



relatório anual natura 2004



## mensagem da presidência

O ano do 35º aniversário da Natura foi rico em conquistas que despertam, neste momento de retrospecto, o mais sincero sentimento de regozijo.

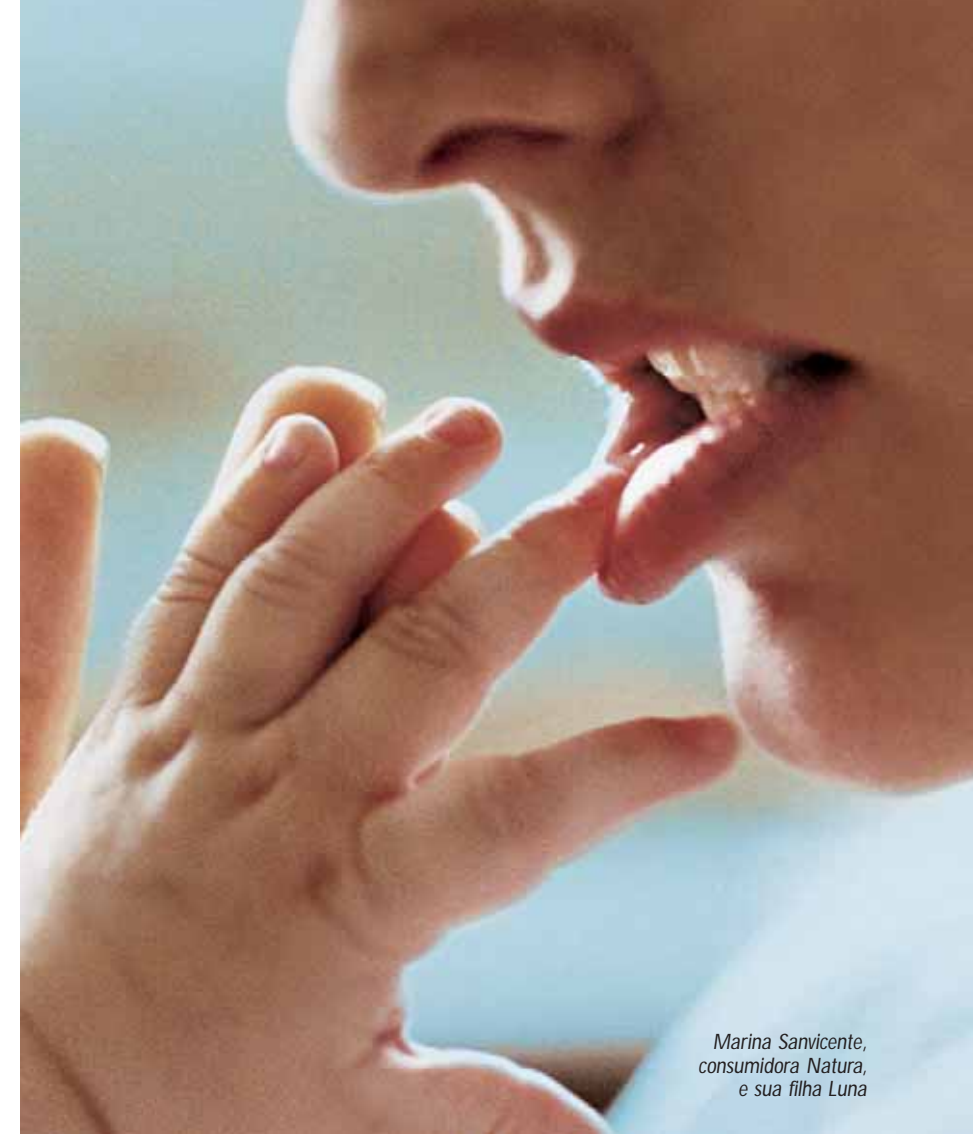
No elenco dessas conquistas, a abertura de capital vivida em 26 de maio de 2004 merece o maior destaque. Com ela, concluímos um projeto iniciado há cerca de sete anos, com medidas importantes para a institucionalização da Natura. O sucesso alcançado nesse movimento, comprovado tanto pela adesão de mais de 5 mil investidores quanto pela evolução subsequente das ações, foi absolutamente surpreendente.

A abertura de capital, em período de conjuntura externa adversa, passou a ser percebida como paradigma de um novo momento no mercado de capitais brasileiro. Vivemos essa surpresa com grande alegria, mas também com o correspondente sentido de responsabilidade. Acreditamos que esse reconhecimento representa uma inequívoca demonstração de confiança na gestão da empresa e em sua capacidade de geração contínua de valor. Revela, também, grande afinidade dos investidores com a visão de mundo, as crenças e os valores que nos têm guiado – e que nos guiarão, na construção de nossa empresa, nossa marca, nosso país, nosso mundo.

*Pedro Luiz Barreiros Passos,  
Guilherme Peirão Leal e  
Antonio Luiz da Cunha Seabra*



Flavia Azevedo,  
consumidora Natura



Marina Sanvicente,  
consumidora Natura,  
e sua filha Luna



Espaço Natura Cajamar,  
Grande São Paulo



# razão de ser



Nossa Razão de Ser  
é criar e comercializar  
produtos e serviços que  
promovam o  
bem-estar/estar bem.

## bem-estar

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

## estar bem

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



## visão

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.

## 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.



Do ponto de vista operacional, as razões para entusiasmo também foram grandes. As vendas, em 2004, registraram um crescimento de 33%, acumulando 117% nos últimos três anos. O lucro líquido, de 300,3 milhões de reais, representou 17% da receita líquida. As operações na América Latina também evoluíram de forma consistente, com crescimento, em dólares, de 52% no ano e de 107% nos últimos três anos. Uma das razões para essa vitalidade foi o aumento de 15,6% no número de Consultoras e Consultores independentes, atingindo-se o total de 407 mil pessoas no Brasil e 26 mil no exterior.

Com esse público, tão fundamental em nossa operação, procuramos cada vez mais aprofundar o relacionamento e oferecer amplas oportunidades de desenvolvimento pessoal e profissional. Para essa comunidade, foi gerada uma renda estimada de 1 bilhão de reais neste ano.

Em 2004, 63% do faturamento foi proveniente de produtos lançados ou relançados nos últimos dois anos. Investimos 2,7% da receita líquida em pesquisa e desenvolvimento e, para os próximos anos, pretendemos manter um patamar superior a 3%. Manteremos também

nossa estratégia de inovação em suas diversas dimensões: no uso sustentável de ativos da biodiversidade brasileira, em avanços tecnológicos, na comunicação de nossos conceitos e no aprimoramento de nossas relações.

Na incorporação contínua dos princípios do desenvolvimento sustentável ao dia-a-dia da empresa, houve expressiva evolução dos sistemas de gestão ambiental e de responsabilidade corporativa. Definimos as prioridades estratégicas com base em aspectos econômico-financeiros e socioambientais, culminando com a estruturação de planos de ação para toda a companhia. Avanços importantes foram a certificação NBR ISO 14001 e a ampliação da análise do ciclo de vida dos produtos. Passos consistentes também foram dados no relacionamento com as comu-

nidades fornecedoras de ativos da biodiversidade e com as de entorno, com destaque para a participação ativa da Natura, em parceria com o governo local e a sociedade civil, nas ações para implementação da Agenