários SAP Brasil (www.asug.com.br)	Anna Sant'Anna	Representante	
AUDIBRA – Instituto dos Auditores Internos do Brasil (www.audibra.org.br)	Meire Stuchi	Representante	
Camara Net – Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico (www.camara-e.net)	Fábio Mengozi	Representante	
CEAL – Conselho de Empresários da América Latina (www.ceal-int.org)	Guilherme Peirão Leal	Membro	
CEMPRE – Compromisso Empresarial para Reciclagem (www.cempre.org.br)	Eliane Anjos	Representante	
CIESP – Centro das Indústrias do Estado de São Paulo	1. Guilherme Peirão Leal 2. Rodolfo Witzig Guttilla	1. Diretor 2. Representante CIESP Jundiaí	1. De set/2001 a set/2004
CNI – Confederação Nacional da Indústria (www.cni.org.br)	Eliane Anjos	Coordenadora do Conselho Temático Permanente de Meio Ambiente	
Comitê de Bacia Hidrográfica do Alto Tietê	Eliane Anjos	Titular da Câmara Técnica de Águas Subterrâneas – CTAS	De jan/2004 a Dez/2005
Conselho de Direitos da Criança e do Adolescente de Cajamar	Walkyria Dias	Conselheira da Indústria e Comércio	De out/2003 a dez/2004
CREMESP – Conselho Regional de Medicina do Estado de São Paulo (www.cremesp.com.br)	Rosana Oliveira	Representante	
CRF – Conselho Regional de Farmácia	Rosana Oliveira	Representante	
CRQ – Conselho Regional de Química (www.crq.org.br)	Rosana Oliveira	Representante	

Entidade/Associação	Representantes Natura	Tipo de representação	Mandato
FIESP – Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (www.fiesp.org.br) NAS – Núcleo de Ação Social da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (www.fiesp.org.br)	1. Pedro Luiz Passos 2. Rodolfo Witzig Guttilla 3. Eliane Anjos	1. Delegado representante do SIPATESP 2. Diretor do Núcleo de Ação Social 3. Representante no Departamento de Meio Ambiente	1. De jun/2001 a Jun/2004 2. De set/2003 a set/2004
FDC – Fundação Dom Cabral (www.domcabral.org.br)	Guilherme Peirão Leal	Membro do Conselho Curador	De jun/2000 a jun/2003
Fundação Getúlio Vargas/ EAESP – Centro de Estudos em Sustentabilidade	Nelmara Arbex	Membro do Conselho Diretor	
FUNBIO – Fundo Brasileiro para a Biodiversidade (www.funbio.org.br)	Guilherme Peirão Leal	Membro suplente do Conselho Deliberativo	De nov/2001 a nov/2005
Fundação Abrinq pelos Direitos das Crianças (www.fundacaoabrinq.org.br)	1. Guilherme Peirão Leal 2. Nelmara Arbex 3. Pedro Villares 4. Susy Yoshimura	1. Membro do Conselho Administrativo e membro do Comitê Diretor do Programa Crer pra Ver 1, 2 e 3. Membros do Comitê Estratégico 2 e 4. Membros do Comitê Diretor do Programa Crer pra Ver	1. Desde 1992 e desde 1996 2. Desde 2003 3. Desde 2003 4. Desde 2003
FPNQ – Fundação para o Prêmio Nacional da Qualidade (www.fpnq.org.br)	1. Pedro Luiz Passos 2. Roberto Zardo	1. Membro do Conselho Curador 2. Representante	
G50 – Grupo de Empresários da América Latina	Guilherme Peirão Leal	Membro	
GIFE – Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (www.gife.org.br)	Nelmara Arbex	Representante	
GRI – Global Reporting Initiative (www.globalreporting.org)	Nelmara Arbex	Membro do Conselho de Stakeholders	De 2002 a 2005
IBEF – Instituto Brasileiro de Executivos de Finanças (www.ibef.com.br)	Jorge Casmerides	Representante	
IBGC – Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (www.ibgc.org.br)	Lucilene Prado Moacir Salzstein	Representantes	
IBRI – Instituto Brasileiro de Relações com Investidores (www.ibri.org.br)	Marcel Goya Eduardo Zornoff	Representantes	
IEDI – Instituto de Estudos para o Desenvolvimento Industrial (www.iedi.org.br)	Guilherme Peirão Leal	Membro do Conselho	
INDE – Interooperação e Desenvolvimento (www.inde.pt)	Roberto Zardo	Representante	
Instituto AKATU (www.akatu.org.br)	Guilherme Peirão Leal	Membro do Conselho Deliberativo	
Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social (www.ethos.org.br)	1. Guilherme Peirão Leal 2. Nelmara Arbex 3. Rodolfo Witzig Guttilla 4. Giuliana Ortega	1. Membro do Conselho Deliberativo Representantes da Natura junto ao Ethos: 2. Titular 3. Suplente 1 4. Suplente 2	1. De mai/2003 a mai/2005
Instituto Fernand Braudel de Economia Mundial (www.braudel.org.br)	Guilherme Peirão Leal	Membro do Instituto	
Instituto São Paulo contra a Violência (www.spcv.org.br)	Rodolfo Witzig Guttilla	Representante	
MBC – Movimento Brasil Competitivo (www.mbc.org.br)	1. Moacir Salzstein 2. Roberto Zardo 3. Rodolfo Witzig Guttilla 4. Maria Helena Zucchi	1, 2 e 3. Representantes 4. Representante no Comitê Temático de Inovação	
WFDSA – World Federation of Direct Selling Associations (www.wfdsa.org)	Pedro Luiz Passos	Membro do CEO Council	
WWF-Brasil (www.panda.org.br)	Guilherme Peirão Leal	Membro do Conselho Diretor	De dez/2001 a dez/2004

### Contatos dos Representantes da Natura nas Entidades e Associações

Nome	Função	Email	Telefone
Anna Santana	Gerente de Desenvolvimento de Sistemas	annasantanna@natura.net	55 11 4446 2240
Antonio Luiz da Cunha Seabra	Co-Presidente do Conselho de Administração – Fundador	luizeabra@natura.net	55 11 4446 2202
Eduardo Zornoff	Gerente de Planejamento Mercadológico	eduardozornoff@natura.net	55 11 4147 8670
Eliane Anjos	Gerente de Meio Ambiente	elianeanhos@natura.net	55 11 4446 2485
Elizabete Vicentini	Gerente Técnico	elizabetevicentini@natura.net	55 11 4446 2850
Eneida Berbare	Gerente de Marcas e Patentes	eneidaberbare@natura.net	55 11 4446 2860
Fabio Mengozi	Gerente Natura.net	fabiomengozi@natura.net	55 11 4147 8640
Giuliana Ortega	Analista de Responsabilidade Corporativa	giulianaortega@natura.net	55 11 4446 2418
Guilherme Peirão Leal	Co-Presidente do Conselho de Administração	guilhermeleal@natura.net	55 11 4446 2203
Itamar Correia da Silva	Vice-Presidente de Operações & Logística	itamarsilva@natura.net	55 11 4446 2401
Jorge Casmerides	Controller	jorgecasmerides@natura.net	55 11 4446 2910
Lucilene Prado	Gerente Jurídico	lucileneprado@natura.net	55 11 4446 2840
Luiza Cruz	Consultor de Recursos Humanos	luizacruz@natura.net	55 11 4446 2192
Marcel Goya	Gerente de Planejamento Econômico	marcelgoya@natura.net	55 11 4446 2911
Marcelo Soderi	Gerente de Relações Institucionais	marcelosoderi@natura.net	55 11 4446 2540
Maria Helena Zucchi	Gerente de Processos de Inovação	mariahelenazucchi@natura.net	55 11 4446 2590
Meire Stuchi	Gerente de Auditoria	meirestuchi@natura.net	55 11 4446 2810
Moacir Salzstein	Gerente de Planejamento Estratégico	moacirsalzstein@natura.net	55 11 4446 2731
Nelmara Arbex	Gerente de Responsabilidade Corporativa	nelmaraarbex@natura.net	55 11 4446 2580
Pedro Luiz Barreiros Passos	Diretor-Presidente	pedropassos@natura.net	55 11 4446 2200
Plínio Yasbek	Coordenador de Promoção da Saúde	plinioyasbek@natura.net	55 11 4446 2507
Renato Wakimoto	Gerente de Desenvolvimento de Embalagem	renatowakimoto@natura.net	55 11 4446 2110
Roberto Zardo	Diretor de Qualidade	robertozardo@natura.net	55 11 4446 2731
Rodolfo Witzig Guttilla	Diretor de Assuntos Corporativos	rodolfoguttilla@natura.net	55 11 4446 2561
Rosana Oliveira	Coordenadora de Assuntos Regulatórios	rosanaoliveira@natura.net	55 11 4446 2868
Susy Yoshimura	Coordenadora de Marketing	susy@natura.net	55 11 4147 8409
Vicente de Mello	Diretor da Flora Medicinal	vicentemello@natura.net	55 11 4446 2501
Walkyria Dias	Coordenadora de Responsabilidade Corporativa	waldias@natura.net	55 11 4446 2416



indicadores  
econômicos,  
ambientais e sociais  
global reporting initiative



A Natura segue, na apresentação dos indicadores de desempenho econômico, social e ambiental, as recomendações da Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais, Apimec, da Associação Brasileira das Companhias Abertas, Abrasca, e da Global Reporting Initiative, GRI. Complementarmente, acata orientações do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social.

Conforme detalhado na Metodologia (página 16) deste relatório, a Natura passou por reorganização societária no início de 2004. A Natura Empreendimentos S.A. deu lugar à Natura Cosméticos S.A., que passou a controlar as demais empresas do grupo. Em razão desses fatos, os indicadores econômico-financeiros foram ajustados para retratar os resultados da Natura Cosméticos, não permitindo comparação, neste caso, com os resultados publicados nos anos anteriores, que se referiam à Natura Empreendimentos. Nos indicadores sociais e ambientais não há o mesmo efeito porque os indicadores sempre se referiram a todas as operações do grupo, quando possível. Essa alteração não compromete o entendimento da performance da empresa nos temas analisados pelos indicadores, tampouco promove qualquer distorção no entendimento das iniciativas e resultados retratados.

Importante ressaltar que a abrangência de alguns indicadores remete apenas às atividades da empresa no Brasil, excluindo outras operações do grupo, neste caso a Flora Medicinal e as operações na Argentina, no Chile, Peru e Bolívia. É o caso dos indicadores econômicos 4, 5 e 11 (incluem apenas Brasil), dos indicadores ambientais 24, 30 e 45 (incluem Brasil e Flora Medicinal) e dos indicadores sociais 62, 78 e 84 (incluem Brasil, Flora Medicinal e Operações Internacionais), 74, 79, 80 e 81 (incluem Brasil e Flora Medicinal).

Pode ainda, contudo, haver alterações de outra ordem, como parte do contínuo processo de aperfeiçoamento na coleta e análise dos indicadores. Entre as mudanças apresentadas neste Relatório está a conceituação mais ampla de apoios e patrocínios sociais, a inclusão de informações sobre consumo de combustível, a reformulação do cálculo de reciclagem de água, a apresentação de tabela com volume de efluentes tratados e a maior especificação de gastos ambientais (indicadores 10, 18, 22, 36 e 45). Além disso, foi retirada a informação sobre número de inscritos no programa de *trainees*, considerada não pertinente ao tópico relatado, incluídas informações sobre acidentes com subcontratados e excluídos dados referentes à raça dos colaboradores, em razão de processo de recadastramento que será finalizado em 2004 (indicadores 47, 54 e 61).

Esclarecimentos sobre este Relatório podem ser obtidos com:	
<b>José David Vilela Uba</b> , Vice-Presidente de Finanças e Informações	55 11 4446-2701
<b>Rodolfo Witzig Guttilla</b> , Diretor de Assuntos Corporativos	55 11 4446-2561
<b>Site Natura</b>	www.natura.net

Outras informações podem ser solicitadas através de:	
<b>Central de Atendimento Natura</b>	0800-11 55 66
<b>Gerência de Meio Ambiente</b>	55 11 4446-2485
<b>Gerência de Planejamento Econômico</b>	55 11 4446-2713
<b>Gerência de Responsabilidade Corporativa</b>	55 11 4446-2580

*"Este Relatório foi produzido em conformidade com o Guia GRI 2002. Ele representa uma apresentação balanceada e justa da performance econômica, ambiental e social de nossa organização."*

**Pedro Luiz Barreiros Passos**  
Diretor-Presidente

## Indicadores de Desempenho Econômico

### Impactos Econômicos Diretos

#### Clientes

##### 1. Receita líquida (R\$ mil)

	2001	2002	2003
Receita líquida	875.537	993.139	1.328.910

##### 2. Distribuição geográfica de mercados

A Natura não divulga esta informação.

#### Fornecedores

##### 3. Custo de todos os bens, materiais e serviços adquiridos (R\$ mil)

	2001	2002	2003
Custo dos bens, materiais e serviços	601.975	679.367	942.240

##### 4. Porcentagem de contratos que foram pagos em conformidade com seus termos, excluindo aqueles pagos através de penalidades ajustadas

	2001	2002	2003
Percentual de contratos pagos em conformidade	99,7%	99,7%	99,6%

#### Colaboradores

##### 5. Total da folha de pagamentos e dos benefícios (incluindo salários, aposentadoria e outros benefícios) distribuídos por país (R\$ mil)

	2001	2002	2003
Brasil	96.838	143.157	164.452
Argentina	8.877	4.967	5.458
Chile	2.509	3.579	3.410
Peru	2.359	3.368	4.463
Total Natura	110.583	155.071	177.783

##### Razão entre investimentos em treinamento e os custos operacionais

	2001	2002	2003
Razão	1,28%	1,03%	1,10%

##### Investimentos em educação e treinamento de colaboradores (R\$ mil)

	2001	2002	2003
Investimentos	4.991	4.973	6.724

#### Financiadores e Acionistas

##### 6. Distribuição para os financiadores, segmentados por juros sobre dívidas e empréstimos; e dividendos para todas as classes de ações, com quaisquer obrigações de dividendos preferenciais a serem cumpridas (R\$ mil)

	2001	2002	2003
Empréstimos e financiamentos de longo prazo	134.212	99.850	32.986
Empréstimos e financiamentos de curto prazo	103.111	104.271	75.102

##### 7. Aumento ou diminuição nos lucros acumulados no final do período (R\$ mil)

	2001	2002	2003
Lucros acumulados	9.485	21.741	63.884

#### Setor Público

##### 8. Soma total de impostos de todos os tipos pagos, separados por país (R\$ mil)

	2001	2002	2003
Brasil	323.045	373.032	490.316
Argentina	4.035	3.077	6.631
Chile	1.232	1.964	2.173
Peru	1.035	1.954	2.964
Total Natura	329.347	380.027	502.084

## 9. Subsídios recebidos distribuídos por país ou região

	2001	2002	2003
Subsídios	N.D.	N.D.	N.D.

## 10. Doações à comunidade, à sociedade civil e a outros grupos, separados em termos de doação em dinheiro e em espécie por tipo de grupo (em R\$ mil)

	2001	2002	2003
Apoios e patrocínios sociais	1.474,0	479,0	368,4
Apoios e patrocínios ambientais	1.022,9	1.596,1	1.537,4
Apoios e patrocínios culturais e institucionais	587,0	151,7	666,1
Iniciativas de desenvolvimento sustentável ligadas ao negócio	N.D.	302,5	235,8
Projetos sociais coordenados pela Natura (área de responsabilidade corporativa)	955,2	496,9	569,7
Destinação de parte do imposto de renda devido ao Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente de Cajamar	85,0	92,0	132,0
Destinação de parte do imposto de renda devido ao Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente de Itapeverica	N.A.	26,0	87,0
Programa Natura Educação (para colaboradores e familiares)	400,0	322,4 <sup>(2)</sup>	298,7
Despesas Operacionais	521,0	602,0	706,3
Ação Social nas Operações Internacionais	N.A.	16,4	16,1
Total(A) <sup>(1)</sup>	5.045,1	4.085,0	4.617,5

(1): a) Nos relatórios de 2001 e 2002, contabilizamos, neste indicador, somente os apoios e patrocínios centralizados na área de Responsabilidade Social; os projetos sociais coordenados pela Natura e as Despesas Operacionais. A partir deste relatório, contabilizamos também outras iniciativas e projetos pertinentes, pois o conjunto representa melhor o conceito deste indicador. Reajustamos os valores de 2001 e 2002, acrescentando estes projetos e iniciativas. Maiores detalhes sobre estes projetos e iniciativas estão nas páginas 54 a 61 deste relatório. b) Além destas doações, a contribuição social da Natura também acontece por meio de outras iniciativas e ações voltadas para seus diversos públicos de relacionamento.

(2): O valor de 2002 é de R\$ 322,4 mil, conforme informado neste Relatório e não R\$ 67 mil, como consta no Apêndice do Relatório Anual 2002.

Crer para Ver (em R\$ mil)	2001	2002	2003
Recursos líquidos arrecadados	780	1.700	2.589
Investimento da Ação Social Natura	920	0	0
Total (B)	1.700	1.700	2.589
Total de Investimentos (A) + (B)	6.745,1	5.785,0	7.206,5

**Meta 2004** ▶ Arrecadar recursos líquidos no valor de R\$ 2,5 milhões.

## 11. Total gasto com o desenvolvimento de infra-estrutura de negócio, fora da atividade principal da organização

Em 2003, foram investidos cerca de R\$ 1 milhão em iniciativas como: melhoria das condições do local de trabalho, saúde e lazer; redução e tratamento de resíduos, redução de uso de insumos de fontes não renováveis e práticas de reúso de água.

Maria de Fátima Barbosa, colaboradora Natura, e linha de envase de perfumes no Espaço Natura Cajamar.



## Impactos Econômicos Indiretos

### 12. Os impactos econômicos indiretos da organização

Um dos impactos econômicos indiretos mais relevantes produzidos pela empresa, sem dúvida, é a riqueza gerada para as cerca de 355 mil Consultoras Natura, conforme demonstrado no gráfico abaixo. Da mesma forma, ressalta-se a significativa geração de riquezas para outros públicos, como colaboradores, acionistas e governo (ver capítulo *Principais Indicadores*).

**Distribuição de Riqueza<sup>(1)</sup> – Consultoras Independentes (em R\$ milhões)**



(1): Valor estimado com base nos preços de vendas sugeridos.

Num ano em que a economia no Brasil se manteve estagnada, gerando poucas oportunidades de trabalho, houve um crescimento de 48 mil novas Consultoras revendendo os produtos da Natura no Brasil.

**Consultoras Natura no Brasil (em milhares)**



### Metas assumidas no Relatório Anual Natura 2002

Indicador	Meta assumida em 2002	Resultados
5	Manter os investimentos em educação e treinamento de colaboradores no mesmo patamar de 2002.	☺ Meta superada. Os investimentos em educação e treinamento aumentaram 35% em relação a 2002.
10	Crescimento de 15% nas vendas de produtos que financiam o Programa Crer para Ver em 2003.	☺ Meta superada. A receita bruta gerada pelo Programa em 2003 superou em 36% a de 2002.

## Indicadores de Desempenho Ambiental

### Materiais

#### 13. Consumo total de materiais, excluída água, por tipo

	2001	2002	2003
Consumo de materiais – quilos	9.654.332	10.617.408	13.339.910
Consumo de materiais – litros	3.194.164	5.034.647	6.181.112

Nota: A Natura não detalha o consumo de materiais por tipo.

Em 2004, a Natura remodelará o processo de apuração de consumo de materiais – matérias-primas e embalagens –, reajustando, se necessário, os valores reportados em 2002 e 2003.

#### 14. Materiais utilizados que são resíduos (processados ou não processados) de fontes externas à organização

	2001	2002	2003
Materiais – toneladas	1.037	1.590	1.956

Nota: Este número foi calculado pressupondo que os fornecedores da empresa têm na sua matéria-prima a mesma taxa de materiais reciclados que compõem a média nacional (Fonte: Compromisso Empresarial para a Reciclagem, Cempre).

### Energia

#### 15. Consumo de energia direta, segmentado por fontes primárias (joules)

	2001	2002	2003
Eletricidade fonte primária	$7,57 \times 10^{13}$	$7,54 \times 10^{13}$	$7,47 \times 10^{13}$
Eletricidade autogerada (gerador a diesel)	$7,13 \times 10^{11}$	$6,55 \times 10^{11}$	$5,02 \times 10^{11}$
Óleo diesel utilizado nos geradores	$24,60 \times 10^{11}$	$22,60 \times 10^{11}$	$17,3 \times 10^{11}$
Combustível utilizado na distribuição – diesel	$7,43 \times 10^{13}$	$9,64 \times 10^{13}$	$11,6 \times 10^{13}$
Combustível utilizado na distribuição – gasolina	$4,09 \times 10^9$	$8,050 \times 10^9$	$9,670 \times 10^9$
Consumo de GLP <sup>(1)</sup>	$20,63 \times 10^{12}$	$19,40 \times 10^{12}$	$23,50 \times 10^{12}$

(1): Poder calorífico: GLP=11.500 kcal/kg; gasolina=11.277 kcal/kg (1 kcal/kg = 4.186,8 joules/kg).

O aumento de consumo de GLP (utilizado para a geração de vapor) deve-se ao aumento de produção da ordem de 26,8%, principalmente nas fábricas de shampoos e cremes, grandes usuárias de vapor:

**Meta 2004** ► Reduzir em 15% o consumo de energia por itens separados na expedição.

#### 16. Consumo de energia indireta (joules)

Não aplicável. Em seu processo produtivo, a Natura não adquire energia indireta.

#### 17. Iniciativas para utilização de fontes renováveis de energia e aumento de eficiência da energia

Em 2003, teve início um projeto piloto para o uso de energia solar para iluminação do estacionamento e terminal de ônibus do Espaço Natura Cajamar.

As ações para redução do consumo de energia no sistema de ar-condicionado, implementadas em 2002, foram mantidas. Foi mantida, também, a Brigada de Redução de Energia, criada para identificar possibilidades de economia.

#### 18. Outro uso indireto de energia e suas implicações, tais como viagens de negócios, gerenciamento do ciclo de vida do produto e uso de materiais que requerem muita energia para sua produção

Não disponível.

### Água

#### 19. Consumo total de água (m<sup>3</sup>)

	2001	2002	2003
Consumo	130.056	115.741	110.499

Nota: O reciclo de água tratada e as operações caça-vazamentos trouxeram resultados significativos. Mesmo com o crescimento de 26,8% de itens produzidos em 2003, houve redução do consumo de água em 4,5%.

#### 20. Fontes de água, ecossistemas e habitats envolvidos, significativamente afetados pelo uso da água

Por não estar disponível o sistema público de abastecimento, toda a água consumida nos Espaços Cajamar e Itapeperica da Serra provém de poços artesianos locais, respeitando-se os critérios de regeneração, observando-se a vazão máxima e mínima determinada durante a perfuração e testes, utilizando-se o recurso natural de forma sustentável.

#### 21. Retiradas anuais de água da superfície e subterrânea, por porcentagem anual disponível de fonte renovável

	2001	2002	2003
Retiradas	70,2%	65,7%	58,2%

#### 22. Total de água reciclada e reutilizada (m<sup>3</sup>)

	2001	2002	2003
Água reciclada e reutilizada	N.D.	6.509	20.233
Porcentagem de reúso sobre o total de água tratada na Estação de Tratamento de Efluentes	N.D.	16%	29%

(1): O cálculo da porcentagem de reciclo de água foi reavaliado. Em vez de se calcular a porcentagem de reciclo em relação à quantidade de água retirada do poço, passou-se a calcular esta porcentagem em relação ao volume de entrada de água na Estação de Tratamento de Efluentes, o que representa melhor o conceito de reutilização (ver também indicador 36).

(2): Foram implementadas ações para aumentar o uso de água tratada, tais como o prolongamento das redes no Espaço Natura Cajamar, permitindo também o uso para lavagem das paredes externas dos prédios e para irrigação.

**Meta 2004** ► Aumentar de 29% para 39% a porcentagem de reúso de água tratada.

## Biodiversidade

### 23. Localização e área de terra arrendada, alugada ou administrada em habitats ricos em biodiversidade

Apesar de não ter sido constatada riqueza local em biodiversidade, a Natura mantém operações em duas regiões de relevância ambiental: Itapecerica da Serra, situada em Área de Proteção de Mananciais, e Cajamar, em Área de Proteção Ambiental, ambas dentro do bioma da Mata Atlântica. O Sistema de Gestão Ambiental da Natura pressupõe ações de gerenciamento dos impactos ambientais gerados pela empresa nos locais onde está localizada.

### 24. Descrição dos principais impactos em biodiversidade associados às atividades da organização ou a seus produtos em ambientes terrestres, marinhos ou de água doce

A Natura utiliza em seus produtos insumos de origem vegetal na forma de extratos, óleos e compostos de derivados vegetais, priorizando fontes sustentáveis, para assegurar o mínimo impacto no meio ambiente.

Dois estratégias são adotadas para assegurar a sustentabilidade (ver detalhes no capítulo *Iniciativas e Parcerias Ambientais e Sociais*, na página 54):

- Projeto Plântula: identificação de origem dos insumos utilizados pela Flora Medicinal;
- Programa de Certificação de Ativos para dois tipos de manejo:

Manejo Florestal – estruturado para avaliar o processo de extração dos ativos e o tipo de manejo adequado, de acordo com os Princípios e Critérios do Forest Stewardship Council, FSC.

Manejo Agrícola – estruturado para avaliar o processo de produção agrícola dos ativos, de acordo com os Princípios e Critérios do Sustainable Agriculture Network, SAN, e do Instituto Biodinâmico, IBD.

O processo Natura de Certificação de Ativos está dividido em três fases:

**Fase I:** Processo interno de identificação e seleção de uma área potencial de fornecimento. Caracteriza-se nesta fase a tipologia dos produtores, a organização da comunidade e a forma de manejo (agrícola ou florestal) existente.

**Fase II:** Elaboração de diagnósticos socioambientais, de inventários botânicos e de plano de manejo.

**Fase III:** Implementação do plano de manejo e auditoria externa para certificação.

Status dos ativos								
Ativos Ekos	Estado	FASE I		FASE II		FASE III		Observações
		Início	Final	Início	Final	Início	Final	
Andiroba	Amazonas							Extrativismo (manejo)
<i>Carapa guianensis</i>								
Buriti	Piauí							Extrativismo (manejo)
<i>Mauritia flexuosa</i>								
Cacau	Bahia							Cultivo sistema agroflorestal
<i>Theobroma cacao</i>								
Camomila	Paraná							Cultivo
<i>Matricaria chamomilla</i>								
Castanha do Brasil	Amapá							Extrativismo (manejo)
<i>Bertholettia excelsa</i>								
Copaíba	Amapá							Extrativismo (manejo)
<i>Copaifera spp</i>								
Breu	Amapá							Extrativismo (manejo)
<i>Protium pallidum</i>								
Cumaru	Em avaliação							Extrativismo (manejo)
<i>Dipteryx odorata</i>								
Cupuaçu	Rondônia							Cultivo Sistema Agroflorestal
<i>Theobroma grandiflora</i>								
Guaraná	Bahia							Cultivo
<i>Paullinia cupana</i>								
Louro Rosa	Amazonas							Extrativismo (Manejo)
<i>Aniba ferrea</i>								
Macela	Paraná							Extrativismo (Manejo)
<i>Achyroclines satureoides</i>								
Maracujá	Minas Gerais							Cultivo
<i>Passiflora edulis</i>								
Mate Verde	Rio Grande do Sul							Extrativismo (Manejo)
<i>Ilex paraguariensis</i>								
Murumuru	Amazonas							Extrativismo (Manejo)
<i>Astrocaryum murumuru</i>								
Pitanga	São Paulo							Cultivo Certificado IBD
<i>Eugenia uniflora</i>								
Priprioca	Pará							Cultivo
<i>Cyperus rotundus</i>								

**Meta 2004** ▶ Assegurar fontes sustentáveis para 14 plantas e, para 8 destas, com certificação em campo (Fase III finalizada).

## 25. Quantidade de terra adquirida, arrendada ou administrada para atividades de produção ou extração

A Natura não adquiriu, arrendou ou administrou áreas de cultivo ou extrativismo, mas adota um sistema de certificação cujo principal objetivo é comprovar que a atividade considerada não comprometa os recursos disponíveis no local. Esse sistema visa beneficiar toda a coletividade ou uma propriedade, não se limitando à produção destinada à Natura.

A linha Natura Ekos adquire suas matérias-primas vegetais em áreas arrendadas, alugadas ou administradas por comunidades ou produtores rurais. Preocupada em que a exploração seja feita de forma responsável, a Natura procura, além de garantir um modelo de exploração sustentável, caracterizar a importância ambiental destas áreas.

Após análise da lista das seis categorias de áreas protegidas da The World Conservation Union, IUCN, identificou-se que duas áreas parceiras da Natura respondem às características da sexta categoria: "Recursos manejados em áreas protegidas: para uso sustentável de ecossistemas naturais". Essas áreas são a Reserva Extrativista do Médio Juruá (localizada no Estado do Amazonas) e a Reserva de Desenvolvimento Sustentável do Iratapuru (localizada no Estado do Amapá). Ambas são áreas criadas pelos governos federal e estaduais, visando a uma exploração sustentável dos recursos lá disponíveis, gerando riquezas e empregos para as populações tradicionais já presentes.

## 26. Área de superfície impermeável por porcentagem de terra arrendada ou adquirida

Não ocorreram mudanças em relação ao total de superfície impermeável dos Espaços Natura Cajamar e Itapecerica da Serra em 2003. Cajamar permanece com 77.114 m<sup>2</sup> de área construída (aproximadamente 12% do total do terreno) e Itapecerica da Serra, respeitando-se os limites de Área de Preservação de Mananciais, com 14.366,14 m<sup>2</sup> de área construída (aproximadamente 15% do total do terreno).

## 27. Impactos das atividades e operações em áreas protegidas e sensíveis

Há atividades relacionadas à compra de ativos que são realizadas em áreas protegidas e sensíveis, conforme relatado no indicador 25. Essas atividades são acompanhadas pelos órgãos ambientais responsáveis (Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis, Ibama, no caso da Reserva Extrativista do Médio Juruá, e Secretaria do Meio Ambiente do Estado do Amapá, Sema, no caso da Reserva de Desenvolvimento Sustentável do Iratapuru) e estão sendo complementadas pelo processo de certificação. Além da elaboração de planos de manejo, o processo de certificação traz como maior benefício o acompanhamento dos impactos das atividades extrativistas sobre um recurso disponível em uma área considerada.

Em relação às suas atividades produtivas, a Natura não evidenciou nenhum impacto ambiental em áreas protegidas e sensíveis em 2003.

## 28. Alterações em habitats naturais resultantes das atividades e operações da organização e porcentagem de habitats protegidos e restaurados

Conforme informações do indicador 27, a Natura não evidenciou nenhum impacto ambiental decorrente de suas atividades de manufatura de produtos em habitats protegidos, em 2003.

Com o objetivo de promover a restauração de habitats, foi inaugurado no Espaço Natura Cajamar um Viveiro de Mudanças, que, além de fornecer estrutura a projetos de Educação Ambiental com as comunidades de Cajamar e Itapecerica da Serra, também possibilita a recomposição das áreas naturais que sofreram intervenção humana. Para tal, já foram coletadas sementes nativas da região que estão sendo cultivadas nesse viveiro.

## 29. Objetivos, programas e metas para proteção e restauração de ecossistemas e espécies nativas em áreas degradadas

A Natura reconhece a importância dos projetos de recuperação como um fator essencial na manutenção dos ecossistemas. Com este fim, mantém os seguintes projetos/programas:

### Projeto Reça, Reflorestamento Econômico Consorciado e Adensado

O projeto se baseia em um sistema de produção agroflorestal de cupuaçu que resgatou uma área degradada do Estado de Rondônia. Acreditando no papel das comunidades tradicionais como agentes do processo de conservação da biodiversidade, a Natura prioriza trabalhar com sistemas agroflorestais sustentáveis.

### Projeto de Educação e Recuperação Ambiental da Mata Atlântica no Vale do Rio Doce, Projeto Canguçu, Projeto Pomar, Projeto Trilhas (ver página 56).

## 30. Números de espécies na Lista Vermelha da IUCN em habitats nas áreas afetadas pelas operações da organização

Plantas que constam da Lista Vermelha da IUCN e que são utilizadas pela Natura:

Mate verde (*Ilex paraguariensis*), castanha do Brasil (*Bertholetia excelsa*) e illipê (*Shorea stenoptera*).

As duas primeiras espécies, que usam, respectivamente, as folhas e os frutos, são exploradas de forma sustentável, com planos de manejo implementados que permitem quantificar o volume de recursos coletados sem comprometer a espécie. O manejo desses dois ativos já está certificado pelo Forest Stewardship Council, FSC.

Para a terceira espécie, a Natura usa apenas as sementes dos frutos. Ainda assim, adota uma estratégia de substituição e descontinuação.

**Meta 2004** ▶ Substituir/descontinuar o uso da espécie illipê (*Shorea stenoptera*).

## 31. Lista de unidades de negócio operando atualmente ou planejando operar dentro ou ao redor de áreas sensíveis ou protegidas

Ver indicadores 25 e 27.

## Emissões, Efluentes e Resíduos

### 32. Emissões de gases que provocam efeito estufa (CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, NO<sub>2</sub>, HFCs, PFCs, SF<sub>6</sub>) (t)

	2001	2002	2003
Emissão de CO <sub>2</sub> na distribuição – gasolina	203,00	434,33	521,20
Emissão de CO <sub>2</sub> na distribuição – diesel	5.222,00	6.633,86	7.960,63
Emissão de CO <sub>2</sub> na distribuição – álcool	N.D.	20,97	25,16
Emissão de outros gases	N.D.	N.D.	N.D.

(1): O cálculo de emissão de CO<sub>2</sub> foi feito levando-se em conta: gasolina = 1,76 kg CO<sub>2</sub> x litros de gasolina; diesel = 2,64 kg CO<sub>2</sub> x litros de diesel; álcool = 0,85 kg CO<sub>2</sub> x litros de álcool.

(2): Cálculo feito considerando a frota de transporte dos produtos.

### 33. Usos e emissões de substâncias que destroem a camada de ozônio

	2001	2002	2003
Emissão de substâncias que destroem a camada de ozônio, em toneladas de CFC-II equivalente	N.D.	N.D.	N.D.

**Nota:** 99% dos gases que a Natura utiliza em seus espaços não são prejudiciais à camada de ozônio. A Natura efetuou estudo e finalizará a troca do 1% de gases restantes (HCFC, R12 e R22) por gases Isceon em 2004.

### 34. Emissões significativas de Nox e Sox na atmosfera, por tipo

A Natura consome em seus espaços Cajamar e Itapecerica o gás GLP, que reduz significativamente a emissão de substâncias como o Nox e Sox em relação a outras fontes de emissões.

### 35. Volume total de resíduos por tipo e destinação (t)

Resíduos	2001	2002	2003
Resíduos Classe I	773,08	1.022,08	753,13
Resíduos Classe II <sup>(1)</sup>	933,39	1.626,18	2.501,98
Resíduos Classe III	1.037,25	532,98	377,58

Destinação	2001	2002	2003
Incinerados	5,94%	5,52%	6,40%
Reutilizados	22,24%	16,32%	17,60%
Descarregados em aterro <sup>(2)</sup>	34,02%	31,91%	24,40%
Recicláveis	37,80%	46,26%	51,60%

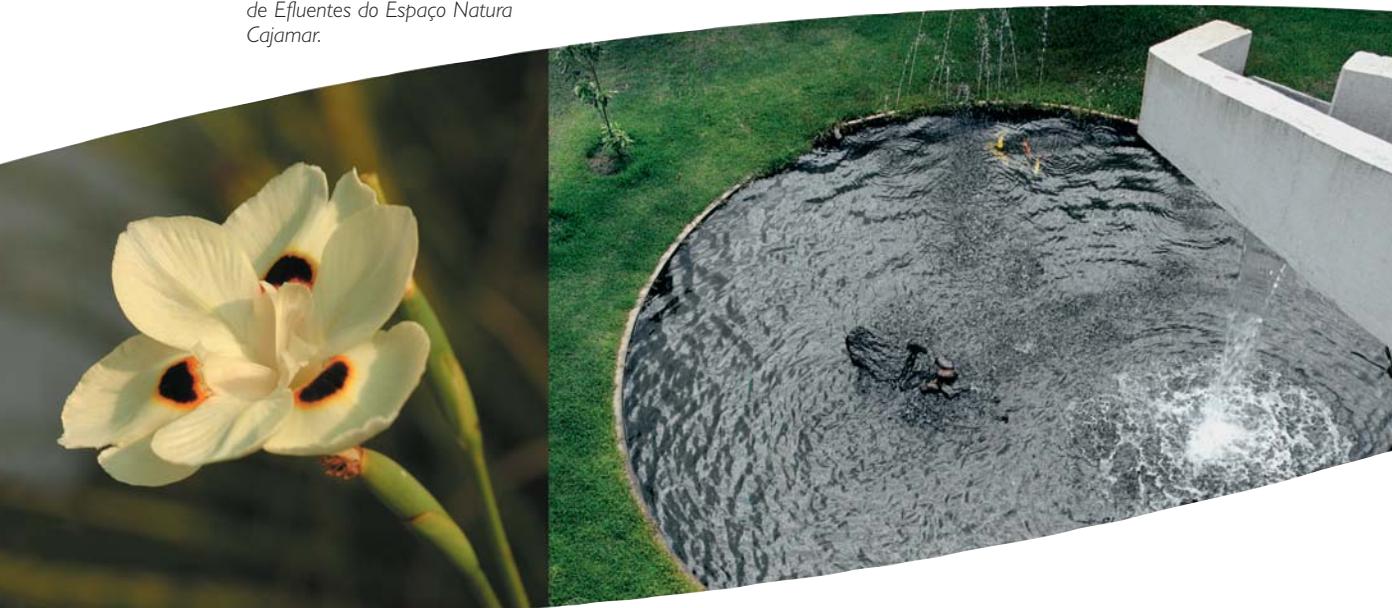
**Nota:** De acordo com a NBR 10.004/1987: **Resíduos Classe I:** resíduos perigosos (produtos cosméticos obsoletos, resíduo ambulatorial e de laboratório, álcool e emulsão oleosa); **Resíduos Classe II:** resíduos não inertes (lodo físico-químico e biológico da ETE, papel, papelão, resíduos de varrição, resíduos orgânicos e resíduos domésticos); **Resíduos Classe III:** resíduos inertes (vidros, metais, plásticos, entulhos).

(1): Os novos laudos de caracterização de resíduos classificaram os lodos físico-químico e biológico da ETE, antes considerados como Classe I (perigosos), como Classe II (não-inertes). Esse fato justifica o aumento do volume de resíduos Classe II em 2003, como demonstra o indicador.

(2): Foi inaugurado, em julho de 2003, no Espaço Natura Cajamar, uma Central de Compostagem, que transforma todo o resíduo orgânico, gerado pelo restaurante e áreas verdes, em um composto natural, utilizado para fertilizar os jardins da empresa. O objetivo do projeto é fomentar atividades de educação ambiental com as escolas da região. Os resultados de 2003 foram satisfatórios: dos 21.835 kg de resíduos orgânicos recebidos na Central, foram produzidos 320 kg de composto orgânico, o que permitiu reduzir o envio de resíduos a aterros sanitários.

**Meta 2004** ▶ Reduzir em 5% o valor relativo de quilos de resíduos sólidos por itens separados (em 2003, a Natura gerava 2,4 gramas de resíduos sólidos por item separado).

Detalhe do Jardim Botânico e da Estação de Tratamento de Efluentes do Espaço Natura Cajamar.



### 36. Descargas significativas de água, por tipo

	2001	2002	2003
Volume total de efluentes tratados (m <sup>3</sup> )	61.070	65.647	79.580

**Nota:** Os Espaços Natura Cajamar e Itapecerica da Serra possuem Estações de Tratamento de Efluentes instaladas e em operação, o que garante um ciclo de tratamento de seus efluentes, conforme parâmetros legais aplicáveis exigidos pelo órgão ambiental. Como forma de agregar maior conteúdo às informações ambientais e por considerar de extrema importância os valores obtidos no tratamento de seus efluentes, a Natura incluiu, a partir do Relatório deste ano, o acompanhamento dos valores referentes ao volume de efluentes tratados nos Espaços Cajamar e Itapecerica da Serra.

**Meta 2004** ▶ A carga orgânica (demanda bioquímica de oxigênio) presente nos efluentes descartados pelas indústrias é responsável por grande parte da poluição gerada. Nesse sentido, a Natura vai aumentar em 10% a eficiência média anual de remoção de carga orgânica do lançamento de efluentes em Itapecerica da Serra.

### 37. Derramamentos significativos de produtos químicos, óleos e combustíveis em termos de número total e volume total

Em 2003, não houve nenhuma ocorrência de derramamento significativo de materiais químicos que possa comprometer a qualidade do solo, águas superficiais e/ou subterrâneas.

**Nota:** Com a implementação do Sistema de Gerenciamento Ambiental Natura, foi desenvolvido o Plano de Atendimento Natura a Emergências, que contempla diversos cenários (entre eles, vazamentos de produtos químicos) e tem como objetivo fornecer, registrar e monitorar informações que promovam ações corretivas e preventivas, minimizando, assim, as consequências e danos aos colaboradores, à comunidade local e também ao meio ambiente.

### 38. Outras emissões indiretas de gás (CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, NO<sub>2</sub>, HFCs, PFCs, SF<sub>6</sub>)

A Natura entende que as emissões indiretas relevantes de gás provêm das atividades de alguns de seus fornecedores. A empresa não monitora essas emissões, mas avalia se seus fornecedores estão atendendo aos parâmetros legais, conforme explicitado no indicador 40. Os dados resultantes da emissão de gases na distribuição de produtos da empresa (considerada emissão direta) podem ser contemplados no indicador 32.

### 39. Identifique fontes de água, ecossistemas e habitats significativamente afetados por descargas de água e escoamentos

O Espaço Natura Cajamar realiza a descarga de seus efluentes no Rio Juqueri, principal afluente da margem direita do Rio Tietê. Encontra-se em operação uma Estação de Tratamento de Efluentes que possui sistema de tratamento físico-químico e biológico e atende plenamente aos requisitos legais aplicáveis (Resolução Conama 20, art. 21 e Decreto Estadual 8468/76, art. 12 e 18).

O Espaço Natura Itapecerica da Serra, por se encontrar em Área de Preservação de Mananciais e produzir apenas esgoto sanitário, realiza a infiltração de seus efluentes no solo, após tratamento que reduz significativamente a carga orgânica.

## Fornecedores

### 40. Desempenho dos fornecedores com relação aos componentes de programas e procedimentos, conforme mencionado no capítulo Análise dos Resultados Econômico-Financeiros, Sociais e Ambientais deste Relatório

A avaliação do desempenho dos fornecedores com relação às questões estratégicas para a sustentabilidade (qualidade de produtos e processos, qualidade de vida, responsabilidade social e meio ambiente) tem ocorrido através de um programa de relacionamento que teve início em 2003.

Além dos compromissos em contrato, com cláusulas específicas sobre proibição de trabalho infantil, cumprimento de requisitos legais e atendimento aos requisitos de qualidade, na questão ambiental, a Natura reuniu fornecedores em 5 de junho, Dia Internacional do Meio Ambiente, e, a partir desse evento, enviou-lhes questionário para saber como gerenciam a questão ambiental. O objetivo dessa ação é orientar e incentivar ações ambientalmente responsáveis. O questionário é aplicado também na qualificação de novos fornecedores.

Quanto à questão da responsabilidade corporativa, já considerada na qualificação de novos fornecedores mediante informação obtida por questionário, terá abordagem ampliada e sistematizada, no âmbito do projeto, em 2004. De qualquer maneira, questões relativas ao assunto "Sustentabilidade" estão presentes no processo de Certificação em Qualidade Assegurada para fornecedores estratégicos.

**Meta 2004** ▶ Atendendo ao requisito do Sistema de Gerenciamento Ambiental da Natura, Sigan, será avaliada 100% da documentação ambiental dos fornecedores cujas atividades podem causar impacto no meio ambiente.

## Produtos e Serviços

### 41. Impactos ambientais significativos dos principais produtos

Crescer de modo sustentável implica mudar padrões de produção e consumo. Nesse sentido, a Natura utiliza-se da Gestão de Ciclo de Vida (Life Cycle Management, LCM) que é fundamentada na Análise de Ciclo de Vida do Produto (Life Cycle Assessment, LCA) e no conceito de Design for Environment, DfE. LCM consiste em uma abordagem integrada de conceitos, técnicas e procedimentos para acessar os aspectos ambientais, econômicos, tecnológicos e sociais de produtos e organizações com o objetivo de melhoria contínua da perspectiva de ciclo de vida. DfE (Eco Design) trata da integração sistemática de considerações ambientais no projeto de produtos e processos e, por fim, LCA consiste em uma ferramenta objetiva para análise dos impactos ambientais associados a um produto, processo ou atividade por meio da identificação dos fluxos elementares de energia e material que entram e saem das fronteiras do sistema analisado. Com base nisso, a empresa, em seu documento de "Opções Estratégicas Ambientais", apresenta os seguintes compromissos:

"Construiremos uma posição e fixaremos objetivos a serem perseguidos com relação a temas como:

- Incorporação da Análise de Ciclo de Vida, ACV como método obrigatório no diagnóstico dos impactos causados por nossos processos e produtos e uso desta ferramenta para definição das prioridades de nossos planos mitigadores ou compensatórios de impactos;
- Redução de lançamentos e produtos causadores de impactos ambientais críticos;
- Redução dos impactos ambientais médios no desenvolvimento de novos produtos e serviços, tomando como referência os valores já existentes;
- Aperfeiçoamento do uso da ferramenta ACV. Para tal, participaremos dos grupos, associações e comitês técnicos que, em parceria com as organizações normalizadoras, facilitem o uso sistemático da ACV compartilhando o conhecimento adquirido e ampliando o entendimento sobre o tema perante os diversos agentes da sociedade."

A Análise de Ciclo de Vida, ACV, é uma ferramenta que pode auxiliar a empresa por tornar evidente em que direção as ações estão sendo tomadas e que escolhas afetam mais o meio ambiente e, por consequência, a sociedade.

Não se trata de tarefa fácil, pois várias decisões, aproximações e hipóteses fazem parte desse processo, além de serem necessários dados ainda não disponíveis, como, por exemplo:

- Todos os impactos no ambiente e na saúde humana ao longo de toda a vida útil de um produto, tanto para usuários diretos como para os demais;
- O modo como são extraídas as matérias-primas que vão compor o produto;
- O monitoramento e gerenciamento dos insumos e saídas em toda a cadeia produtiva;
- O resultado do uso do produto em cada diferente ecossistema (zonas tropicais, secas, equatoriais, ambientes marinhos, áreas urbanas, rurais) em nível de "uso eficiente".

Ciente de que suas embalagens representam um grande impacto ao longo do ciclo da vida de seus produtos, a Natura, em 2002, finalizou a primeira etapa do projeto de Inventário Ambiental de embalagens, por meio do uso da metodologia de ACV. Em 2003, o projeto de Avaliação de Ciclo de Vida de embalagens foi inserido no processo formal de lançamentos de produtos da empresa.

Assim, qualquer novo tipo de embalagem, antes de ser lançado, é submetido a um estudo preliminar de impacto ambiental pela metodologia de ACV, a fim de fornecer subsídios para a tomada de decisão. A evolução de alguns indicadores de impacto ambiental é publicada e acompanhada mensalmente no Balanced Score Card da empresa.

Em 2003, os indicadores controlados foram:

**Porcentagem de produtos lançados com ACV de embalagens realizada:** A meta de todos os meses foi de 100%. Em todos os períodos, a empresa cumpriu a meta.

**Porcentagem do portfólio de produtos com ACV de embalagens calculada e documentada:** A meta para 2003 era de 94% do portfólio e a empresa concluiu o ano com 99%.

**Impacto total Natura:** A meta para 2003 era manter o mesmo impacto ambiental apurado em 2002 pela metodologia Eco-Indicator 99<sup>(1)</sup>, utilizando dados de Inventário de Ciclo de Vida de bancos de dados disponíveis (como o Buwal, por exemplo). No entanto, a análise 2002 x 2003 demonstra que ocorreram aumentos em relação ao impacto ambiental das embalagens:

- O impacto médio ponderado por unidade faturada cresceu 11,7%;
- O impacto total (valor absoluto) aumentou 33%.

(1) Bibliografia: Goedkoop, Mark; Spriensma, Renilde; *The Eco-Indicator 99 – A Damage Oriented Method for Life Cycle Impact Assessment*, 2ª edição, Pré Consultants B.V., 2000.

Vale lembrar que a quantidade faturada pela Natura em 2003 cresceu 34%.

A análise desses dados possibilitou o aprendizado de algumas questões como:

- O impacto ambiental médio é ponderado, o que resulta em relação direta com o mix de produtos. Assim sendo, mesmo que os novos lançamentos sigam a regra de terem impacto ambiental menor que o impacto ambiental médio da categoria na qual ele se insere (medido em mPt), essa medida pode não ser suficiente para reduzir o impacto ambiental médio da empresa;
- O resultado de uma ação nos lançamentos não tem resultado imediato no impacto ambiental médio da empresa. Esse efeito será percebido a médio e longo prazos;
- Esse assunto deve ser acompanhado, monitorado e gerenciado detalhadamente, pois a sustentabilidade – entendida como o equilíbrio entre o ambiental, o social e o econômico – pode provocar resultados divergentes do objetivo pretendido em uma das dimensões;
- ACV é uma ferramenta complexa e inclui elementos que não podem ser gerenciados pelas ferramentas tradicionais de controle e medição. Ao fazer a opção de administrar um negócio considerando ACV, deve-se considerar a integração entre os impactos, envolvendo todas as relações sociais, ambientais, culturais e econômicas nele inseridas.

**Meta 2004** ▶ a) Realizar o estudo de ACV de embalagens para 100% dos produtos lançados e atingir 100% do universo das embalagens de produtos do portfólio que serão submetidas a estudos de ACV; b) Ampliar o programa de biodegradabilidade, buscando desenvolver um núcleo de expertise em métodos de avaliação para outras matérias-primas, além dos existentes para tensoativos; c) Diminuir o impacto ambiental médio das embalagens reduzindo a média ponderada do impacto ambiental das embalagens, medida por Unidade de Negócio, bem como o valor total, que deve ser menor ou igual àquela medida em 2003.

#### 42. Porcentagem do peso dos produtos vendidos que podem ser recuperados no final de sua vida útil e porcentagem do que é realmente recuperado

	2001	2002	2003
	N.D.	N.D.	N.D.

**Nota:** Nossos produtos são rinsáveis ou de perfumação, não podendo ser reaproveitados ao final da vida útil. Os produtos que retornam à empresa por reclamações de diversas naturezas são descartados. Ocorre um pequeno aproveitamento em outras aplicações. Entretanto, não temos este indicador apurado. Com relação às embalagens, os materiais utilizados são recicláveis, porém, não temos um programa para quantificar a porcentagem do que é realmente recuperado.

#### Conformidade

#### 43. Incidentes e penalidades por não-cumprimento de todas as declarações, convenções e tratados internacionais aplicáveis e regulamentações nacionais, regionais e locais associadas com questões ambientais

	2001	2002	2003
Incidentes e penalidades	0	0	0

**Nota:** A Natura não sofreu nenhuma penalidade em 2003 pelo não-cumprimento de requisitos legais aplicáveis à questão ambiental. Com a implantação do Sistema de Gerenciamento Ambiental Natura, foram identificados todos os requisitos legais relativos aos aspectos e impactos ambientais significativos. Foi criado um banco de dados que permite uma interação constante entre as áreas para o controle e monitoramento das atividades, prevenindo quaisquer ilegalidades. Além disso, iniciou-se o monitoramento do andamento dos Projetos de Lei, com a criação de fóruns internos de discussão, permitindo uma postura proativa da Natura em relação a situações futuras.

## Transporte

### 44. Impactos ambientais significativos no transporte utilizado pela organização para propósitos logísticos

A Natura evoluiu na revisão do modelo de transportes, por meio da contratação de transportadoras com frotas mais novas (reduzindo o nível de emissões atmosféricas), novas roteirizações, consolidações de carga e conseqüentemente menor número de viagens, permitindo, assim, maior eficácia no uso de combustíveis. Os dados resultantes da emissão de gases na distribuição de produtos da empresa podem ser contemplados no indicador 32.

## Geral

### 45. Gastos totais ambientais por tipo (em R\$ mil)

	2001	2002	2003
Investimentos no projeto para certificação ISO 14001	N.A.	27,5	160,4
Instalação da Estação de Tratamento de Efluentes em Itapeperica <sup>(1)</sup>	N.A.	103,9	N.A.
Investimentos no Programa de Certificação de Ativos	N.D.	257,0	30,75
Investimentos em identificação de fontes sustentáveis de plantas medicinais e padronização de extratos <sup>(2)</sup>	N.D.	19,5	78,0
Investimentos na relação com comunidades fornecedoras da linha Ekos <sup>(2)</sup>	N.D.	26,0	127,0
Investimentos na área industrial	N.D.	64,0	N.D.
Implantação do Centro de Compostagem	N.A.	N.A.	97,9
Plantio de árvores no site Cajamar	N.A.	N.A.	160,0
Projeto Jardim Botânico Natura	N.A.	N.A.	27,2
Projeto de Recomposição Florestal	N.A.	N.A.	15,5
Investimentos em Iniciativas e Parcerias Ambientais <sup>(3)</sup>	1.022,9	1.596,2	1.537,4
<b>Total</b>	<b>1.022,9</b>	<b>2.094,1</b>	<b>2.234,1</b>

(1): O valor de 2002 referente ao investimento na instalação da Estação de Tratamento de Efluentes em Itapeperica é de R\$ 103,9 mil, conforme informado neste Relatório, e não R\$ 80 mil, como consta no Relatório Anual 2002.

(2): Os investimentos em identificação de fontes sustentáveis de plantas medicinais e padronização de extratos e os investimentos na relação com comunidades foram introduzidos no relatório de 2003 por terem sido consolidados nos processos internos iniciados no ano.

(3): Os investimentos em Iniciativas e Parcerias Ambientais estão detalhados nas páginas 54 a 61 deste Relatório.

### Metas assumidas no Relatório Anual Natura 2002

Indicador	Meta assumida em 2002	Resultados
15	Em 2003, a Natura reduzirá o consumo de energia elétrica em 5%.	☹ Meta não atingida. Houve crescimento de 26,8% nos itens produzidos em 2003 em relação a 2002, o que implicaria consumir, em valores absolutos, mais energia. Contudo, ações gerenciais em relação ao uso racional resultaram em redução de 0,9% no consumo, mesmo com o crescimento produtivo.
22	Em 2003, a Natura manterá o volume de água reciclada e reutilizada no mesmo patamar de 2002.	☺ Meta atingida. A Natura reutilizou 81% a mais de água em relação a 2002.
24	Certificar três ativos em 2003 (mate verde, cacau e guaraná).	☺ Meta atingida. Os três ativos foram certificados.
30	A Natura utiliza o ativo da planta <i>Shorea stenoptera</i> (illipê)* na composição de quatro produtos. Três desses produtos serão descontinuados em 2003. Para o quarto produto em questão, a Natura substituirá o ativo utilizado em 2004.	☹ Meta parcialmente atingida. Em 2003, um produto foi descontinuado; no início de 2004, mais um produto saiu de linha; os outros dois produtos estão em processo de descontinuação, que será concluído em setembro de 2004.
33	A partir de 2003, a Natura iniciará estudo de viabilidade para substituir os gases de equipamentos nocivos à camada de ozônio por gases menos prejudiciais ao meio ambiente, em sua unidade de Itapeperica da Serra.	☺ Meta atingida. A Natura efetuou estudo e finalizará a troca dos gases HCFC, R12 e R22 por gases Isceon em 2004.

## Indicadores de Desempenho Social

### Práticas de Trabalho e Trabalho Decente

#### Emprego

##### 46. Composição da força de trabalho por país

	2001	2002	2003
<b>Brasil</b>			
Colaboradores	3.041	2.641	2.696
Temporários	201	88	230
Terceiros <sup>(1)</sup>	270	752	780
Estagiários	38	24	13
<b>Peru</b>			
Colaboradores	60	60	72
Terceiros	5	7	5
Estagiários	0	0	0
<b>Chile</b>			
Colaboradores	58	54	61
Terceiros	5	5	13
Estagiários	0	0	0
<b>Argentina</b>			
Colaboradores	134	129	157
Terceiros	5	5	4
Estagiários	0	0	1

(1): Consideram-se terceiros residentes, alocados nas unidades da empresa.

##### 47. Geração líquida de emprego e média de *turnover* segmentada por país

Postos de Trabalho – Brasil			
	2001	2002	2003
Postos de trabalho em Cajamar	1.611	1.685	1.681
Postos de trabalho em Itapecerica	0	956	1.015
Postos de trabalho em Santo Amaro	1.430	0	0
<b>Total</b>	<b>3.041</b>	<b>2.641</b>	<b>2.696</b>

**Nota:** Toda a força de vendas (promotoras de vendas, gerentes de vendas, gerente de mercado, supervisores de vendas e assistentes de campo) está contabilizada em Itapecerica da Serra

Geração de emprego e retenção de funcionários			
	2001	2002	2003
<b>Brasil</b>			
Empregos gerados no período	-99	-400	55
Índice de <i>turnover</i> dos colaboradores	13,77%	6,04%	6,53%
<b>Peru</b>			
Empregos gerados no período	2	0	12
Índice de <i>turnover</i> dos colaboradores	15,00%	16,00%	16,00%
<b>Chile</b>			
Empregos gerados no período	-3	-4	7
Índice de <i>turnover</i> dos colaboradores	5,20%	7,40%	7,40%
<b>Argentina</b>			
Empregos gerados no período	0	-5	28
Índice de <i>turnover</i> dos colaboradores	N.D.	N.D.	7,1%

Oportunidades internas			
	2001	2002	2003
Porcentagem de vagas oferecidas ocupadas por colaboradores	N.D.	56%	54%

Geração de oportunidades de trabalho – número de Consultoras Natura (em milhares)			
	2001	2002	2003
Consultoras Natura – Brasil	286	307	355
Consultoras Natura – Operações Internacionais	13	15	20

##### 48. Benefícios oferecidos aos colaboradores, além dos obrigatórios por lei

- Programa Natura Educação – subsídio de bolsas universitárias, técnicas e de idiomas para os colaboradores;
- Berçário para filhos (com idade até 3 anos e 11 meses) de colaboradoras;
- Academia de ginástica na própria empresa para todos os colaboradores associados ao Clube Natura;

- Terapias alternativas – acupuntura na própria empresa;
- Fonoaudiologia;
- Massagens terapêuticas na própria empresa;
- Plano de saúde com coberturas especiais – a Natura oferece cirurgias de correção para qualquer colaborador com mais de 7 graus de miopia;
- Plano odontológico;
- Atendimento psicológico;
- Check-up – exames laboratoriais, bioquímicos, hematológicos, diagnóstico preventivo de doenças cardiovasculares, diagnóstico por imagem, orientação nutricional, exame preventivo da mulher e do homem, consultas em especialistas e generalistas;
- Atendimento clínico na empresa, na prevenção das patologias metabólicas (diabetes, colesterol e triglicérides) e cardiovascular (hipertensão);
- Serviço de prevenção de patologias ligadas ao trabalho – ortopedia, fisioterapia, reeducação postural global, psicologia e audiometria na própria empresa;
- Programa de auto-ajuda para quem pretende parar de fumar;
- Telemedicina (eletrocardiograma por telefone nos casos de emergência);
- Serviço de pediatria para as crianças do berçário;
- Assistência funeral;
- Programa de Saúde da Mulher – serviço de ginecologia na própria empresa;
- Programa de Reeducação Alimentar com atendimento de nutricionista na empresa.
- Centro de Estética no Clube Natura (Cajamar e Itapeverica da Serra) – serviços de manicure, pedicure, cabeleireiro, massagem e depilação para colaboradores e terceiros.

O Programa de Qualidade de Vida da Natura, em 2003, recebeu dois importantes reconhecimentos. O primeiro, da Secretaria da Saúde do Estado de São Paulo, que premiou as empresas que realizam os melhores trabalhos de combate e prevenção ao tabagismo. O outro, de melhor Programa de Nutrição na categoria Ação Específica do Prêmio Nacional de Qualidade de Vida, concedido pela Associação Brasileira de Qualidade de Vida. Esse prêmio reconhece as empresas que investem em ações para aperfeiçoar o bem-estar de seus colaboradores.

Além disso, na pesquisa anual de clima organizacional, o índice de favorabilidade em relação à questão da Qualidade de Vida aumentou de 62% para 71%.

## Relações de Trabalho e Gerenciais

### 49. Porcentagem de colaboradores representados por sindicatos ou outras entidades de classes

	2001	2002	2003
Colaboradores representados	100%	100%	100%

**Nota:** No Brasil, a lei obriga que todos os trabalhadores sejam associados e contribuam com os sindicatos.

### 50. Políticas e procedimentos envolvendo informação, consulta e negociações com os colaboradores sobre mudanças nas operações da organização

**Informação:** As mudanças nas operações da empresa são sempre informadas a todos os colaboradores por meio dos veículos de comunicação interna – murais em diversos locais na empresa, intranet e e-mail. Há, na intranet, uma página que mantém sempre atualizadas as informações sobre a estrutura organizacional da empresa.

A Natura disponibiliza diversos canais de comunicação e informação com os colaboradores (*conforme detalhado no indicador 70*), por meio dos quais divulga políticas e procedimentos.

O índice de favorabilidade com relação à comunicação interna, medido na pesquisa de clima organizacional, evoluiu de 74% em 2002 para 78% em 2003.

**Consulta:** A possibilidade de uma mudança é amplamente discutida nos diversos comitês e fóruns formais de decisão (*ver indicador 51*).

**Negociações:** A Natura abre, esporadicamente, amplos processos de negociação com os colaboradores sobre grandes mudanças nas operações da organização. Pequenas mudanças são negociadas nos fóruns das áreas.

**51. Representações formais de colaboradores na tomada de decisão ou gerenciamento, incluindo governança corporativa**  
Diversos grupos de trabalho e comitês tratam de temas transversais e estratégicos da empresa e se organizam em diferentes níveis, reunindo-se regularmente, permitindo uma ampla e freqüente troca de informações entre diretores, gerentes e parte dos demais colaboradores, sempre em busca de soluções compartilhadas.

Os colaboradores são incentivados a opinar, sugerir e criticar de forma livre. Isso pode ocorrer nos Encontros Marcados ou por outros canais.

Vale mencionar, também, o Grupo de Qualidade e Redução de Custos, que discute iniciativas que visam à redução de custos e/ou melhorias de processos. Qualquer colaborador pode enviar sua sugestão para a área de Qualidade, ou para o Fale com a Natura.

A Pesquisa de Clima Organizacional é outra importante ferramenta utilizada pela empresa para envolver os colaboradores em decisões relacionadas ao emprego e ao ambiente de trabalho, e desenvolver planos de ação para melhoria em cada área da empresa. Em 2003, 76% das respostas dos colaboradores nesta pesquisa foram favoráveis à empresa.

Outro importante canal, voltado para a área operacional, é o GSCL, Gerenciamento da Satisfação do Cliente Interno, estrutura formada por colaboradores legitimamente escolhidos pelos colegas e por Recursos Humanos, para a qual são encaminhadas sugestões de melhorias.

Há, ainda, as Comissões de Negociação da Política de Lucros e Resultados, formadas por colaboradores eleitos por votação na empresa.

**Meta 2004** ▶ Manter-se no grupo de *benchmark* da Hay Group, empresa de consultoria em gestão de pessoas, presente em 35 países e que atende às 500 maiores empresas brasileiras. A Hay Group é responsável pela Pesquisa Anual de Clima Organizacional da Natura.

## Saúde e Segurança

### 52. Relato e notificação de acidentes ocupacionais e doenças e seu relacionamento com o Código de Práticas de Relato e Notificação de Acidentes Ocupacionais e Doenças da OIT

Todos os acidentes, com afastamento ou não do trabalho, são registrados e contabilizados, analisados para a determinação de suas causas e implementação de medidas corretivas ou preventivas. Além disso, são notificados ao Ministério da Previdência Social, ao Ministério do Trabalho e Emprego e ao sindicato da categoria profissional correspondente. A análise dos acidentes, coordenada pela área de Segurança do Trabalho, é realizada por um grupo do qual fazem parte: técnico de segurança, chefias, acidentado (se possível), testemunhas, pessoal de manutenção e representantes dos empregados na Comissão Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho. O relatório da análise de acidentes é divulgado às chefias e colaboradores para que tomem ciência e promovam a implementação de ações corretivas/preventivas, bem como é discutido nas reuniões da Comissão Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho. Eventos que não causaram nenhuma lesão aos colaboradores, mas que constituíram risco, também são contabilizados, analisados e medidas corretivas/preventivas implementadas. Esses eventos também são divulgados e discutidos pelos colaboradores por meio da Comissão Interna de Prevenção de Acidentes.

### 53. Descrição de comitês formais de Saúde e Segurança, que envolvam gerentes e representantes dos trabalhadores e proporção de força de trabalho coberta por qualquer desses comitês

Cada empresa constituída nas unidades operacionais e administrativas possui uma Comissão Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho. Essas comissões seguem as determinações da legislação – Norma Regulamentadora nº 5 da Portaria 3.214/78 do Ministério do Trabalho e Emprego e, desse modo, são assim operacionalizadas:

- os membros têm mandato de um ano;
- o número de participantes é proporcional ao total de empregados da empresa;
- metade de seus membros é eleita pelos próprios colaboradores, sendo os sindicatos da categoria informados e convidados a acompanhar o processo eleitoral. A outra metade dos membros é indicada pela empresa;
- os membros eleitos possuem garantia de emprego pelo tempo do mandato mais um ano;
- os membros indicados são preferencialmente pessoas do *staff* que têm condições de decidir sobre as ações corretivas (chefias e pessoal de manutenção);
- os membros dessas comissões participam da análise de acidentes, identificam e propõem melhorias para eliminação ou neutralização de riscos, bem como auxiliam na divulgação dos conceitos de prevenção e segurança, visando maior conscientização dos colaboradores;
- os relatórios e atas das reuniões ordinárias ou extraordinárias são enviados às chefias e diretoria e divulgados aos colaboradores.

### 54. Lesões típicas, dias perdidos, taxas de absenteísmo e números de fatalidades relacionadas ao trabalho (incluindo trabalhadores subcontratados)

	2001	2002	2003
Número de acidentes com colaboradores (com afastamento)	15	3	5
Número de acidentes com colaboradores (sem afastamento)	16	8	15
Média de acidentes de trabalho/colaborador	0,012	0,004	0,007
Número de acidentes com subcontratados (com afastamento) <sup>(1)</sup>	N.D.	N.D.	5
Número de acidentes com subcontratados (sem afastamento) <sup>(1)</sup>	N.D.	N.D.	34
Absenteísmo	1,93	2,83	2,25
Dias de trabalho perdidos	241	38	16
Investimento na prevenção de doenças/colaborador (R\$)	246,63	255,00	285,00
Investimento na prevenção de acidentes/colaborador(R\$)	61,08	56,08	121,05
Número de comunicações ao Instituto Nacional de Seguro Social, sobre doenças ocupacionais – Cajamar	4	1	3
Número de comunicações ao Instituto Nacional de Seguro Social, sobre doenças ocupacionais – Itapecerica da Serra	N.A.	N.A.	0
Número de comunicações ao Instituto Nacional de Seguro Social, sobre doenças ocupacionais – Santo Amaro <sup>(2)</sup>	0	1	0

(1): Os números referem-se a temporários, terceiros residentes e não-residentes

(2): A unidade de Santo Amaro foi desativada em dezembro de 2002.

**Meta 2004** ▶ a) Investir 10% a mais que em 2003, por colaborador, na prevenção de doenças; b) quintuplicar os investimentos por colaborador na prevenção de acidentes; c) manter estabilizados os casos de doenças ocupacionais em Cajamar e em Itapecerica da Serra.

### 55. Descrição de políticas ou programas para HIV/Aids

A Natura faz parte do Conselho Empresarial Nacional em HIV/Aids, organismo formado por 24 entidades empresariais convidadas, criado em 1998 pelo Ministério da Saúde.

O Programa de Prevenção e Combate à Aids tem como objetivo disponibilizar informações para combater a discriminação

e a segregação e levar a mudanças de comportamento. A Natura adota uma política que envolve o atendimento e tratamento de colaboradores soropositivos, além da parceria com os órgãos públicos. Periodicamente, são realizadas campanhas de prevenção, principalmente no Carnaval, no Dia do Trabalho, no Dia dos Namorados e no dia 1º de dezembro, Dia Internacional da Luta Contra a Aids.

#### 56. Descrições de acordos formais com sindicatos ou outras representações de classes envolvendo saúde e segurança no trabalho; proporção de força de trabalho coberta por qualquer desses acordos

A Natura segue as diretrizes relativas à saúde e à segurança regidas pela Consolidação das Leis do Trabalho e pelos acordos coletivos dos sindicatos com os quais mantém relacionamento. Alguns itens incluídos nos acordos e seguidos pela Natura são: remuneração nos primeiros quinze dias do auxílio-doença, complementação do auxílio previdenciário, fornecimento de Comunicado de Acidente de Trabalho e adoção de medidas de proteção em relação às condições de trabalho e segurança dos trabalhadores, implantação do regimento da Comissão Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho, garantia de exames médicos e laboratoriais previstos na legislação, entre outros.

### Treinamento e Educação

#### 57. Média de horas de treinamento por colaborador, por ano e por categoria

	2001	2002	2003
Colaboradores em cargos de produção	45	41	33
Colaboradores em cargos administrativos	19	19	36
Colaboradores em cargos gerenciais	41	53	66
Colaboradores em cargos de diretoria	42	32	40
Total (média de horas/ano)	37	36	44

**Meta 2004** ▶ Investir 40 horas de treinamento, em média, por colaborador por ano.

#### 58. Descrição de programas para apoiar a empregabilidade de colaboradores e para gerenciar a transição para a aposentadoria

##### Programa Natura Educação

Tem como objetivo ampliar o acesso dos colaboradores e suas famílias à educação formal e à capacitação para o trabalho. O programa oferece bolsas de estudo que subsidiam a mensalidade de cursos universitários e técnicos em 15% a 50%, de acordo com a faixa salarial do colaborador; de cursos supletivos em 70%, e estágio de idiomas em até 50%. Em 2003, foram concedidas 82 bolsas universitárias, 39 bolsas técnicas, 7 bolsas para cursos supletivos e 100 bolsas para cursos de idiomas. Também foi disponibilizado a 53 promotoras de vendas acesso a um portal de educação (KlickEducação), que oferece orientação educacional, biblioteca virtual, cursos e informações sobre vestibulares e trabalhos escolares. (Ver *Iniciativas e Parcerias Ambientais, Sociais e Institucionais*, na pág. 54.)

##### Programa de Educação Executiva

Subsidia até 80% do custo de MBAs e pós-graduação, no Brasil ou no exterior. Além disso, o programa subsidia programas de formação executiva para diretores.

##### Centro de Apoio

Nos processos de reestruturação, a Natura disponibiliza centros de apoio aos colaboradores desligados, oferecendo, entre outros benefícios: suporte psicológico; recursos para melhorar a qualificação profissional e as condições de empregabilidade, como cursos de microinformática e palestras sobre como montar um *curriculum vitae*; orientação sobre alternativas de recolocação; análise das perspectivas pessoais diante da aposentadoria; facilidades de acesso a novos planos de assistência médica, ao seguro desemprego e Fundo de Garantia do Tempo de Serviço; orientações sobre planejamento financeiro para a família; assessoria para o direcionamento da carreira, com orientação e apoio pessoal e familiar; orientação para o encaminhamento ao mercado; e ações de autodesenvolvimento.

**Meta 2004** ▶ Iniciar a implantação de um programa de preparação para a aposentadoria para os colaboradores.

#### 59. Políticas e programas específicos de gestão de habilidades ou de aprendizado permanente

A Natura tem como política de educação e aprendizagem fornecer 100% da formação técnica para exercício das funções e apoiar o desenvolvimento pessoal e profissional de seus colaboradores.

As oportunidades internas e externas de educação e treinamento para os colaboradores estão consolidadas no Guia de Aprendizagem, disponível na intranet. A ferramenta fornece desde um teste sobre estilo pessoal de aprendizagem até diagnóstico pessoal e coloca à disposição canais de conhecimento para diversificadas competências.

As políticas e programas de gestão de habilidade ou de aprendizado permanente estão organizados para atender às seguintes necessidades:

- Integração dos novos colaboradores, terceiros e temporários à visão de mundo Natura;
- Treinamentos funcionais específicos para todos os colaboradores;
- Treinamentos que disseminam a estratégia da empresa. Esses treinamentos incluem workshops com metodologias específicas para disseminar os processos críticos e estratégicos da empresa.

Além disso, em 2003 foi dado um grande foco na disseminação do conceito de sustentabilidade, o que levou a empresa a criar o Programa de Visão Geral de Sustentabilidade para colaboradores e terceiros; participaram deste treinamento 1.348 pessoas. Outro foco importante em 2003 foi o Programa de Meio Ambiente, que capacitou 1.343 pessoas, entre colaboradores e terceiros, para atuar em conformidade com os requisitos da norma ISO 14001.

Também teve início uma programação intensiva de treinamentos em qualidade para assegurar a cultura da excelência.

A Natura também desenvolve programas específicos para suas Consultoras.

Em 2003, a oferta de cursos e oficinas voltados para esse público foi diversificada com o curso Técnicas de Vendas e a Oficina de Perfumaria. Em 2003, o número de participações de Consultoras nas atividades de capacitação promovidas pela empresa foi de 318.712, o que representou um crescimento de 38% em relação a 2002.

#### Consultoras treinadas (em milhares)<sup>(1)</sup>



(1): Referente às Consultoras Natura no Brasil.

#### Investimentos em treinamento de Consultoras (em R\$ mil)<sup>(1)</sup>



(1): Referente às Consultoras Natura no Brasil.

### Diversidade e Oportunidade

#### 60. Descrição de políticas ou programas de igualdade de oportunidades, sistemas e resultados de monitoramento para garantir seu cumprimento

A Natura se posiciona claramente, em todos os seus documentos de intenções e em suas relações com a sociedade, pelo respeito à diversidade e à igualdade de tratamento.

##### Programa de Qualidade de Vida

A Natura adota uma política diferenciada com relação às mulheres gestantes ou em fase de amamentação, dando a elas todas as condições para exercer a maternidade e respeitando suas necessidades e as de seus filhos.

##### Programa de Incentivo à Contratação de Pessoas Portadoras de Deficiência

O programa é constituído pelas seguintes etapas:

- Revisão dos postos de trabalho das áreas em conjunto com entidades especializadas;
- No processo de contratação, as áreas de Ergonomia e Serviço Social, em conjunto, fazem a avaliação do tipo de deficiência e da atividade a ser desempenhada;
- A área de Serviço Social promove ações de sensibilização com os colaboradores da área que receberá o novo colaborador, com foco na integração, no tipo de deficiência em relação à autonomia e dependência; Formação de grupo com "padrinhos" e grupo com colaboradores deficientes proporcionando um espaço de reflexão/troca de informações e orientações;
- Os "padrinhos" são colaboradores voluntários que desempenham papel importante, auxiliando na integração de colaboradores com deficiência e orientando-os sempre que necessário.

No plano educacional, foram efetuadas adaptações nos treinamentos para que os colaboradores portadores de deficiências auditivas e visuais tenham maior facilidade e compreensão dos conteúdos. Foram desenvolvidos materiais em braille, empregada tradução para linguagem de sinais, adotados cursos em computador com linguagem para cegos e presença de tradutor de sinais em todas as turmas em que há colaboradores com deficiência auditiva, além da formação de multiplicadores nas áreas para os treinamentos funcionais.

Em agosto de 2002, a Natura firmou Ajuste de Conduta com o Ministério do Trabalho, com o objetivo de atingir a meta percentual de contratação de deficientes físicos, calculada proporcionalmente ao total de colaboradores da empresa. Em 2003, a Natura informou, semestralmente, ao Ministério Público, as providências no sentido de buscar o cumprimento da reserva. Atualmente, há 104 colaboradores portadores de deficiência na empresa (3,9% dos colaboradores são portadores de deficiência, conforme relatado no indicador 61; o ajuste firmado com o Ministério do Trabalho determina que a empresa tenha, em 2005, 5% de colaboradores portadores de necessidades especiais).

##### Bolsa de Oportunidades

Todas as vagas disponíveis na empresa são divulgadas nos murais e na intranet, dando abertura e transparência aos processos de aproveitamento interno.

#### 61. Composição dos níveis sêniores gerenciais e da Governança Corporativa (incluindo o quadro de diretores e também proporção de mulheres e homens e outros indicadores de diversidade quando culturalmente apropriados)<sup>(1)</sup>

Composição	2001	2002	2003
Portadores de deficiência			
Percentual em relação ao total de colaboradores	3%	2,2%	3,9%
Percentual em cargos gerenciais em relação			
ao total de cargos de gerência	0	0	0
Percentual em cargos de diretoria em relação			
ao total de cargos de diretoria	0	0	0

Composição	2001	2002	2003
Mulheres			
Percentual em relação ao total de colaboradores	62,31%	62,00%	62,4%
Percentual em cargos gerenciais em relação ao total de cargos gerenciais	54,67%	55,2%	56,4%
Percentual em cargos de diretoria em relação ao total de cargos de diretoria	0	10%	16,7%
Acima de 45 anos			
Percentual em relação ao total de colaboradores	8,90%	9,00%	9,20%
Percentual em cargos gerenciais em relação ao total de cargos gerenciais	11,20%	8,20%	7,90%
Percentual em cargos de diretoria em relação ao total de cargos de diretoria	83,30%	40,00%	25,0%

Perfil de Salários (R\$ mil) <sup>(2)</sup>	2001	2002	2003
Mulheres			
Salários médios mensais em cargos de produção	639,07	770,66	860,64
Salários médios mensais em cargos administrativos	2.435,14	3.052,59	3.608,05
Salários médios mensais em cargos gerenciais	6.877,99	7.494,96	8.872,45
Salários médios mensais em cargos de diretoria	N.A.	N.D.	N.D.
Homens			
Salários médios mensais em cargos de produção	870,51	991,38	1.088,90
Salários médios mensais em cargos administrativos	2.195,25	2.660,40	3.177,31
Salários médios mensais em cargos gerenciais	8.053,45	9.055,62	9.979,63
Salários médios mensais em cargos de diretoria	26.646,05	26.733,04	34.081,84

(1): A Natura está em processo de recadastramento de colaboradores e por isso não há dados de raça atualizados.

(2): a) Foram considerados para efeito de cálculo deste indicador os prêmios pagos aos gerentes de vendas e promotoras de vendas, b) Analisando nossos dados e histórico, concluiu-se: 1. Em cargos de produção, estão 7 grupos salariais e 42,7% do total dos colaboradores da empresa. Nas faixas onde a remuneração é mais baixa (1,2 e 3), concentram-se 98,3 % das mulheres e 77,4 % dos homens e por isso há uma diferença negativa na média salarial para as mulheres; 2. Nos cargos administrativos, temos 50,1% dos colaboradores nos grupos salariais de 4 a 15. Nesses cargos, estão inseridas as Promotoras de Vendas (100% mulheres), que, além da remuneração fixa, recebem prêmios relacionados a metas de vendas, o que torna a média mensal dos salários nesse bloco maior para as mulheres. Nos grupos salariais 14 e 15, a diferença da média salarial entre homens e mulheres vem se reduzindo desde 2001. Nos grupos salariais de 4 a 7, a diferença da média salarial é mínima (0,2%) e é positiva para as mulheres desde 2002; 3. Os cargos gerenciais são analisados em três categorias: Sênior, Pleno e Júnior. Nas três categorias, a diferença nas médias salariais de homens e mulheres evoluiu positivamente para as mulheres nos últimos anos. Na categoria Sênior, a diferença evoluiu positivamente para mulheres de 0,6% em 2001 para 3,4% em 2003. Na categoria Pleno evoluiu de -2,4% em 2001 para -0,3% em 2003 e na categoria Júnior; evoluiu de -2,2% em 2001 para 0,9%, em 2003; 4. O número concedido de méritos (para 9% dos colaboradores) ou promoções (para 6% dos colaboradores) em 2003 foi, em termos percentuais, praticamente idêntico para homens e mulheres.

## Direitos Humanos

### Estratégia e Sistemas de Gestão

#### 62. Descrição de políticas, diretrizes, estrutura corporativa e procedimentos para lidar com todos os aspectos de direitos humanos relevantes para as operações, incluindo mecanismos de monitoramento e resultados

A Natura segue, em suas políticas e práticas de gestão, princípios estabelecidos na Declaração Universal dos Direitos Humanos, como o da liberdade e igualdade dos seres humanos, sem distinção de raça, cor, sexo, língua, religião, origem étnica ou social. As políticas e práticas – como a Política de Gestão de Pessoas, Política de Recrutamento e Seleção, Política de Educação e Aprendizagem, Política de Remuneração e a Política de Ambiente de Trabalho – contemplam ainda o direito à vida, à liberdade, à segurança pessoal, coíbem o trabalho infantil e garantem a liberdade de reunião e associação. Delas fazem parte também condições equitativas de trabalho e de salário e proteções sociais – como alimentação e assistência médica –, especiais para a maternidade e a infância. Além disso, a empresa procura dar condições para que se cumpra o direito universal à educação, seja com a concessão de bolsas de estudo, seja pela capacitação direta de seus colaboradores.

Em sua Missão, a Natura explicitou os compromissos com os colaboradores, entre os quais merecem destaque: estimular a diversidade no quadro de colaboradores e respeitar a individualidade de cada um; aperfeiçoar as relações e as formas de trabalho, buscando criar um ambiente onde o dinamismo, a confiança, o respeito pelo outro estejam sempre presentes; investir grande parcela dos esforços na educação e no treinamento dos colaboradores, preparando-os para identificar e enfrentar desafios; garantir absoluta segurança às condições de trabalho; criar condições para que o potencial individual possa ser aproveitado ao máximo, com base em critérios de reconhecimento e recompensa pela contribuição de cada um. Todos os colaboradores devem saber o que deles se espera e como seu trabalho será avaliado. O cumprimento dessa missão deve ser o foco central de todos os gestores de pessoas e as políticas, normas, sistemas e processos de trabalho devem refletir esse compromisso.

A Natura é uma das primeiras empresas brasileiras signatárias do Global Compact, iniciativa da Organização das Nações Unidas, ONU, que busca mobilizar a comunidade empresarial internacional para a promoção de valores fundamentais nas áreas de direitos humanos, trabalho e meio ambiente. A Natura assume publicamente o compromisso com os princípios propostos por esta iniciativa, conforme publicado na página 44 deste Relatório.

### **63. Consideração dos impactos de direitos humanos em decisões sobre investimentos e compras, incluindo seleção de fornecedores e contratados**

#### **Respeito à Consolidação das Leis do Trabalho**

A Natura inclui nas suas normas e procedimentos considerações sobre a contratação de prestadores de serviços e terceiros, exigindo que o vínculo empregatício dos colaboradores da contratada esteja perfeita e legalmente registrado, de acordo com a Consolidação das Leis do Trabalho.

#### **Contratos com fornecedores**

Os contratos com fornecedores têm cláusulas específicas quanto à proibição do trabalho infantil.

## **Direitos Humanos**

### **Estratégia e Sistemas de Gestão**

### **64. Descrição de políticas e procedimentos para avaliar e abordar o respeito aos direitos humanos na cadeia produtiva e nos contratados, incluindo sistemas e resultados de monitoramento**

#### **Certificação de fornecedores em Qualidade Assegurada**

A Natura adota processo de certificação de fornecedores em Qualidade Assegurada, pelo qual são realizadas auditorias nos fornecedores estratégicos. Entre os quesitos avaliados está a questão do trabalho infantil.

#### **Certificação de ativos dos fornecedores rurais e extrativistas**

A Natura estabelece com seus fornecedores de ativos vegetais que a extração dos ativos não comprometa o equilíbrio ambiental, não haja trabalho infantil e que as tradições e o estilo de vida das comunidades sejam preservados.

O monitoramento é feito por meio do acompanhamento do processo de certificação de ativos, que tem por objetivo garantir que a extração desses insumos seja conduzida de forma ambientalmente correta e socialmente justa. (Ver indicador 24 e Iniciativas e Parcerias Ambientais, Sociais e Institucionais, na pág. 54.)

### **65. Treinamento dos colaboradores sobre políticas e práticas relacionadas a todos os aspectos de direitos humanos relevantes para as operações**

A Natura realizou em 2003 algumas atividades de sensibilização para colaboradores sobre temas relacionados com o respeito aos direitos humanos, conforme detalhado abaixo:

**Amamentação** – A conscientização em relação à importância da amamentação, além de uma campanha anual, faz parte do conteúdo do curso de gestantes, realizado duas vezes ao ano. Anualmente, são treinadas em média 40 gestantes, entre colaboradoras, esposas de colaboradores, terceiras e esposas de terceiros.

**Acolhimento de pessoas portadoras de deficiência** – A Natura já adotava a política de contratação de deficientes antes mesmo de ela ser obrigatória por lei. O acolhimento destas pessoas é planejado desde antes da admissão. A avaliação das atividades a serem desempenhadas por elas e das áreas em que serão alocadas é feita por uma instituição especializada em portadores de deficiência. O produto dessa avaliação é um mapeamento que orienta a área de Recursos Humanos no recrutamento, quando da abertura de uma vaga. A partir daí, as áreas de Ergonomia e do Serviço Social participam do processo de seleção, de forma a avaliar se a deficiência impede o desempenho da atividade. Quando da contratação, a área de Serviço Social atua na sensibilização das áreas que receberão o deficiente e na adaptação dele ao ambiente de trabalho. Como suporte, são eleitos colaboradores para acompanhar a adaptação ao trabalho e às novas relações (ver indicador 60).

**Trabalho Infantil** – A Natura também adota ações a favor da erradicação do trabalho infantil, conforme indicador 68.

### **Não-Discriminação**

### **66. Descrição de políticas, procedimentos e programas de prevenção de todas as formas de discriminação nas operações, incluindo sistemas e resultados de monitoramento**

Ver indicador 60.

### **Liberdade de Associação e Negociações Coletivas**

### **67. Descrição das políticas de liberdade de associação, dos procedimentos e programas para tratar dessa questão**

A Natura valoriza toda forma de expressão de cidadania e democracia e, dessa forma, reconhece o direito à sindicalização de seus colaboradores. O relacionamento com os sindicatos é feito por meio de encontros periódicos entre a área de Recursos Humanos e os representantes sindicais. Atualmente, a Natura mantém relacionamento com quatro sindicatos.

Os colaboradores participam das atividades de negociação do Programa de Participação nos Lucros e Resultados, PLR, por meio de duas comissões. Uma delas é formada por gerentes, supervisores, técnicos administrativos e operacionais, que discutem premissas e metas com representantes da empresa e sindicatos que aprovam a PLR Coletiva. A outra comissão, formada por gerentes, aprova a PLR Individual juntamente com representantes da empresa e do sindicato. As duas comissões são eleitas pelos colaboradores, por meio de um processo formal com acompanhamento do sindicato.

### **Trabalho Infantil**

### **68. Descrição da política que exclui o trabalho infantil, conforme definido pela Convenção 138 da OIT, incluindo sistemas e resultados de monitoramento**

A Natura não tem política formalizada para tratar a questão do trabalho infantil. Entretanto, a empresa respeita o Estatuto da Criança e do Adolescente, que proíbe o trabalho infantil, e inclui este preceito em cláusula dos contratos com todos os fornecedores. Também é filiada e parceira da Fundação Abrinq, organização não-governamental de defesa dos direitos das crianças.

Além disso, a erradicação do trabalho infantil vem sendo discutida com as promotoras de vendas desde 2001 e, em 2002, com o acompanhamento da Fundação Abrinq, o tema foi incorporado na programação de treinamento desse público. Em 2003, 197 promotoras participaram desse treinamento. Desde o início do programa, 1.083 promotoras foram envolvidas. Para a certificação de fornecedores em Qualidade Assegurada, é realizada uma avaliação que inclui, entre outros tópicos, a questão do trabalho infantil (*ver indicador 64*).

### **Trabalho Forçado e Obrigatório**

#### **69. Descrição de políticas para prevenção de trabalho forçado e compulsório, incluindo sistemas e resultados de monitoramento**

A Natura não tem política formalizada para tratar a questão do trabalho forçado. Vale reafirmar que todos os colaboradores da Natura são registrados nos termos da Consolidação das Leis do Trabalho. A empresa desconhece queixas sobre esse tema nas suas empresas fornecedoras.

### **Práticas Disciplinares**

#### **70. Descrição de políticas de não-retaliação e sistemas confidenciais e efetivos de queixas e reclamações dos colaboradores**

A Natura disponibiliza diversos canais de comunicação entre empresa e colaboradores, para que eles possam encaminhar suas sugestões, queixas ou reclamações, e que estas tenham o tratamento adequado. Os colaboradores são incentivados a opinar, sugerir, encontrar soluções e criticar de forma livre. Isso pode ocorrer nos Encontros com a Presidência, nos Encontros Marcados, ou por outros meios. É o caso do Fale com a Natura, recurso de comunicação entre colaboradores e a empresa que permite a livre expressão de dúvidas, elogios, reclamações, solicitações, críticas e sugestões, que podem ser enviadas a um endereço eletrônico. Cada área da empresa é responsável pela resposta ao tema que foi questionado ou proposto.

Outro canal de comunicação utilizado é o Gerenciamento da Satisfação do Cliente Interno, que surgiu da necessidade de monitorar os planos de ação decorrentes da pesquisa anual de clima organizacional. São eleitos colaboradores legitimamente escolhidos pelos colegas. Os colaboradores levam aos eleitos sugestões, propostas e solicitações que podem abranger desde promoções internas até itinerários dos ônibus.

### **Práticas de Segurança**

#### **71. Treinamento de direitos humanos para colaboradores da área de segurança**

Os colaboradores da área de segurança passam por um curso de formação de 120 horas de duração que abrange, entre outros conteúdos, a questão da Ética, Disciplina e Direito Penal. Em 2003, 60 colaboradores receberam treinamento.

### **Direitos Indígenas**

#### **72. Descrição de políticas, diretrizes e procedimentos para apontar as necessidades de povos indígenas**

Atualmente, a Natura não trabalha com povos indígenas, mas com populações tradicionais ou locais, como ribeirinhos, caiçaras, caboclos e quilombolas – para essas populações há uma política específica. A Natura reconhece e respeita as diferentes culturas e os direitos dos diferentes grupos socioculturais presentes no território nacional.

## **Sociedade**

### **Comunidade**

#### **73. Descrição de políticas para gerenciar impactos na comunidade em áreas afetadas por atividades da empresa, incluindo resultados de monitoramento**

##### **Comunidade de entorno**

O Sistema de Gerenciamento Ambiental Natura conta com um canal para registro e resposta das comunicações de impactos ambientais com partes interessadas.

Além disso, mantém canais de diálogo com as comunidades do entorno. Em 2003, em Cajamar, a empresa participou da criação e das discussões de um grupo de trabalho tripartite para iniciar projeto de planejamento da Agenda 21 naquela cidade, em conjunto com representantes do governo municipal e ONG ambientalista local. A Natura também está em contato com a comunidade de Cajamar, por meio da Secretaria de Cultura, da Diretoria de Educação, do Conselho dos Direitos de Defesa da Criança e do Adolescente e de outras organizações locais.

A empresa acompanha o número de colaboradores, de terceiros, de Consultoras e de voluntários da Natura em Cajamar. A partir de 2003, por meio do grupo de trabalho interno Natura-Cajamar, passou a estudar também a implantação de projetos nas áreas de educação e educação ambiental.

##### **Comunidades fornecedoras rurais ou extrativistas**

A empresa está implementando programa de relacionamento com as comunidades tradicionais fornecedoras de insumos vegetais. Para isso, colocará em prática um plano de encontros e fóruns de discussão de necessidades junto a essas comunidades.

A Natura tem também como objetivo implementar o processo de monitoramento dos impactos socioeconômicos nas áreas de coleta de matérias-primas vegetais, em complemento ao monitoramento já existente no processo de certificação do Forest Stewardship Council, FSC, e do Instituto Biodinâmico, IBD.

A empresa monitorará seu impacto nas comunidades fornecedoras por meio de laudo antropológico e socioambiental anual.

**Meta 2004** ▶ Criar canal direto de diálogo com as comunidades do entorno.

## 74. Prêmios recebidos pelo desempenho social, ético e ambiental

Reconhecimento	Organização	Objetivo	Categoria	2001	2002	2003
As Empresas Mais Admiradas do Brasil	Revista <i>Carta Capital</i> e <i>InterScience</i>	A pesquisa reconhece as organizações que mais se destacaram pelo comportamento ético, compromisso social, responsabilidade ambiental e consciência cidadã.	Empresa mais admirada do setor	1º	2º	1º
			Uma das 10 mais admiradas do país	8º	3º	2º
As Marcas Mais Lembradas Pelo Respeito ao Consumidor	Rádio Bandeirantes e H2R Pesquisas	Eleger as 11 marcas mais lembradas pelos ouvintes no quesito "respeito ao consumidor".				
As 3 Melhores Práticas de Clima Organizacional	Hay Group e jornal <i>Valor Econômico</i>	Destacar as empresas com as melhores práticas em gestão do clima organizacional.				2º
Empresas Mais Desejadas para Trabalhar	Revista <i>Forbes Brasil</i>		Ranking geral Setor			2º
Financial Times CEO's World Research	<i>Financial Times</i> e Pricewaterhouse-Coopers	Pesquisa do jornal britânico <i>Financial Times</i> , realizada com 1000 CEO's em todo o mundo, apontou a Natura, em 2002, como uma das principais empresas entre as reconhecidas mundialmente pelo respeito ao meio ambiente.	Empresas brasileiras mais respeitadas Uma das companhias que melhor utilizam os recursos ambientais em todo o mundo		9º	
						35º
Guia Exame As 100 Melhores Empresas para Você Trabalhar	Revista <i>Exame</i> e Great Place to Work Institute	O guia promove uma avaliação profunda do ambiente de trabalho e das práticas e políticas da gestão de Recursos Humanos das empresas. A avaliação é feita com base em pesquisa realizada entre colaboradores de cada empresa e na qualidade das políticas de Recursos Humanos.	Uma das 100 melhores empresas para se trabalhar A melhor empresa para a mulher trabalhar			7º
						1º
Guia Exame da Boa Cidadania Corporativa	Revista <i>Exame</i> e Instituto Ethos	A publicação tem como principal objetivo a divulgação das melhores práticas de responsabilidade social empresarial, a partir de critérios como abrangência, inovação, sustentabilidade, formação de parcerias e resultados de projetos.	Empresa referência em Responsabilidade Social			
Las 25 Mejores Empresas para Trabajar em El Peru	Great Place to Work Institute Peru e <i>El Comercio</i>	Destacar as 25 melhores empresas para se trabalhar do Peru, através de pesquisa de clima organizacional.				9º
Prêmio Aberje	Aberje	Destacar as revistas, jornais, vídeos e projetos de comunicação empresarial que melhor atenderam às demandas estratégicas empresariais no ano.	Relatório de Administração			
Prêmio Abrasca Melhor Relatório Anual	Abrasca	Incentivar o aprimoramento da elaboração de relatórios com maior clareza, transparência, qualidade e quantidade de informações e caráter inovador; tanto na apresentação expositiva quanto no projeto gráfico.	Companhia Fechada			1º
Prêmio Balanço Social	Abamec, Aberje, Ethos, Fides, Ibase	Estimular a produção e a publicação de balanços sociais pelas empresas, com o reconhecimento à qualidade das publicações. Pretende, ainda, difundir a importância do balanço social como instrumento de transparência das ações das empresas, diálogo com a sociedade e ferramenta de gestão corporativa, além de gerar referência de práticas de excelência na gestão da responsabilidade social.	Categoria Nacional			
			Categoria Regional SP			
Prêmio DCI Empresas do Ano	Jornal <i>DCI</i>	Premiar as empresas mais admiradas pelos executivos e empresários.	Empresa Mais Admirada			4º
Prêmio Eco	Câmara Americana de Comércio de São Paulo	Reconhecer e promover nacionalmente projetos de ação social desenvolvidos por empresas privadas nas áreas de cultura, educação, meio ambiente, saúde e participação comunitária.	Categoria Meio Ambiente: Projeto Biodiversidade Brasil			
Prêmio Ford Motor Company de Conservação Ambiental	Ford Conservation International do Brasil	Destacar anualmente os trabalhos mais significativos de conservação da natureza realizados no Brasil.	Iniciativa do Ano em Conservação Ambiental: Projeto Biodiversidade Brasil			
Prêmio Qualidade de Vida	ABVQ – Associação Brasileira de Qualidade de Vida	Estimular o desenvolvimento e a implantação de programas de qualidade de vida nas instituições, premiando organizações que realizam ações específicas e inovadoras neste âmbito de atuação e que tenham êxito na melhoria da qualidade de vida de seus colaboradores.	Programa de Reeducação Alimentar			
Prêmio Semana Estadual de Combate ao Câncer	Secretaria de Saúde do Estado de São Paulo	Reconhecer as instituições que realizaram os melhores trabalhos de combate ao tabagismo.	Programa de prevenção e combate ao tabagismo			
Prêmio Viagem	Revista <i>Viagem e Turismo</i>	Destacar os melhores entre diversos itens relacionados ao turismo.	Mérito Ecológico: Trabalho com a biodiversidade brasileira			
Trusted Brand – Marcas de Confiança	Revista <i>Seleções</i> do Reader's Digest	A pesquisa detecta o vínculo duradouro estabelecido entre os leitores e suas marcas prediletas, baseado na forte relação de confiança no produto.	A empresa mais confiável no setor de cosméticos.			

Nota: Os números referem-se à colocação da empresa no ranking do prêmio/reconhecimento, quando aplicável.

## Corrupção e Suborno

### 75. Descrição das políticas, procedimentos, sistemas gerenciais e mecanismos de conformidade com relação a corrupção e suborno

A Natura declara seu compromisso com a ética e com a transparência em todos os seus documentos públicos. Porém, não possui documento específico para tratar desse tema.

## Contribuições Políticas

### 76. Descrição de políticas, procedimentos, sistemas gerenciais e mecanismos de conformidade para gerenciar lobby político e contribuições

No Brasil, não existe lei que regule a formação de lobby, tampouco a Natura tem elaborada uma política específica para o tema.

## Competição e Preço

### 77. Decisões em tribunais com respeito a casos referentes a antitruste e regulamentações de monopólio

Não foi realizada nenhuma operação societária que representasse ato de concentração econômica.

### 78. Descrição de políticas, procedimentos, sistemas gerenciais e mecanismos de conformidade para prevenção de práticas de concorrência desleal

A Natura não possui uma política formal que aborde o tema em questão. Entretanto, a empresa é signatária do Código de Conduta da Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas e World Federation of Direct Selling Association.

## Responsabilidade sobre Produtos e Serviços

### Saúde e Segurança do Cliente

### 79. Descrição de políticas para preservar a saúde e segurança do cliente durante o uso de produtos da organização, incluindo sistemas e resultados de monitoramento

A Natura possui uma Política de Segurança de Produtos. Nela, estabelece como prioridade a segurança na utilização dos produtos, conforme indicado nas embalagens e nos demais folhetos explicativos, nas doses e modos recomendados, bem como nas condições previsíveis de uso. O Comitê de Segurança de Produtos, criado em 1998, é composto por médicos, cientistas e consultores internacionais. Esse comitê é responsável pelo delineamento de políticas e diretrizes no processo de avaliação de insumos e produtos acabados, visando garantir sua segurança em todos os mercados em que a empresa atua. O Comitê emite pareceres a serem seguidos em todas as etapas do desenvolvimento de novos insumos e produtos acabados, desde sua concepção até sua colocação no mercado.

A Natura adota como principal estratégia de segurança de produtos a avaliação toxicológica de todas as matérias-primas constantes nas fórmulas, de acordo com padrões internacionais. A Natura possui um laboratório de bioquímica e pele reconstituída, com equipamentos de última geração para testes in vitro, em cultura de células. Todos esses testes seguem as indicações de agências internacionais, como a Food and Drug Administration e a sétima diretiva da União Europeia. A Natura possui um Centro do Consumidor, onde são realizados testes de eficácia de diversos produtos existentes, além de avaliações de desempenho dos novos. Por fim, a empresa mantém amostras de cada lote de produtos encaminhados ao mercado, pelo tempo de validade de cada um. Coloca em prática, também, os conceitos de cosmetovigilância, ou seja, a avaliação sistemática de reações adversas dos diversos produtos comercializados por ela.

### Teste em animais

Apesar de o indicador não exigir explicitamente, a Natura, com base nos princípios de respeito à vida, à diversidade biológica, à ética e à transparência que inspiram seu comportamento empresarial, considera importante reafirmar sua posição contrária à realização de testes de laboratórios em animais.

*Criança em atividade do programa Cidadão em Movimento e Regina Chaves, integrante do Projeto Escola Oficina de Cultura Brasileira, financiado pelo Programa Crer para Ver.*



Há mais de cinco anos, a empresa busca alternativas e, como um dos resultados, em 2003 eliminou totalmente o uso de animais em testes de produtos cosméticos acabados. Mas, em respeito ao bem-estar do consumidor, faz ainda algumas avaliações em animais no caso de uma nova matéria-prima, desde que não haja métodos alternativos capazes de eliminar riscos à saúde dos usuários. A empresa está alinhada com os critérios técnicos e científicos internacionais do grupo de estudo conhecido como "3R": Reduction, Refinement and Replacement (redução, refinamento e substituição), que reúne as maiores indústrias de cosméticos do mundo com o objetivo de analisar e desenvolver métodos alternativos aos ensaios com animais.

A Natura é a única empresa brasileira de cosméticos que, alinhada com a legislação europeia, mantém o compromisso de eliminar inteiramente as experiências com animais até 2009. É também a única a investir em testes alternativos. Em 2000, criou o laboratório *in vitro* para avaliações de matérias-primas e produtos em células humanas ou de animais cultivadas artificialmente. A cada ano, investe cerca de R\$ 1,5 milhão no desenvolvimento de testes e treinamento de profissionais dedicados ao tema (ver *Principais Indicadores*, página 16).

Número de testes em animais	2001	2002	2003
Testes em animais para produtos cosméticos <sup>(1)</sup>	1.776	1.263	308

(1) Em 2001, este número inclui testes em animais para produtos cosméticos e testes para os produtos fitoterápicos da Flora Medicinal (empresa da Natura). Em 2002, o número de testes em animais somente para os produtos da Flora Medicinal foi 118 e em 2003; 249. Vale lembrar que a realização de testes em animais para os produtos fitoterápicos é exigência legal.

**Meta 2004** ▶ Diminuir em 25% o número de testes em animais em matérias-primas para produtos cosméticos.

#### 80. Número e tipo de instâncias de não-cumprimento de regulamentações com respeito à saúde e à segurança do cliente, incluindo as penalidades e multas para essas infrações

Não há registro de penalidade ou multa. A empresa apresenta-se em conformidade com a regulamentação exigida.

#### 81. Número de reclamações recebidas por organismos regulatórios ou organismos oficiais similares, para inspecionar ou regular a saúde e a segurança dos produtos e serviços

	2001	2002	2003
Reclamações	0	0	4

Nota: Não há julgamento sobre essas quatro reclamações de 2003, tampouco foi constatada qualquer irregularidade nos produtos da empresa.

#### 82. Código de conduta voluntário, rótulos de produtos ou prêmios com respeito à responsabilidade social ou ambiental que a organização está qualificada a utilizar ou a receber

A Natura:

- reafirmou seu compromisso com os princípios do Global Compact;
- é signatária do Código de Conduta da Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas;
- respeita integralmente o Estatuto da Criança e do Adolescente;
- segue a Carta de Princípios do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social;
- é reconhecida como uma empresa ética, social e ambientalmente responsável por representantes da sociedade civil e do governo. Este reconhecimento é exemplificado na forma de prêmios, como pode ser constatado na tabela do indicador 74 deste Relatório;
- é reconhecida com as seguintes menções: Empresa Amiga da Criança, outorgado pela Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança, Empresa Cidadã, outorgado pela Câmara Municipal de São Paulo, Empresa que Educa, outorgado pelo SENAC de São Paulo. Em 2004, a Natura recebeu a certificação NBR ISO 14001 (ver página 48).

### Produtos e Serviços

#### 83. Descrição das políticas, dos procedimentos, sistemas gerenciais e mecanismos de conformidade relacionados a informação e rotulagem dos produtos

Os textos de rotulagem dos produtos cosméticos Natura estão de acordo com a Resolução nº 79 de 28 de agosto de 2000 e com a Resolução nº 335, de 22 de julho de 1999. Também são observadas as normas do Instituto Nacional de Metrologia, Inmetro. A Natura utiliza seus rótulos como veículos de conhecimento, em que os consumidores encontram, além de informações detalhadas sobre os produtos e seus benefícios, reflexões sobre temas relacionados aos conceitos que os originaram.

#### 84. Número e tipo de instâncias de não-conformidade com regulamentações a respeito de informações do produto e rotulagem, incluindo penalidades ou multas para essas violações

Não há registro de penalidade ou multa. A empresa apresenta-se em conformidade com a regulamentação exigida.

#### 85. Descrição de políticas, procedimentos, sistemas gerenciais e mecanismos de conformidade relacionados à satisfação de clientes, incluindo resultados de pesquisas

Para relacionar-se diretamente com Consultoras e consumidores, a Natura conta com o Serviço Natura de Atendimento ao Consumidor, Snac, e o Centro de Atendimento Natura, CAN.

O Snac foi criado em 1990 e atua no gerenciamento da satisfação do cliente, por meio de uma equipe preparada a prestar informações e indicações de produtos, bem como receber sugestões e críticas, encaminhando-as às áreas responsáveis e acompanhando o processo até sua resolução final.

Os resultados do atendimento são registrados em relatórios, estatísticas e análises.

Alguns indicadores monitorados pela área:

Serviço Natura de Atendimento ao Consumidor			
	2001	2002	2003
Total de ligações atendidas pelo Snac (em milhares)	1.161	1.142	1.804
Percentual de reclamações em relação ao total de ligações atendidas pelo Snac	29%	26%	31%
Percentual de reclamações não atendidas	1,5%	3,2%	7,0% <sup>(1)</sup>
Total de denúncias envolvendo o Código de Defesa do Consumidor:			
Processos Administrativos (Procon)	50	94	68
Processos Judiciais (cíveis e criminais)	64	7	10
Total de denúncias envolvendo a saúde e a segurança do consumidor	0	2	4

(1): O indicador de reclamações não atendidas (chamadas abandonadas devido à fila de espera) apresentou crescimento, pois em 2003 o volume real de chamadas recebidas foi 19% superior ao previsto e 58% superior a 2002. Isso ocorreu devido a dois fatores principais: a) Impacto da mídia nas vendas com consequente impacto no Snac; b) Problemas de sistemas, gerando rechamadas por indisponibilidade.

Os problemas de sistemas foram solucionados, reduzindo o tempo de atendimento e as rechamadas por indisponibilidade.

Para atender ao novo patamar de demanda, a solução principal foi o crescimento da operação. Mas, por se tratar de um processo que envolve contratação e treinamento, seu efeito não foi imediato. A situação foi controlada e, em fevereiro de 2004, esse índice já era de 1%.

A pesquisa é uma ferramenta que possibilita medir a satisfação dos consumidores e identificar suas aspirações e necessidades. Nessa pesquisa, o grau de satisfação tem se mostrado consistente:

Satisfação dos Consumidores			
	2001	2002	2003
Muito Satisfeitos/Satisfeitos	95%	95%	96%

**Meta 2004** ▶ a) Reduzir para 30% o percentual de reclamações em relação ao total de ligações atendidas pelo Snac; b) Reduzir para 3% o percentual de reclamações não atendidas.

## Propaganda

### 86. Descrição de políticas, procedimentos, sistemas gerenciais da organização e mecanismos para adesão a padrões e códigos voluntários relacionados à propaganda

Apesar de não ter uma política específica sobre esse tema, a Natura se pauta pelo Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária e segue o código de conduta da Associação Brasileira dos Anunciantes, que, entre outros objetivos, tem a preocupação de preservar a responsabilidade social da propaganda, de modo que o direito dos consumidores não seja atingido por mensagens enganosas ou que representem agressão aos padrões culturais e morais da sociedade.

As agências de publicidade com as quais a Natura trabalha têm sua atuação pautada pela ética e responsabilidade corporativa. Assim, têm suas práticas alinhadas com as entidades que regulamentam o mercado: Conselho Executivo das Normas-Padrão da Publicidade; Associação Brasileira das Agências de Publicidade; respeitam o Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária; atuam no desenvolvimento de campanhas para ONGs e buscam a ética na linguagem e no conteúdo de suas campanhas, respeitando os direitos do consumidor.

### 87. Número e tipos de violações de regulamentações de marketing e propaganda

Não há registro de penalidade ou multa. A empresa apresenta-se em conformidade com a regulamentação existente.

## Respeito à Privacidade

### 88. Descrição de políticas, procedimentos, sistemas gerenciais e mecanismos de respeito à privacidade do consumidor

A empresa é signatária do Código de Conduta diante dos Consumidores da Associação Brasileira de Empresas de Venda Direta e World Federation of Direct Selling Association, que abordam o respeito à privacidade. A Natura também possui uma política de privacidade para a internet, publicada em sua página na web. O site natura.net assegura a privacidade e a confidencialidade das informações referentes às pessoas que nele se cadastram. O Sistema Natura de Atendimento ao Consumidor possui uma política de confidencialidade das informações, que está no contrato firmado entre a Natura e as empresas terceiras que realizam o atendimento ao consumidor.

### 89. Número de reclamações com respeito a violações de privacidade do consumidor

Não há registro de reclamações em razão de a empresa não comercializar e/ou disponibilizar para terceiros os dados e informações sobre seus consumidores.

Metas assumidas no Relatório Anual Natura 2002		
Indicador	Meta assumida em 2002	Resultados
47	Em 2003, a Natura manterá o índice de <i>turnover</i> abaixo de 7%.	☺ Meta atingida. O <i>turnover</i> em 2003 foi de 6,53%.
51	Manter-se no grupo de <i>benchmark</i> do Hay Group, empresa de consultoria em gestão de pessoas, presente em 35 países, e que atende às 500 maiores empresas brasileiras. O Hay Group é responsável pela Pesquisa Anual de Clima Organizacional da Natura.	☺ Meta atingida. A Natura permanece no grupo de <i>benchmark</i> do Hay Group, que inclui algumas das mais destacadas empresas em operação no Brasil.
58	Em 2003, a empresa iniciará a implantação de programas de preparação para a aposentadoria para seus colaboradores.	☹ Meta não atingida. O Programa Pós-Carreira será implantado em 2004.



**índice remissivo**  
global reporting initiative



Ao incorporar integralmente as diretrizes da Global Reporting Initiative, GRI, a Natura inclui no Relatório Anual 2003 o índice remissivo, de acordo com as recomendações daquela entidade. O índice tem como objetivo, além de facilitar o acesso à informação e aos indicadores, avaliar o grau de adesão da empresa às diretrizes da GRI. Mais informações sobre o modelo GRI podem ser obtidas no site [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org).

Visão e Estratégia		Indicadores de Desempenho Econômico				Indicadores de Desempenho Social					
item	página	Tema	Essenciais		Adicionais		Tema	Essenciais		Adicionais	
			indicador	página	indicador	página		indicador	página	indicador	página
1.1	8-11	Clientes	EC1(1)	3, 18, 23, 68, 94-95			Práticas de Trabalho e Trabalho Decente	LA1(46)	21, 31, 78	LA12(48)	78-79
1.2	2-5		EC2(2)	*				LA2(47)	3, 21, 31, 78		
<b>Perfil</b>											
2.1	17	Fornecedores	EC3(3)	68, 93	EC11	**	Relações de Trabalho e Gerenciais	LA3(49)	79	LA13(51)	30, 79
2.2	13-15, 28		EC4(4)	68				LA4(50)	79		
2.3	13-15	Colaboradores	EC5(5)	68, 93			Saúde e Segurança	LA5(52)	80	LA14	81
2.4	35, 97							LA6(53)	80	LA15(56)	
2.5	13, 50	Financiadores e Acionistas	EC6(6)	68, 93			Treinamento e Educação	LA7(54)	80		
2.6	13-14, 96-97		EC7(7)	18, 68, 94-95				LA9(57)	30, 81	LA16(58)	81
2.7	12, 24, 28, 34-35	Setor Público	EC8(8)	68, 93-95	EC12(11)	69	Diversidade e Oportunidade	LA10(60)	31, 82		
2.8	14, 18, 21-24, 28, 31, 68, 78, 93-95, 104-105		EC9(9)	69				LA11(61)	31, 82		
2.9	5, 29, 31-33, 36-39	Impactos Econômicos Indiretos	EC10(10)	36-37, 58-61, 69			Estratégia e Sistemas de Gestão	HR1(62)	43-44, 83	HR8(65)	84
2.10	65, 67							HR2(63)	32, 84		
2.11	16, 43	Indicadores de Desempenho Ambiental			EC13(12)	21, 31, 70	Liberdade de Associação e Negociações Coletivas	HR3(64)	32, 84		
2.12	16, 67							HR4(66)	82, 84		
2.13	16-17, 67										
2.14	15, 17, 24, 67										
2.15	17, 67										
2.16	17, 67										
2.17	N.A.										
2.18	17, 67, 96	Materiais	EN1(13)	71			Trabalho Infantil	HR6(68)	44, 84-85		
2.19	17, 67		EN2(14)	71							
2.20	16-17, 67	Energia	EN3(15)	19, 71	EN17(17)	38, 71	Trabalho Forçado e Obrigatório	HR7(69)	85		
2.21	N.D.		EN4(16)	71	EN18	**					
2.22	65, 67			EN19(18)	71	Práticas Disciplinares			HR9	**	
							HR10(70)			85	
<b>Estrutura de Governança e Sistemas de Gestão</b>		Água	EN5(19)	19, 38, 71	EN20(20)	71	Práticas de Segurança			HR11(71)	85
					EN21(21)	71					
				EN22(22)	19, 38, 71						
3.1	42, 46	Biodiversidade	EN6(23)	72	EN23(25)	73	Direitos Indígenas			HR12(72)	85
3.2	43				EN24(26)	73				HR13	**
3.3	42-43	EN7(24)			EN25(27)	73	Comunidade	SO1(73)	55, 58, 85	SO4(74)	48-49, 86
3.4	26			34-35, 55	EN26(28)	73					
3.5	N.D.		60, 72	EN27(29)	73	Corrupção e Suborno	SO2(75)	86			
3.6	46			EN28(30)	73						
3.7	8-11, 43-44	Emissões, Efluentes e Resíduos	EN8(32)	73	EN30(38)	75	Contribuições Políticas	SO3(76)	87	SO5	**
3.8	N.A.		EN9(33)	74	EN31	**					
3.9	5, 17, 21		74	EN32(39)	75	Competição e Preço			SO6(77)	87	
3.10	29-32, 36, 79		19, 39, 74				SO7(78)			SO7(78)	43, 87
3.11	21, 30, 32, 79, 89	Fornecedores	EN11(35)	75			Saúde e Segurança do Cliente	PR1(79)	87	PR4(80)	88
3.12	48-49		EN12(36)	75				PR5(81)			PR5(81)
3.13	26		75	EN33(40)	32-33, 75				PR6(82)	43, 88	
3.14	43-45, 88-89	Produtos e Serviços	EN14(41)	39, 75-76			Produtos e Serviços	PR2(83)	88	PR7(84)	88
3.15	62-65		EN15(42)	76				PR8(85)			PR8(85)
3.16	28-39, 72-77, 83-89	Conformidade	EN16(43)	76			Propaganda			PR9(86)	89
3.17	16, 50, 55, 68-70							PR10(87)			PR10(87)
3.18	25, 35	Transporte			EN34(44)	77	Respeito à Privacidade	PR3(88)	89	PR11(89)	89
3.19	35, 55, 60, 72-76, 79-83, 85-89										
3.20	26, 33, 38	Geral			EN35(45)	60, 77					

**Obs:** No quadro acima, as colunas que remetem aos indicadores essenciais e adicionais obedecem à nomenclatura determinada pela GRI, mas também apresentam – na mesma coluna, ao lado e entre parênteses – a numeração utilizada neste relatório. Nomenclatura GRI – EC, indicadores econômicos; EN, indicadores ambientais; LA, indicadores laborais; HR, indicadores referentes aos direitos humanos; SO, indicadores sociais; PR, indicadores referentes a produtos e serviços.

\* Indicadores Essenciais não incluídos no Relatório:  
EC2: A Natura considera essa informação destinada exclusivamente ao uso da gestão interna.

\*\* Indicadores Adicionais não incluídos no Relatório:  
EC11, EN18, EN31, LA14, HR9, HR13, HR14 e SO5



demonstrações  
financeiras  
natura cosméticos s.a.



**Balancos Patrimoniais**

levantados em 31 de dezembro de 2003 e 2002

ATIVO (R\$ mil)	Controladora		Consolidado	
	2003	2002	2003	2002
<b>CIRCULANTE</b>				
Disponibilidades	30.801	42.025	34.072	44.201
Aplicações financeiras	26.482	3.704	102.039	13.202
Contas a receber de clientes	172.123	152.452	180.118	159.804
Estoques	354	31	79.254	74.435
Impostos a recuperar	715	483	8.525	6.040
Adiantamentos a funcionários	3.558	2.085	4.938	2.984
Partes relacionadas	25.837	330	1.275	1.113
Imposto de renda e contribuição social diferidos	11.035	6.851	22.096	10.876
Outras contas a receber	2.180	386	5.214	5.412
Créditos a receber de contratos de "swap"	—	27.569	—	27.569
<b>Total do circulante</b>	<b>273.085</b>	<b>235.916</b>	<b>437.531</b>	<b>345.636</b>
<b>REALIZÁVEL A LONGO PRAZO</b>				
Partes relacionadas	3.382	3.884	3.382	7.386
Adiantamento para futuro aumento de capital	9.503	3.800	—	—
Incentivos fiscais	635	989	641	1.202
Imposto de renda e contribuição social diferidos	7.978	3.827	9.447	17.139
Depósitos judiciais	7.548	485	14.595	3.299
Outras contas a receber	—	—	1.715	264
<b>Total do realizável a longo prazo</b>	<b>29.046</b>	<b>12.985</b>	<b>29.780</b>	<b>29.290</b>
<b>PERMANENTE</b>				
Investimentos	332.698	322.164	2.809	5.925
Imobilizado	10.744	9.572	253.739	262.001
Varição cambial diferida	—	3.795	—	3.795
<b>Total do permanente</b>	<b>343.442</b>	<b>335.531</b>	<b>256.548</b>	<b>271.721</b>
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>645.573</b>	<b>584.432</b>	<b>723.859</b>	<b>646.647</b>

PASSIVO (R\$ mil)	Controladora		Consolidado	
	2003	2002	2003	2002
<b>CIRCULANTE</b>				
Empréstimos e financiamentos	72.240	86.085	75.102	104.271
Fornecedores nacionais	4.578	6.410	55.384	52.064
Fornecedores estrangeiros	—	—	2.139	1.873
Fornecedores – partes relacionadas	18.948	38.359	5.304	4.202
Salários e encargos sociais	21.765	16.785	41.563	31.111
Obrigações tributárias	51.850	46.023	64.297	53.471
Remuneração de debêntures a pagar	102.170	4.080	102.170	4.080
Partes relacionadas	939	32.281	964	32.401
Dividendos a distribuir	20.000	5.435	20.000	5.435
Juros sobre o capital próprio a pagar	8.541	3.292	8.541	3.292
Outras contas a pagar	20.054	11.628	24.243	15.070
Provisão para perdas em contratos de "swap"	9.012	—	9.012	—
<b>Total do circulante</b>	<b>330.097</b>	<b>250.378</b>	<b>408.719</b>	<b>307.270</b>
<b>EXIGÍVEL A LONGO PRAZO</b>				
Empréstimos e financiamentos	31.052	96.856	32.986	99.850
Debêntures a pagar	130.656	130.656	130.656	130.656
Provisão para contingências	24.870	13.639	28.381	15.533
Provisão para perdas com controladas	6.282	1.247	—	—
Outras contas a pagar	—	485	1.809	2.109
<b>Total do exigível a longo prazo</b>	<b>192.860</b>	<b>242.883</b>	<b>193.832</b>	<b>248.148</b>
<b>PARTICIPAÇÃO DOS MINORITÁRIOS</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>(30)</b>	<b>58</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>				
Capital social	56.387	56.387	56.387	56.387
Reserva de capital	9.998	9.998	9.998	9.998
Reservas de lucros	56.231	24.786	54.953	24.786
<b>Total do patrimônio líquido</b>	<b>122.616</b>	<b>91.171</b>	<b>121.338</b>	<b>91.171</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO</b>	<b>645.573</b>	<b>584.432</b>	<b>723.859</b>	<b>646.647</b>

## Demonstrações do Resultado

para os exercícios findos em 31 de dezembro de 2003 e de 2002

(R\$ mil, exceto o lucro líquido por ação)	Controladora		Consolidado	
	2003	2002	2003	2002
Vendas brutas no mercado interno	1.840.014	1.354.121	1.860.287	1.375.186
Vendas brutas no mercado externo	—	—	47.876	34.972
Outras vendas	72	300	1.957	1.022
<b>RECEITA OPERACIONAL BRUTA</b>	<b>1.840.086</b>	<b>1.354.421</b>	<b>1.910.120</b>	<b>1.411.180</b>
Impostos sobre vendas, devoluções e abatimentos	(439.013)	(317.005)	(581.210)	(418.041)
<b>RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA</b>	<b>1.401.073</b>	<b>1.037.416</b>	<b>1.328.910</b>	<b>993.139</b>
Custo dos produtos vendidos	(634.815)	(449.406)	(458.405)	(345.346)
<b>LUCRO BRUTO</b>	<b>766.258</b>	<b>588.010</b>	<b>870.505</b>	<b>647.793</b>
<b>RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS:</b>				
Com vendas	(374.060)	(295.420)	(403.018)	(321.859)
Administrativas e gerais	(148.789)	(125.675)	(182.890)	(146.135)
Participação dos colaboradores no lucro	(10.810)	(4.848)	(20.466)	(11.498)
Remuneração dos administradores	(3.166)	(2.389)	(3.589)	(2.850)
Resultado da equivalência patrimonial	18.571	(4.685)	—	—
<b>LUCRO OPERACIONAL ANTES DOS EFEITOS FINANCEIROS</b>	<b>248.004</b>	<b>154.993</b>	<b>260.542</b>	<b>165.451</b>
Despesas financeiras	(61.478)	(110.198)	(64.439)	(134.004)
Receitas financeiras	25.834	70.258	34.339	89.660
<b>LUCRO OPERACIONAL</b>	<b>212.360</b>	<b>115.053</b>	<b>230.442</b>	<b>121.107</b>
Resultado não operacional	669	879	1.455	5.518
<b>LUCRO ANTES DAS PARTICIPAÇÕES DAS DEBÊNTURES</b>	<b>213.029</b>	<b>115.932</b>	<b>231.897</b>	<b>126.625</b>
Participações das debêntures	(127.709)	(75.817)	(127.709)	(75.817)
<b>LUCRO ANTES DO IMPOSTO DE RENDA E DA CONTRIBUIÇÃO SOCIAL</b>	<b>85.320</b>	<b>40.115</b>	<b>104.188</b>	<b>50.808</b>
Imposto de renda e contribuição social	(20.158)	(18.374)	(40.364)	(29.116)
<b>LUCRO LÍQUIDO ANTES DA PARTICIPAÇÃO DOS MINORITÁRIOS</b>	<b>65.162</b>	<b>21.741</b>	<b>63.824</b>	<b>21.692</b>
Participação dos minoritários	—	—	60	49
<b>LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO</b>	<b>65.162</b>	<b>21.741</b>	<b>63.884</b>	<b>21.741</b>
<b>LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO POR AÇÃO (R\$)</b>	<b>1.812</b>	<b>605</b>		

## Demonstrações das Mutações do Patrimônio Líquido

para os exercícios findos em 31 de dezembro de 2003 e de 2002

CONTROLADORA (R\$ mil)	Capital Social	Reservas de capital		Reservas de lucros		TOTAL
		Subvenções para investimentos	Legal	Retenção	Lucros Acumulados	
<b>SALDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2001</b>	56.387	9.442	6.342	—	6.011	78.182
Incentivos fiscais do imposto de renda	—	556	—	—	—	556
Lucro líquido do exercício	—	—	—	—	21.741	21.741
Reserva legal	—	—	1.087	—	(1.087)	—
Reserva de retenção de lucros	—	—	—	17.357	(17.357)	—
Juros sobre o capital próprio	—	—	—	—	(3.873)	(3.873)
Dividendos a distribuir	—	—	—	—	(5.435)	(5.435)
<b>SALDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2002</b>	<b>56.387</b>	<b>9.998</b>	<b>7.429</b>	<b>17.357</b>	<b>—</b>	<b>91.171</b>
Complemento de dividendos distribuídos – 2002:						
Dividendos distribuídos	—	—	—	(3.668)	—	(3.668)
Lucro líquido do exercício	—	—	—	—	65.162	65.162
Reserva legal	—	—	3.258	—	(3.258)	—
Reserva de retenção de lucros	—	—	—	31.855	(31.855)	—
Juros sobre o capital próprio	—	—	—	—	(10.049)	(10.049)
Dividendos a distribuir	—	—	—	—	(20.000)	(20.000)
<b>SALDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2003</b>	<b>56.387</b>	<b>9.998</b>	<b>10.687</b>	<b>45.544</b>	<b>—</b>	<b>122.616</b>

**Demonstrações das Origens e Aplicações de Recursos**  
para os exercícios findos em 31 de dezembro de 2003 e de 2002

(R\$ mil)	Controladora		Consolidado	
	2003	2002	2003	2002
<b>ORIGEM DE RECURSOS</b>				
Das operações:				
Lucro líquido do exercício	65.162	21.741	63.884	21.741
Itens que não afetam o capital circulante:				
Depreciações e amortizações	3.887	3.438	33.673	28.263
Variações monetárias e cambiais líquidas dos itens a longo prazo	(6.544)	62.737	(10.136)	64.214
Complemento da provisão para contingências	14.050	8.506	16.551	10.223
Complemento de outras provisões	919	(187)	906	533
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(1.138)	—	5.017	2.283
Resultado da equivalência patrimonial	(18.571)	4.685	—	—
Valor líquido do imobilizado baixado/ vendido	669	3.029	1.596	1.694
Participação dos minoritários	—	—	(60)	(49)
	58.434	103.949	111.431	128.902
Dividendos recebidos	25.722	—	—	—
De terceiros:				
Incentivos fiscais de imposto de renda	—	556	—	556
Transferência do realizável a longo prazo para o circulante	—	17.849	1.222	17.483
Aumento do exigível a longo prazo	17.054	—	17.025	—
Redução do realizável a longo prazo	—	34.544	—	—
Participação dos minoritários	—	—	(28)	343
Total das origens	101.210	156.898	129.650	147.284
<b>APLICAÇÕES DE RECURSOS</b>				
Adições ao imobilizado	5.414	4.260	23.891	25.230
Adições aos investimentos	12.966	133.992	—	—
Aumento do realizável a longo prazo	17.913	—	5.910	3.081
Redução do exigível a longo prazo	—	1.959	—	979
Transferência do exigível a longo prazo para o circulante	73.750	79.599	75.686	96.776
Dividendos propostos e distribuídos	23.668	5.435	23.668	5.435
Juros sobre o capital próprio	10.049	3.873	10.049	3.873
Total das aplicações	143.760	229.118	139.204	135.374
(REDUÇÃO) AUMENTO DO CAPITAL CIRCULANTE LÍQUIDO	(42.550)	(72.220)	(9.554)	11.910
<b>VARIAÇÕES DO CAPITAL CIRCULANTE REPRESENTADAS POR</b>				
Aumento no ativo circulante	37.169	63.839	91.895	75.803
Aumento no passivo circulante	79.719	136.059	101.449	63.893
(REDUÇÃO) AUMENTO DO CAPITAL CIRCULANTE LÍQUIDO	(42.550)	(72.220)	(9.554)	11.910

**Notas Explicativas às Demonstrações Contábeis**  
para os exercícios findos em 31 de dezembro de 2003 e de 2002  
(Valores expressos em milhares de reais)

1. CONTEXTO OPERACIONAL

As atividades da Sociedade e das controladas compreendem o desenvolvimento, industrialização, distribuição e comercialização substancialmente através de vendas diretas realizadas pelas Consultoras Natura, de cosméticos, fragrâncias em geral e produtos de higiene e saúde, bem como a participação como sócia ou acionista em outras sociedades no Brasil e no exterior:

2. APRESENTAÇÃO DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS

- a) As demonstrações contábeis foram elaboradas e estão apresentadas em conformidade com as práticas contábeis adotadas no Brasil e com as normas expedidas pela Comissão de Valores Mobiliários – CVM.

Até 31 de dezembro de 1995 a legislação societária brasileira estabelecia uma metodologia simplificada para contabilização dos efeitos inflacionários apurados até aquela data. Essa metodologia, denominada Correção Monetária de Balanço, consistia na correção das contas do ativo permanente (investimentos, imobilizado e diferido) e do patrimônio líquido utilizando índices divulgados pelo Governo Federal. O efeito líquido da correção monetária era contabilizado nas demonstrações de resultados em uma conta específica denominada Correção Monetária de Balanço.

A referida metodologia foi vedada pela Lei nº 9.249, de 26 de dezembro de 1995.

- b) Em virtude do processo de distribuição pública das ações ordinárias da Companhia solicitado perante a Comissão de Valores Mobiliários – CVM, a Administração da Companhia reemitiu suas demonstrações financeiras de modo a harmonizar exclusivamente as suas notas explicativas às práticas usualmente utilizadas em ofertas realizadas com esforços de venda de ações simultâneos no País e no exterior. As informações sobre os saldos, disposição das contas e a estrutura dos (i) balanços patrimoniais, (ii) demonstrações do resultado dos exercícios, (iii) demonstrações das mutações do patrimônio líquido, (iv) demonstrações das origens e aplicações de recursos, (v) demonstrações do fluxo de caixa e (vi) demonstrações do valor adicionado, incluídos nas demonstrações contábeis, não diferem daquelas anteriormente divulgadas pela Sociedade.

3. PRINCIPAIS PRÁTICAS CONTÁBEIS

- a) **Resultado das operações**  
Apurado em conformidade com o regime contábil de competência dos exercícios.
- b) **Aplicações financeiras**  
Representadas por investimentos temporários de alta liquidez com vencimento em até três meses, que serão mantidos até suas datas de vencimento e estão registrados ao custo, acrescido dos rendimentos auferidos até as datas dos balanços.
- c) **Provisão para créditos de liquidação duvidosa**  
Constituída com base na análise dos riscos de realização dos créditos a receber, sendo considerada suficiente para cobrir eventuais perdas.
- d) **Estoques**  
Registrados pelo custo médio de aquisição ou produção, ajustados ao valor de mercado, quando aplicável.
- e) **Investimentos**  
Representados por investimentos em empresas controladas, avaliados pelo método de equivalência patrimonial,

acrescidos do ágio decorrente da aquisição desses investimentos, conforme demonstrado na nota explicativa nº 11.

- f) **Imobilizado**  
Representado pelo custo de aquisição corrigido monetariamente até 31 de dezembro de 1995 e acrescido de juros capitalizados durante o período de construção. A depreciação é calculada pelo método linear, que leva em consideração as taxas determinadas de acordo com a vida útil-econômica estimada dos bens, conforme demonstrado na nota explicativa nº 12.
- g) **Variação cambial diferida**  
Variação cambial do exercício de 2001 foi diferida com base no disposto da Deliberação CVM nº 409/01 e Lei nº 10.305/01. Os valores diferidos estão demonstrados na nota explicativa nº 13.
- h) **Passivos circulante e exigível a longo prazo**  
Demonstrados por montantes a pagar, acrescidos, quando aplicável, dos correspondentes encargos e variações monetárias e cambiais incorridos até as datas dos balanços.
- i) **Imposto de renda e contribuição social sobre o lucro**  
A provisão para imposto de renda foi constituída à alíquota de 15%, acrescida do adicional específico de 10% sobre o lucro tributável excedente a R\$240. A contribuição social sobre o lucro foi constituída à alíquota de 9% sobre o lucro tributável. O imposto de renda e a contribuição social diferidos registrados no ativo circulante e no realizável a longo prazo decorrem de despesas apropriadas ao resultado, entretanto indedutíveis temporariamente. Adicionalmente, foram constituídos o imposto de renda e a contribuição social diferidos sobre os saldos de prejuízos fiscais e base negativa de contribuição social. Considerando as disposições da Deliberação nº 273/98 e Instrução nº 371/02 da CVM, os impostos diferidos estão registrados pelos valores prováveis de realização. Os detalhes estão divulgados na nota explicativa nº 9.
- j) **Empréstimos e financiamentos**  
Atualizados pelas variações cambiais e encargos financeiros incorridos até as datas dos balanços, conforme previsto contratualmente e demonstrados na nota explicativa nº 14.
- k) **Provisão para contingências**  
Atualizada até as datas dos balanços pelo montante provável de perda, observada a natureza de cada contingência. Os fundamentos e a natureza das provisões para contingências estão descritos na nota explicativa nº 16.
- l) **Operações de “swap”**  
Os valores nominais das operações de “swap” não são registrados no balanço patrimonial. Os resultados líquidos não realizados dessas operações são registrados pelo regime de competência dos exercícios, conforme demonstrado na nota explicativa nº 20.
- m) **Receitas e despesas financeiras**  
Representam juros e variações monetárias e cambiais decorrentes de aplicações financeiras, empréstimos e financiamentos.
- n) **Juros sobre o capital próprio**  
Os juros sobre o capital próprio são contabilizados em despesas financeiras, como requerido pela legislação fiscal. Entretanto, para efeito de apresentação das demonstrações contábeis, os juros sobre o capital próprio estão sendo apresentados como distribuição do lucro líquido do exercício, nas demonstrações das mutações do patrimônio líquido.

**o) Lucro por ação**

Calculado com base na quantidade de ações na data de encerramento dos exercícios.

**p) Informações suplementares**

Com o objetivo de permitir análises adicionais, a Sociedade está apresentando, como informações suplementares, as demonstrações do fluxo de caixa e do valor adicionado consolidadas.

**q) Estimativas contábeis**

A preparação de demonstrações contábeis requer o uso, pela Administração da Sociedade, de estimativas e premissas que afetam os saldos ativos e passivos, a divulgação de contingências ativas e passivas na data-base e o registro das receitas e despesas dos exercícios. Como o julgamento da Administração envolve a determinação de estimativas relacionadas à probabilidade de eventos futuros, os resultados reais eventualmente podem divergir dessas estimativas.

**4. CRITÉRIOS DE CONSOLIDAÇÃO**

As demonstrações contábeis consolidadas em 31 de dezembro de 2003 e de 2002 foram elaboradas em conformidade com os critérios de consolidação previstos pelas práticas contábeis adotadas no Brasil e pelas instruções normativas da CVM, abrangendo as demonstrações contábeis da Sociedade e de suas controladas diretas e indiretas, conforme a seguir:

	Participação (%)	
	2003	2002
Participação direta:		
Indústria e Comércio de Cosméticos Natura Ltda.	99,76	99,99
Natura Cosméticos S.A. – Chile	99,96	99,96
Natura Cosméticos S.A. – Peru	99,85	99,85
Natura Cosméticos S.A. – Argentina	99,99	99,99
Natura Brasil Cosmética Ltda. – Portugal	99,99	99,99
Commodities Trading S.A. – Uruguai	100,00	100,00
Nova Flora Participações Ltda.	99,43	99,43
Participação indireta:		
Natura Logística e Serviços Ltda.	99,99	99,99
Flora Medicinal J. Monteiro da Silva Ltda.	100,00	100,00

Na elaboração das demonstrações contábeis consolidadas, foram utilizadas demonstrações encerradas na mesma data-base e consistentes com as práticas contábeis descritas na nota explicativa nº 3. Foram eliminados os investimentos na proporção da participação da investidora nos patrimônios líquidos e nos resultados das controladas, os saldos ativos e passivos, as receitas e despesas e os resultados não realizados decorrentes de operações entre as empresas. Nas empresas controladas pela Sociedade foram destacadas as participações dos acionistas minoritários. As demonstrações contábeis de controladas sediadas no exterior foram convertidas para reais com base nas taxas correntes das moedas estrangeiras vigentes na data das respectivas demonstrações contábeis.

O patrimônio líquido e o lucro líquido apresentados em 31 de dezembro de 2003 pela controladora são diferentes em R\$1.278, daqueles apresentados nas demonstrações contábeis consolidadas, pela eliminação dos lucros não realizados nas controladas.

**Conciliação do lucro líquido do exercício e do patrimônio líquido entre consolidado e controladora:**

	2003	
	Lucro líquido do exercício	Patrimônio líquido
Controladora	65.162	122.616
Eliminação de lucros não realizados auferidos pela controlada Indústria e Comércio de Cosméticos Natura Ltda. com as demais controladas	(1.278)	(1.278)
Consolidado	63.884	121.338

As atividades das controladas diretas e indiretas são como segue:

**Indústria e Comércio de Cosméticos Natura Ltda.** – Suas atividades concentram-se na industrialização e comercialização dos produtos da marca Natura para a Natura Cosméticos S.A. – Brasil, Chile, Peru e Argentina, cujos montantes estão demonstrados na nota explicativa nº 10.

**Operações internacionais** (Natura Cosméticos S.A. – Argentina, Natura Cosméticos S.A. – Chile, Natura Cosméticos S.A. – Peru) – Suas atividades são uma extensão das atividades desenvolvidas pela controladora Natura Cosméticos S.A. – Brasil.

**Nova Flora Participações Ltda.** – Sua atividade restringe-se à participação societária na controlada Flora Medicinal J. Monteiro da Silva Ltda.

**Natura Logística e Serviços Ltda.** – Suas atividades concentram-se na prestação de serviços administrativos e logísticos para as demais Empresas do Grupo.

**Flora Medicinal J. Monteiro da Silva Ltda.** – Suas atividades referem-se à industrialização e comercialização de produtos fitoterápicos de sua própria marca.

**5. APLICAÇÕES FINANCEIRAS**

	Controladora		Consolidado	
	2003	2002	2003	2002
Certificados de Depósitos Bancários	26.482	3.704	57.527	8.645
Fundos de investimento	—	—	44.512	4.557
	26.482	3.704	102.039	13.202

Em 31 de dezembro de 2003 os Certificados de Depósitos Bancários estão sendo remunerados por taxas que variam entre 100% e 101,5% do Certificado de Depósito Interbancário – CDI (100% e 104% em 2002). As aplicações em fundos de investimentos estão sendo remuneradas por taxas que variam entre 100% e 106% do CDI (100% e 101% em 2002).

**6. CONTAS A RECEBER DE CLIENTES**

	Controladora		Consolidado	
	2003	2002	2003	2002
Contas a receber de clientes	187.670	163.297	197.845	170.922
Provisão para créditos de liquidação duvidosa	(15.203)	(10.610)	(17.383)	(10.883)
Provisão para devolução de vendas	(344)	(235)	(344)	(235)
	172.123	152.452	180.118	159.804

**7. ESTOQUES**

	Controladora		Consolidado	
	2003	2002	2003	2002
Produtos acabados	354	31	35.163	38.369
Matérias-primas e materiais de embalagem	—	—	42.486	33.757
Produtos em elaboração	—	—	5.931	6.585
Material promocional	—	—	2.239	2.467
Importações em andamento	—	—	824	58
Provisão para perdas	—	—	(7.389)	(6.801)
	354	31	79.254	74.435

**8. IMPOSTOS A RECUPERAR**

	Controladora		Consolidado	
	2003	2002	2003	2002
Contribuição social a compensar	—	—	583	490
IRPJ a compensar	—	—	2.688	1.556
IPI a recuperar	—	—	1.063	400
ICMS a recuperar	715	483	1.827	1.902
Outros	—	—	2.364	1.692
	715	483	8.525	6.040

## 9. IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL SOBRE O LUCRO

### a) Diferido

Os valores de imposto de renda e contribuição social diferidos, registrados nas demonstrações contábeis, são provenientes de diferenças temporárias na controladora e diferenças temporárias, prejuízos fiscais e base negativa de contribuição social nas controladas. Esses créditos estão mantidos no circulante e no realizável a longo prazo, considerando a expectativa de realização com base em projeções de geração de lucros tributáveis, observando o limite de 30% para compensação anual, de prejuízos fiscais e base negativa de contribuição social conforme legislação vigente. Os valores são demonstrados a seguir:

	Controladora		Consolidado	
	2003	2002	2003	2002
<b>Curto prazo:</b>				
Prejuízos fiscais e base negativa de contribuição social	—	—	6.468	—
<b>Diferenças temporárias:</b>				
Provisão para perdas nos estoques	—	—	2.512	2.312
Provisão para créditos de liquidação duvidosa	5.169	3.608	5.169	3.608
Provisão para perdas em contratos de "swap"	3.064	—	3.064	—
Outras	2.802	3.243	4.883	4.956
Imposto de renda e contribuição social diferidos	11.035	6.851	22.096	10.876
<b>Longo prazo:</b>				
Prejuízos fiscais e base negativa de contribuição social	—	—	—	12.673
<b>Diferenças temporárias:</b>				
Provisão para contingências	7.368	3.827	8.562	4.466
Outras	610	—	885	—
Imposto de renda e contribuição social diferidos	7.978	3.827	9.447	17.139

Em atendimento à Deliberação nº 273/98 e Instrução nº 371/02 da CVM, a Administração, com base em suas projeções de resultado, estima que os créditos tributários registrados serão integralmente realizados em até cinco exercícios. Os valores registrados no realizável a longo possuem prazos estimados de realização conforme demonstrado a seguir:

	2003	2002
2004	—	12.673
2005	5.514	2.204
2006	1.102	289
2007	1.143	954
2008	1.688	1.019
	9.447	17.139

### b) Corrente

Reconciliação do imposto de renda e da contribuição social sobre o lucro:

	Controladora		Consolidado	
	2003	2002	2003	2002
Lucro antes do imposto de renda e da contribuição social	85.320	40.115	104.188	50.808
Imposto de renda e contribuição social à alíquota de 34%	(29.009)	(13.639)	(35.424)	(17.275)
Equivalência patrimonial	6.314	(1.593)	—	—
Prejuízos gerados nas controladas	—	—	(7.430)	(6.683)
Varição cambial diferida	(1.290)	(1.786)	(1.290)	(2.585)
Juros sobre o capital próprio	3.417	—	3.417	—
Outros	410	(1.356)	363	(2.573)
Imposto de renda e contribuição social	(20.158)	(18.374)	(40.364)	(29.116)
Imposto de renda e contribuição social correntes	(28.494)	(17.320)	(43.893)	(25.190)
Imposto de renda e contribuição social diferidos	8.336	(1.054)	3.529	(3.926)
	(20.158)	(18.374)	(40.364)	(29.116)

## 10. PARTES RELACIONADAS

Os saldos a receber e a pagar por transações com partes relacionadas são demonstrados a seguir:

	Controladora		Consolidado	
	2003	2002	2003	2002
<b>ATIVO CIRCULANTE:</b>				
<b>Contas a receber:</b>				
Indústria e Comércio de Cosméticos Natura Ltda.	49	227	—	—
Natura Logística e Serviços Ltda.	58	103	—	—
Natura Inovação e Tecnologia de Produtos Ltda. <sup>(a)</sup>	8	—	1.234	749
Natura Participações S.A.	—	—	14	—
Natura Empreendimentos S.A.	—	—	27	364
<b>Dividendos a receber:</b>				
Indústria e Comércio de Cosméticos Natura Ltda.	25.722	—	—	—
	25.837	330	1.275	1.113

	Controladora		Consolidado	
	2003	2002	2003	2002
<b>REALIZÁVEL A LONGO PRAZO:</b>				
<b>Contratos de mútuo:</b>				
Natura Participações S.A. <sup>(b)</sup>	3.382	3.884	3.382	7.386
<b>Adiantamento para futuro aumento de capital:</b>				
Nova Flora Participações Ltda.	9.503	3.800	—	—
<b>PASSIVO CIRCULANTE:</b>				
<b>Fornecedores:</b>				
Indústria e Comércio de Cosméticos Natura Ltda. <sup>(a)</sup>	10.379	30.040	—	—
Natura Logística e Serviços Ltda. <sup>(d)</sup>	3.265	4.117	—	—
Natura Inovação e Tecnologia de Produtos Ltda. <sup>(e)</sup>	5.304	4.202	5.304	4.202
	18.948	38.359	5.304	4.202

	Controladora		Consolidado	
	2003	2002	2003	2002
Mútuo:				
Natura Empreendimentos S.A. <sup>(b)</sup>	791	31.929	816	32.049
Contas a pagar:				
Natura Participações S.A.	148	352	148	352
	939	32.281	964	32.401
Dividendos a distribuir:				
Natura Empreendimentos S.A.	20.000	5.435	20.000	5.435
Juros sobre o capital próprio a pagar:				
Natura Empreendimentos S.A.	8.541	3.292	8.541	3.292

As transações com partes relacionadas são demonstradas a seguir:

	Venda de produtos		Compra de produtos	
	2003	2002	2003	2002
Natura Cosméticos S.A.	—	—	765.789	555.228
Indústria e Comércio de Cosméticos Natura Ltda.	783.541	565.581	—	—
Natura Inovação e Tecnologia de Produtos Ltda.	—	—	390	346
Flora Medicinal J. Monteiro da Silva Ltda.	—	—	368	775
Natura Cosméticos S.A. – Chile	—	—	2.803	1.874
Natura Cosméticos S.A. – Peru	—	—	4.899	2.587
Natura Cosméticos S.A. – Argentina	—	—	9.292	4.771
	783.541	565.581	783.541	565.581

	Venda de serviços		Cotratação de serviços	
	2003	2002	2003	2002
Comissão de avais <sup>(f)</sup> :				
Natura Empreendimentos S.A.	1.904	3.345	—	—
Natura Cosméticos S.A.	—	—	1.692	2.860
Indústria e Comércio de Cosméticos Natura Ltda.	—	—	201	478
Natura Logística e Serviços Ltda.	—	—	11	7
	1.904	3.345	1.904	3.345

	Venda de serviços		Cotratação de serviços	
	2003	2002	2003	2002
Estrutura administrativa <sup>(g)</sup> :				
Natura Logística e Serviços Ltda.	87.043	74.283	—	—
Natura Cosméticos S.A.	—	—	60.793	51.733
Indústria e Comércio de Cosméticos Natura Ltda.	—	—	17.671	15.270
Natura Inovação e Tecnologia de Produtos Ltda.	—	—	8.549	7.280
Flora Medicinal J. Monteiro da Silva Ltda.	—	—	30	—
	87.043	74.283	87.043	74.283

	Venda de serviços		Cotratação de serviços	
	2003	2002	2003	2002
Pesquisa e desenvolvimento de produtos <sup>(h)</sup> :				
Natura Inovação e Tecnologia de Produtos Ltda.	52.247	52.212	—	—
Natura Cosméticos S.A.	—	—	52.247	52.212
	52.247	52.212	52.247	52.212

	Venda de serviços		Cotratação de serviços	
	2003	2002	2003	2002
Locação de imóveis e encargos comuns:				
Natura Empreendimentos S.A.	—	—	323	—
Natura Participações S.A.	—	—	169	—
Natura Inovação e Tecnologia de Produtos Ltda.	—	—	1.301	850
Indústria e Comércio de Cosméticos Natura Ltda.	5.031	1.701	—	—
Natura Logística e Serviços Ltda.	—	—	3.238	850
	5.031	1.701	5.031	1.701
Total venda/contratação de serviços	146.225	131.541	146.225	131.541

- (a): Referem-se substancialmente a valores a receber pela prestação de serviços descritos no item (g).  
(b): Contrato de mútuo sem incidência de juros pela Natura Cosméticos S.A.  
(c): Valores a pagar pela compra de produtos. Os valores e prazos são os geralmente praticados no mercado.  
(d): Contas a pagar pela prestação dos serviços descritos no item (g).  
(e): Contas a pagar pela prestação dos serviços descritos no item (h).  
(f): Conforme detalhado na nota explicativa nº 14  
(g): Prestação de serviços de logística e administrativos em geral.  
(h): Prestação de serviços de pesquisa e desenvolvimento de produtos e mercado.

Os principais saldos de ativos e passivos em 31 de dezembro de 2003 e 2002, bem como as transações que influenciaram os resultados dos exercícios relativos a operações com partes relacionadas, decorrem de transações com a Sociedade e suas controladas, as quais foram realizadas substancialmente em condições usuais de mercado para os respectivos tipos de operações.

## 11. INVESTIMENTOS

Os investimentos são representados por:

	Controladora		Consolidado	
	2003	2002	2003	2002
Investimentos em controladas	332.698	321.850	—	—
Ágio na aquisição de investimento	—	—	8.015	8.015
Amortização do ágio	—	—	(5.206)	(2.404)
Outros investimentos	—	314	—	314
	332.698	322.164	2.809	5.925

O ágio gerado na aquisição feita pela controlada Nova Flora Participações Ltda. está fundamentado em laudo de avaliação emitido por peritos independentes com sustentação na expectativa de rentabilidade futura, a qual, em 31 de dezembro de 2003, foi reavaliada pela Administração com base em novas projeções de resultados futuros, também suportada por laudo de avaliação emitido por peritos independentes, e está sendo amortizado em dez anos. Em virtude dessa reavaliação das projeções de resultados futuros, foi registrada uma baixa no montante de R\$2.001 em complemento ao montante de R\$801 amortizados durante o exercício de 2003.

Os investimentos nas controladas diretas estão demonstrados como segue:

	Indústria e Comércio de Cosméticos Natura Ltda.	Natura Cosméticos S.A. – Chile	Natura Cosméticos S.A. – Peru	Natura Cosméticos S.A. – Argentina	Natura Cosmética Ltda. – Portugal	Commodities Trading S.A. – Uruguai	Nova Flora Participações Ltda.	TOTAL
Cotas (ações) do capital social das controladas	328.213	28.498	23.453	595.538	2	2.500	30.863	—
Quantidade de cotas (ações ordinárias) possuídas	327.436	28.493	23.418	595.478	1	2.500	30.687	—
Percentual de participação	99,76%	99,96%	99,85%	99,99%	99,99%	100,00%	99,43%	—
Capital social	328.992	43.810	22.521	63.413	13	323	30.863	—
Patrimônio líquido das controladas	329.354	639	1.924	1.531	11	22	(6.318)	327.163
Participação no patrimônio líquido	328.574	639	1.921	1.531	11	22	(6.282)	326.416
Lucro líquido (prejuízo) do exercício das controladas	39.322	(3.545)	(1.555)	(5.091)	—	—	(10.526)	18.605
Valor contábil do investimento na controladora:								
Saldos em 31 de dezembro de 2002	315.004	602	2.020	—	13	27	4.184	321.850
Aumento em investimentos	63	3.581	1.454	7.868	—	—	—	12.966
Dividendos distribuídos	(25.722)	—	—	—	—	—	—	(25.722)
Resultado da equivalência patrimonial	39.229	(3.544)	(1.553)	(5.090)	(2)	(5)	(10.464)	18.571
Constituição (reversão) de provisão para perdas	—	—	—	(1.247)	—	—	6.282	5.035
Saldos em 31 de dezembro de 2003	328.574	639	1.921	1.531	11	22	—	332.698
Provisão para perdas:								
Saldos em 31 de dezembro de 2002	—	—	—	(1.247)	—	—	—	(1.247)
Reversão de provisão	—	—	—	1.247	—	—	—	1.247
Constituição de provisão	—	—	—	—	—	—	(6.282)	(6.282)
Saldos em 31 de dezembro de 2003	—	—	—	—	—	—	(6.282)	(6.282)

## 12.IMOBILIZADO

É composto por:

	Taxas de depreciação % ao ano	Controladora					
		12/2003			12/2002		
		Custo Corrigido	Depreciação Acumulada	Valor Residual	Custo Corrigido	Depreciação Acumulada	Valor Residual
Edifícios	4	—	—	—	—	—	—
Instalações	10	—	—	—	—	—	—
Máquinas e equipamentos	10	888	700	188	—	450	(450)
Veículos	20	9.143	3.577	5.566	7.033	2.889	4.144
Moldes	33	—	—	—	—	—	—
Móveis e utensílios	10	3.844	2.726	1.118	3.994	2.671	1.323
Máquinas e equipamentos de informática	20	6.497	5.006	1.491	6.561	4.925	1.636
Benfeitorias em imóveis de terceiros	12	553	128	425	193	100	93
Cessão de direito de uso de software	20	2.578	704	1.874	2.208	246	1.962
Terrenos	—	—	—	—	—	—	—
Adiantamentos a fornecedores	—	78	—	78	—	—	—
Outros	—	6	2	4	864	—	864
Imobilizado em andamento	—	—	—	—	—	—	—
		23.587	12.843	10.744	20.853	11.281	9.572

	Taxas de depreciação % ao ano	Consolidado					
		12/2003			12/2002		
		Custo Corrigido	Depreciação Acumulada	Valor Residual	Custo Corrigido	Depreciação Acumulada	Valor Residual
Edifícios	4	126.925	14.165	112.760	126.832	9.167	117.665
Instalações	10	62.809	18.872	43.937	58.617	12.016	46.601
Máquinas e equipamentos	10	66.137	25.622	40.515	62.056	24.017	38.039
Veículos	20	14.859	5.772	9.087	9.939	4.134	5.805
Moldes	33	21.084	12.876	8.208	17.761	10.003	7.758
Móveis e utensílios	10	11.114	5.812	5.302	9.945	4.596	5.349
Máquinas e equipamentos de informática	20	25.765	16.159	9.606	24.835	9.732	15.103
Benfeitorias em imóveis de terceiros	12	571	147	424	211	118	93
Cessão de direito de uso de software	20	8.981	2.881	6.100	6.043	1.349	4.694
Terrenos	—	15.910	—	15.910	15.910	—	15.910
Adiantamentos a fornecedores	—	1.534	—	1.534	1.617	—	1.617
Outros	—	5.147	4.791	356	6.722	3.355	3.367
Imobilizado em andamento	—	—	—	—	—	—	—
		360.836	107.097	253.739	340.488	78.487	262.001

### 13. VARIAÇÃO CAMBIAL DIFERIDA

A Sociedade e sua controlada Indústria e Comércio de Cosméticos Natura Ltda. optaram pelo diferimento das variações cambiais líquidas decorrente dos ajustes de ativos e passivos em moeda estrangeira apurados durante o exercício findo em 31 de dezembro de 2001, com base no disposto da Deliberação CVM nº 409/01 e Lei nº 10.305/01. Os valores estão demonstrados como segue:

	Consolidado	
	2003	2002
Variação cambial diferida	18.491	18.491
Amortização acumulada	(18.491)	(14.696)
	—	3.795

### 14. EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS

Modalidade	Controladora		Consolidado		Encargos	Garantias
	2003	2002	2003	2002		
Financiamento de importação	—	6.452	—	6.452	Juros de 7,2% a.a. + variação cambial	Aval da Natura Empreendimentos S.A.
BNDES	—	—	1.269	16.468	Juros de 3,5% a.a. + TJLP	Alienação fiduciária e aval da Natura Empreendimentos S.A.
BNDES	42.294	25.892	42.294	25.892	71% (40% em 12/2002) - juros de 4% a.a. + TJLP 29% (60% em 12/2002) - juros de 4% a.a. + UMBNDES <sup>(1)</sup>	Hipoteca e fiança bancária
BNDES-FINAME	—	—	2.786	2.426	Juros de 5,2% a.a. + TJLP	Alienação fiduciária e aval da Natura Empreendimentos S.A.
BNDES-Poc <sup>(2)</sup>	2.009	6.038	2.009	6.038	Juros de 4,5% a.a. + TJLP	Aval da Natura Empreendimentos S.A.
ACE	—	—	741	1.915	Juros de 2,8% a.a. + variação cambial	Notas promissórias e aval da Natura Empreendimentos S.A.
Conta garantida	—	—	—	371	Juros de 105% do CDI	Aval da Natura Empreendimentos S.A.
"Floating Rate Notes"	58.989	144.559	58.989	144.559	Juros de 7,6% a.a. (8,3% em 2002) + variação cambial	Notas promissórias e aval da Natura Empreendimentos S.A.
<b>Total</b>	<b>103.292</b>	<b>182.941</b>	<b>108.088</b>	<b>204.121</b>		
Curto prazo	72.240	86.085	75.102	104.271		
Longo prazo	31.052	96.856	32.986	99.850		

(1): UMBNDES – Unidade Monetária do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social.

(2): Poc – Proposta de Operação de Crédito.

Os vencimentos do exigível a longo prazo estão demonstrados como segue:

	Consolidado	
	2003	2002
2004	—	83.398
2005	12.352	6.298
2006	11.572	5.690
2007	9.018	4.464
2008	44	—
	32.986	99.850

Os financiamentos em moeda nacional oriundos do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES estão garantidos principalmente pelas unidades de Itapeçica da Serra e Cajamar.

Os empréstimos relativos ao "Floating Rate Notes" no montante de R\$58.989 (R\$144.561 em 2002) são representados por linhas de crédito de curto prazo, determinadas substancialmente para a manutenção do capital de giro. Estas operações prevêem a manutenção de coeficientes financeiros, os quais destacamos:

- Relação dívida líquida/EBITDA dos últimos 12 meses.
- Relação dívida líquida/Patrimônio líquido + dívida líquida.
- EBITDA ajustado de 12 meses/Despesa financeira líquida.

Para tais coeficiente não são considerados os saldos das debêntures e remuneração das debêntures de participação no resultado a pagar.

### 15. OBRIGAÇÕES TRIBUTÁRIAS

As obrigações tributárias são representadas por:

	Controladora		Consolidado	
	2003	2002	2003	2002
Passivo circulante:				
ICMS a pagar	30.922	26.662	34.008	26.663
COFINS a pagar	284	318	6.159	4.974
PIS a pagar	88	127	1.386	1.223
Imposto de renda a pagar	687	3.874	876	4.104
Contribuição social a pagar	222	1.421	327	1.421
IRRF	19.647	13.618	20.319	14.194
Outros	—	3	1.222	892
	51.850	46.023	64.297	53.471

Dos saldos registrados na rubrica "IRRF", parte substancial refere-se ao imposto de renda retido sobre a remuneração das debêntures em 2003 e 2002.

### 16. PROVISÃO PARA CONTINGÊNCIAS

A Sociedade e suas controladas são partes envolvidas em processos judiciais de natureza trabalhista, tributária e cível

em andamento que envolvem responsabilidades contingentes. Os processos encontram-se em fase de defesa administrativa ou em trâmite na esfera judicial.

As provisões para contingências são estabelecidas pela Administração da Sociedade, levando-se em consideração a opinião dos assessores legais, por valores atualizados com base nas estimativas de perdas prováveis.

A classificação dos valores provisionados, segundo a natureza dos respectivos processos, é como segue:

	Consolidado	
	2003	2002
Trabalhista	2.935	889
Cível	1.580	618
Tributária	23.866	14.026
	28.381	15.533

A Sociedade e suas controladas possuem outros processos de natureza trabalhista, cível e tributária, envolvendo risco de perda classificado pela Administração e pelos assessores legais como "possível". Os montantes desses processos em 31 de dezembro de 2003 são: tributária – R\$10.950, cível – R\$3.270 e trabalhista – R\$6.889 (em 31 de dezembro de 2002, R\$7.741, R\$4.008 e R\$5.055, respectivamente). A Sociedade não contabilizou provisão para os referidos processos.

#### a) Processos trabalhistas/cíveis

A Sociedade e suas controladas possuem 168 processos trabalhistas movidos por ex-colaboradores e terceiros (99 em 2002), cujos pleitos consistem em pagamento de verbas rescisórias, adicionais salariais e horas extras, bem como 263 ações cíveis (103 em 2002), das quais a maioria consiste em pedidos de indenização.

#### b) Processos tributários

Referem-se substancialmente a autos de infração fiscal relativos ao Imposto sobre Produtos Industrializados – IPI e Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços – ICMS do Estado de Minas Gerais, bem como a medidas liminares contestando a dedutibilidade da contribuição social sobre o lucro na própria base de cálculo e na base de cálculo do imposto de renda, e a alíquota de Imposto de Importação – II.

#### c) Depósitos judiciais

Para determinados processos a Sociedade e suas controladas mantêm depósitos judiciais nos montantes de R\$14.595 em 31 de dezembro de 2003 (R\$3.299 em 2002). Parte substancial destes depósitos estão vinculados à processos de natureza tributária.

### 17. PARTICIPAÇÃO DOS COLABORADORES NO LUCRO

A Sociedade e suas controladas concedem participação nos lucros e resultados a seus colaboradores, vinculada ao alcance de metas operacionais e objetivos específicos, estabelecidos e aprovados no início de cada exercício. Em 31 de dezembro de 2003, foi registrada como contas a pagar a título de participação nos lucros no montante de R\$20.466 (R\$11.498 em 2002), registrada na rubrica "Salários e encargos sociais a pagar" no consolidado, com contrapartida em despesas operacionais nas demonstrações de resultados dos exercícios.

### 18. DEBÊNTURES

	Consolidado	
	2003	2002
Circulante:		
Remuneração das debêntures	102.170	4.080
Exigível a longo prazo:		
Debêntures a pagar	130.656	130.656

Em Assembléia Geral Extraordinária realizada em 14 de abril de 1998, foi autorizada a emissão de 140.000.000 de debêntures nominativas, endossáveis e não conversíveis em ações, no valor de R\$140.000, sem vencimento prefixado para os acionistas controladores indiretos da Sociedade. De 1998 a 2002 foram subscritas 130.656.000 debêntures, que totalizam R\$130.656.

As debêntures autorizadas asseguram aos seus titulares uma remuneração correspondente à proporção das debêntures emitidas de até 70% dos lucros antes da provisão para imposto sobre a renda apurados em 31 de março, 30 de junho, 30 de setembro e 31 de dezembro de cada ano.

A partir de 2002, a forma de cálculo das debêntures é representada pelo percentual de participação das debêntures sobre o patrimônio líquido e o valor das debêntures, aplicado nos lucros da emitente, antes da provisão para imposto de renda, apurados em 30 de junho e 31 de dezembro de cada ano.

### 19. PATRIMÔNIO LÍQUIDO

#### a) Capital social

O capital social realizado em 31 de dezembro de 2003 e de 2002 é de R\$56.387. O capital subscrito e integralizado está representado por 35.955 ações ordinárias sem valor nominal.

#### b) Juros sobre o capital próprio

A Administração da Sociedade, em Reunião de Diretoria, propôs o pagamento de juros sobre o capital próprio, nos termos do Estatuto Social, da Deliberação CVM nº 207/86 e da Lei nº 9.249/95, "ad referendum" da Assembléia Geral Ordinária, a ser realizada em 4 de março de 2004. Em 31 de dezembro de 2003, o valor bruto de juros sobre o capital próprio é de R\$10.049 (R\$3.873 em 31 de dezembro de 2002) e foi calculado observando-se os limites legais, inclusive quanto ao dividendo mínimo obrigatório de 25% nos termos do artigo 203 da Lei nº 6.404/76 e do Estatuto Social.

O imposto de renda na fonte foi retido e recolhido pela Sociedade.

#### c) Política de distribuição de dividendos

A política de distribuição de dividendos prevista no Estatuto Social assegura um dividendo mínimo anual correspondente a 25% do lucro líquido do exercício. A proposta de dividendos relativos ao exercício de 2003, que será encaminhada pela Administração da Sociedade para aprovação dos acionistas em assembléia geral, no montante de R\$20.000, atende aos direitos garantidos estatutariamente.

Os dividendos foram calculados conforme demonstrado a seguir:

	Controladora	
	2003	2002
Lucro líquido do exercício	65.162	21.741
Reserva legal sobre o lucro acima	(3.258)	(1.087)
Base de cálculo para os dividendos mínimos	61.904	20.654
Dividendos mínimos obrigatórios (25%)	15.476	5.163
Dividendos complementares	3.668	—
Dividendos propostos	20.000	5.435
Juros sobre o capital próprio	10.049	3.873
Dividendos por ação	0,658	0,151
Juros sobre o capital próprio por ação	0,279	0,108
Valor excedente ao dividendo mínimo obrigatório	18.241	4.145

#### d) Reserva de retenção de lucros

Em 31 de dezembro de 2003 e de 2002 a reserva de retenção de lucros foi constituída nos termos do artigo 196 da Lei nº 6.404/76 e tem como objetivo a aplicação em futuros investimentos.

### 20. INSTRUMENTOS FINANCEIROS

#### a) Considerações gerais

A Sociedade e suas controladas participam de operações envolvendo instrumentos financeiros, todos registrados em contas patrimoniais, que se destinam a atender às suas necessidades, bem como a reduzir a exposição a riscos de mercado, de moeda e de taxa de juros. A administração desses riscos, bem como dos respectivos instrumentos, é realizada por meio de definição de estratégias, estabelecimento de sistemas de controle e determinação de limites de exposição cambial.

As aplicações financeiras são substancialmente realizadas com base nas taxas de remuneração efetivamente negociadas, visto que as empresas têm o objetivo de manter tais investimentos até o momento do seu efetivo resgate. Tais aplicações refletem as condições usuais de mercado nas datas dos balanços.

Os empréstimos e financiamentos são registrados com base nos juros contratuais de cada operação.

#### b) Exposição cambial

A Sociedade tem contratado operações financeiras de "swap", visando à proteção a exposição de seus passivos contra a variação cambial, decorrente de contratos de financiamentos. A política da Sociedade determina que sejam contratadas operações de "swap" para todas as dívidas contraídas que expõem a Sociedade a riscos de exposição cambial. Estas operações consistem em "swaps" entre duas taxas variáveis: Moeda estrangeira e CDI (Certificado de Depósito Interbancário).

Em 31 de dezembro de 2003 e de 2002 a Sociedade manteve operações de "swap" com instituições financeiras nos montantes de R\$65.558 (US\$22.691 mil) e R\$180.218 (US\$51.006 mil), respectivamente. Essas operações geraram perdas e ganhos, nos montantes de R\$9.012 e R\$27.569 registrados no passivo circulante e no ativo circulante, respectivamente. A exposição cambial está preponderantemente indexada ao dólar norte-americano e ao euro.

A Sociedade e suas controladas não operam com instrumentos financeiros derivativos.

#### c) Exposição a taxa de juros

A Sociedade e suas controladas estão expostas a flutuações nas Taxas de Juros de Longo Prazo – TJLP em virtude dos contratos de financiamentos firmados com o BNDES.

#### d) Valores de mercado

Em 31 de dezembro de 2003 e 2002, os valores de mercado das disponibilidades, aplicações financeiras, contas a receber e a pagar, aproximam-se dos valores registrados nas demonstrações contábeis devido a natureza de curto prazo dos mesmos. Os valores de mercado dos empréstimos e financiamentos aproximam-se substancialmente dos valores registrados nas demonstrações contábeis devido à estes instrumentos financeiros terem taxas de juros variáveis. Os valores de mercado das debêntures são iguais aos valores registrados nas demonstrações contábeis, em virtude da Sociedade ter a opção de quitar estas debêntures a qualquer momento pelo valor contábil.

A seguir estão demonstrados os valores contábeis e de mercado das operações de "swap".

Consolidado			
2003		2002	
Valor Contábil	Valor de Mercado	Valor Contábil	Valor de Mercado
(Débitos a pagar)/			
Créditos a receber –			
Operações de "swap"			
(9.012)	(6.783)	27.569	6.825

#### e) Risco de crédito

As vendas da Sociedade são efetuadas para um grande número de Consultoras de Vendas. A Sociedade administra o risco de crédito por meio de um rigoroso processo de concessão de crédito.

### 21. SEGUROS

A Sociedade e suas controladas adotam uma política de seguros que considera, principalmente, a concentração de riscos e sua relevância, contratados por montantes considerados suficientes pela Administração, levando-se em consideração a natureza de suas atividades e a orientação de seus consultores de seguros. A cobertura dos seguros, em valores de 31 de dezembro de 2003, é assim demonstrada:

Itens	Tipo de cobertura	Importância segurada
Complexo industrial/ estoques	Quaisquer danos materiais a edificações, instalações e máquinas e equipamentos	365.033
Veículos	Incêndio, roubo e colisão para 805 veículos	14.928
Lucros cessantes	Não-realização de lucros decorrentes de danos materiais em instalações, edificações e máquinas e equipamentos de produção	428.398

### 22. EVENTOS SUBSEQÜENTES

#### a) Capitalização das debêntures

Em Assembléia Geral Extraordinária realizada em 2 de março de 2004, após aprovação dos debenturistas em Assembléia Geral dos Debenturistas realizada em 27 de fevereiro de 2004, ficou definido que as 130.656.000 debêntures de emissão da Sociedade correspondentes a R\$238.569 (R\$130.656 relativos ao valor principal das debêntures e R\$107.913 relativos ao saldo de remuneração de debêntures a pagar, acumulado até 31 de janeiro de 2004, líquido do IRRF) serão vertidas ao patrimônio líquido da Sociedade, sendo o montante de R\$138.569 como aumento de capital e o restante, R\$100.000, destinados à reserva de capital.

#### b) Incorporação de Empresas do Grupo

Em Assembléia Geral Extraordinária realizada em 5 de março de 2004 foi deliberada a incorporação pela Sociedade dos acervos líquidos das empresas Natura Empreendimentos S.A. e Natura Participações S.A. com base em avaliação contábil suportada por laudo de avaliação emitido por peritos independentes.

Os montantes dos acervos líquidos incorporados pela Sociedade foram de R\$104.951 referentes à Natura Empreendimentos S.A. e R\$75.716 referentes à Natura Participações S.A., com base nos valores contábeis das referidas empresas.

**Demonstrações do Fluxo de Caixa**

para os exercícios findos em 31 de dezembro de 2003 e de 2002

(Em R\$ mil)	Consolidado	
	2003	2002
<b>ATIVIDADES OPERACIONAIS</b>		
Lucro líquido do exercício	63.884	21.741
Ajustes para reconciliar o lucro líquido ao caixa gerado pelas atividades operacionais:		
Depreciações e amortizações	33.673	28.263
Variações monetárias e cambiais líquidas	(14.076)	93.004
Perda (Ganho) decorrente dos contratos de "swap"	36.581	(52.629)
Complemento da provisão para contingências	16.551	10.223
Complemento de outras provisões	3.350	5.375
Lucros não realizados nas controladas	1.278	—
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(3.528)	3.925
Valor líquido do imobilizado baixado/vendido	1.596	1.694
Remuneração de debêntures	102.170	60.654
Participação de minoritários	(60)	(49)
	241.419	172.201
<b>(AUMENTO) REDUÇÃO DOS ATIVOS</b>		
Circulante:		
Contas a receber	(23.042)	(35.127)
Estoques	(6.684)	(24.851)
Outros ativos	1.304	(29.721)
Realizável a longo prazo:		
Depósitos Judiciais	(11.296)	(2.814)
Outros ativos	3.934	22.654
Subtotal	(35.784)	(69.859)
<b>AUMENTO (REDUÇÃO) DOS PASSIVOS</b>		
Circulante:		
Fornecedores	4.417	14.886
Salários e encargos sociais	8.498	3.206
Obrigações tributárias	6.183	17.373
Outros passivos	(21.769)	10.598
Exigível a longo prazo:		
Obrigações tributárias	—	(6.697)
Outros passivos	(1.432)	(393)
Subtotal	(4.103)	38.973
<b>CAIXA LÍQUIDO GERADO NAS ATIVIDADES OPERACIONAIS</b>	201.532	141.315
<b>ATIVIDADES DE INVESTIMENTO</b>		
Aquisições de imobilizado	(23.891)	(25.230)
<b>CAIXA LÍQUIDO UTILIZADO NAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTOS</b>	(23.891)	(25.230)
<b>ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO</b>		
Redução em empréstimos de curto e longo prazos	(82.458)	(116.772)
Pagamento de dividendos	(9.103)	—
Pagamento de juros sobre o capital próprio	(3.292)	—
Remuneração de debêntures	(4.080)	—
<b>CAIXA LÍQUIDO UTILIZADO NAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO</b>	(98.933)	(116.772)
<b>AUMENTO (REDUÇÃO) LÍQUIDO NAS DISPONIBILIDADES</b>	78.708	(687)
Saldo inicial do caixa	57.403	58.090
Saldo final do caixa	136.111	57.403
<b>VARIAÇÃO NO CAIXA</b>	78.708	(687)
<b>INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES SOBRE O FLUXO DE CAIXA</b>		
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	13.468	15.400
Pagamento de juros sobre empréstimos e financiamentos	9.657	11.960
Pagamento de contratos de "swap"	8.134	444

**Demonstrações do Valor Adicionado**  
para os exercícios findos em 31 de dezembro de 2003 e de 2002

(Em R\$ mil)	Consolidado			
	2003		2002	
RECEITAS	1.879.961		1.390.886	
Vendas de mercadorias, produtos e serviços	1.904.835		1.406.632	
Provisão para devedores duvidosos – reversão/constituição	(26.329)		(21.264)	
Não operacionais	1.455		5.518	
INSUMOS ADQUIRIDOS DE TERCEIROS	(942.240)		(679.367)	
Custo das mercadorias e dos serviços vendidos	(555.757)		(390.082)	
Materiais, energia, serviços de terceiros e outros	(386.483)		(289.285)	
VALOR ADICIONADO BRUTO	937.721		711.519	
RETENÇÕES	(33.673)		(28.263)	
Depreciação e amortização	(33.673)		(28.263)	
VALOR ADICIONADO PRODUZIDO PELA SOCIEDADE	904.048		683.256	
VALOR ADICIONADO RECEBIDO EM TRANSFERÊNCIA	34.339		89.660	
Receitas financeiras	34.339		89.660	
VALOR ADICIONADO TOTAL A DISTRIBUIR	938.387		772.916	
DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO	(938.387)	100%	(772.916)	100%
Pessoal e encargos	(177.783)	19%	(155.071)	20%
Impostos, taxas e contribuições	(502.084)	54%	(380.027)	49%
Despesas financeiras e aluguéis	(66.987)	7%	(140.309)	18%
Participação do capital no resultado	(127.709)	14%	(75.817)	10%
Lucro líquido do exercício	(63.884)	7%	(21.741)	3%
Participação minoritária no resultado	60	—	49	—

**Informações suplementares às demonstrações do valor adicionado:**

Dos valores registrados na rubrica "Impostos, taxas e contribuições" em 2003 e 2002, os montantes de R\$224.160 e R\$159.561, respectivamente, referem-se ao ICMS substituição tributária, incidente sobre a margem de lucro presumido definido pelas Secretarias das Fazendas Estaduais, obtido nas vendas realizadas pelas Consultoras Natura para o consumidor final.

Para a análise desse impacto tributário na demonstração de valor adicionado, tais valores devem ser deduzidos dos valores registrados na rubrica "Vendas de mercadorias, produtos e serviços" e da própria rubrica "Impostos, taxas e contribuições" uma vez que os valores das receitas de vendas não incluem o lucro presumido das Consultoras na venda dos produtos.

## Parecer dos Auditores Independentes

Aos Acionistas da  
Natura Cosméticos S.A.  
São Paulo, SP

1. Examinamos os balanços patrimoniais individual (controladora) e consolidado da Natura Cosméticos S.A. e empresas controladas, levantados em 31 de dezembro de 2003, e as demonstrações do resultado, das mutações do patrimônio líquido e das origens e aplicações de recursos correspondentes ao exercício findo naquela data, elaborados sob a responsabilidade de sua Administração. Nossa responsabilidade é a de expressar uma opinião sobre essas demonstrações contábeis.
2. Nossos exames foram conduzidos de acordo com as normas brasileiras de auditoria e compreenderam: (a) o planejamento dos trabalhos, considerando a relevância dos saldos, o volume de transações e os sistemas contábeis e de controles internos das Sociedades; (b) a constatação, com base em testes, das evidências e dos registros que suportam os valores e as informações contábeis divulgadas; e (c) a avaliação das práticas e das estimativas contábeis mais representativas adotadas pela Administração das Sociedades, bem como da apresentação das demonstrações contábeis tomadas em conjunto.
3. Em nossa opinião, as demonstrações contábeis referidas no parágrafo 1 representam adequadamente, em todos os aspectos relevantes, a posição patrimonial e financeira individual e consolidada da Natura Cosméticos S.A. e empresas controladas em 31 de dezembro de 2003, o resultado de suas operações, as mutações de seu patrimônio líquido e as origens e aplicações de seus recursos referentes ao exercício findo naquela data, de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil.
4. As informações suplementares contidas nos Anexos I e II, referentes às demonstrações do fluxo de caixa e do valor adicionado, respectivamente, são apresentadas com o propósito de permitir análises adicionais e não são requeridas como parte das demonstrações contábeis básicas. Essas informações foram por nós examinadas de acordo com os procedimentos de auditoria mencionados no parágrafo 2 e, em nossa opinião, estão adequadamente apresentadas, em todos os aspectos relevantes, em relação às demonstrações contábeis tomadas em conjunto.
5. Conforme mencionado na nota explicativa nº 2.b) às demonstrações contábeis, as Sociedades elaboraram e divulgaram suas demonstrações contábeis na imprensa em 27 de março de 2004, em atendimento à lei societária brasileira. Essas demonstrações foram preparadas de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil. Em virtude do processo de distribuição pública das ações ordinárias da Companhia solicitado perante a Comissão de Valores Mobiliários – CVM, a Administração da Sociedade decidiu alterar o texto de algumas das notas explicativas originais para harmonizá-las às práticas usualmente utilizadas em ofertas realizadas com esforços de venda de ações simultâneos no País e no exterior. Nenhuma modificação foi efetuada nas demonstrações contábeis.
6. As demonstrações contábeis referentes ao exercício findo em 31 de dezembro de 2002, apresentadas para fins de comparação, foram por nós examinadas e nosso parecer datado de 11 de fevereiro de 2004 contém ressalva quanto ao diferimento da variação cambial conforme a Deliberação CVM nº 409/01 e Lei nº 10.305/01. Como consequência, em 31 de dezembro de 2002 o lucro líquido do exercício findo naquela data estava a menor em R\$7.602 mil.

São Paulo, 11 de fevereiro de 2004,  
exceto para as notas explicativas nº 22.a) e b)  
datadas de 2 e 5 de março de 2004, respectivamente,  
e a nota explicativa nº 2.b) cuja data é de  
29 de abril de 2004.

DELOITTE TOUCHE TOHMATSU  
Auditores Independentes  
CRC 2 SP 011609/O-8

EDIMAR FACCO  
Contador  
CRC 1 SP 138635/O-2

## expediente

**Conselho Editorial:** Antonio Luiz da Cunha Seabra, Guilherme Peirão Leal, Pedro Luiz Barreiros Passos, Alessandro Giuseppe Carlucci, José David Vilela Uba, Itamar Correia da Silva, Philippe Joseph Pommez e Rodolfo Witzig Guttilla

**Edição e Coordenação:** Vice-Presidência de Finanças e Informações e Diretoria de Assuntos Corporativos

**Coordenação Editorial e Redação de Textos:** Antonio Felix e José Paulo Kupfer

**Pesquisa e Apuração de Indicadores e Apoio na Identificação do Conteúdo:** Gerência de Responsabilidade Corporativa

**Revisão:** Clara Tomie Ywata

**Direção de Arte e Projeto Gráfico:** Wilson Spinardi Junior, Modernsign Design e Inovação

**Edição de Arte:** Rogério de Stacchini Trezza, Modernsign Design e Inovação

**Impressão:** Litokromia

**Equipe da Natura responsável pela apuração, fornecimento de indicadores e informações deste relatório:** Adriana Marqueto, Alesandra Quintão, Alessandro Mendes, Ana Carolina Merlino, Ana Luiza Nossar, Andrea Aguiar, Andrea Rodrigues Sanches, Antonio Carlos Siqueira da Silva, Áureo de Almeida, Beatriz Torres, Camila Fornazari, Camila Souto, Cinara Coelho, Cláudia Pinheiro, Claudia Falcão da Motta, Claudia Nóbrega, Cláudio Souza, Cristiane de Moraes, Cristiane Gennari, Denise Asnis, Diana Gomes, Eduardo Luppi Júnior, Elaine Guerra, Eliane Munford, Eliane Anjos, Elizeth Vieira, Fabio Mengozi, Flávio Pesiguelo, Franci Koja, Giuliana Ortega, Helene Marcelle, Isabel Ferreira, Italo Gennaro Flammia, Jean Gesztesi, Karina Aguiar, Kátia Mello, Lucila Taninaga, Marcel Goya, Marcelo Soderi, Márcio Ramy Mansur, Márcio Tobias, Marco Faldini, Maria Rosa Meira, Marie Iwasaki, Maurício Bellora, Moacir Salzstein, Nelmar Arbex, Neuza Satiro, Patrícia Granizo, Paulo Sampaio, Pedro Cruz Villares, Renata Paioli, Rita Eltsinof, Roberto Zardo, Rodolfo Witzig Guttilla, Rosa Friedlander, Rosângela Brandão, Rosimara Lopes, Rosemeire Áquila, Sebastião Sampaio, Solange Rubio, Sônia Tuccori, Susy Yoshimura, Stefânia Valle, Teresa Chiocchetti, Walkyria Dias, Yara Rezende

**Créditos Fotográficos:** Danilo Borges: capa (Natura Ekos), última capa (Águas de Natura), páginas 23 (foto 1), 25, 26-27 (foto 1), 30 (foto 2), 32 (fotos 1 e 2), 33, 44-45 (foto 2); Fabiano Feijó: página 87 (fotos 1 e 2); Gabriel Matarazzo: página 17 (foto 2); Marcel Valvassori: página 51 (foto 1); Marcos Suguio: páginas 13 (fotos 1 e 2), 15, 23 (foto 2), 24 (foto 1), 26-27 (foto 2), 28 (foto 2), 38 (fotos 1 e 2), 49 (foto 4), 59, 74 (foto 1); Mário Fontes: página 37 (foto 1); Paschoal Rodriguez: última capa (Berenice), páginas 31 (foto 1), 32 (foto 1); Pedro Martinelli: capa (cestaria), páginas 2, 6-7, 9 (foto 3), 26-27 (foto 3), 34-35 (fotos 1, 3, 4 e 5), 37 (foto 2), 39 (foto 2), 40-41 (fotos 1, 2 e 3), 44-45 (foto 1), 52-53 (foto 2), 55 (fotos 1 e 2); Ricardo Benichio: páginas 3 (presidentes), 47; Roberto Linsker: orelha da capa, páginas 3 (detalhes cerâmicas), 9 (fotos 1 e 2), 10-11, 12, 16, 17 (foto 1), 20 (fotos 1 e 2), 22, 24 (foto 2), 28 (foto 1), 31 (foto 2), 34-35 (foto 2), 36 (fotos 1, 2 e 3), 39 (foto 1), 42, 43 (fotos 1 e 2), 48-49 (fotos 1, 2 e 3), 50, 52-53 (fotos 1 e 3), 57 (fotos 1 e 2), 69 (fotos 1 e 2), 74 (foto 2), 108; Wilson Spinardi Junior: páginas 30 (foto 1), 51 (foto 2).



Este Relatório foi composto em GillSans e impresso em papel reciclado 240 g/m<sup>2</sup> na capa e 150 g/m<sup>2</sup> no miolo. Desta edição foram impressos 7.000 exemplares em português e 2.000 exemplares em inglês e espanhol.

São Paulo, 2004.



  
natura  
bem estar bem

[www.natura.net](http://www.natura.net)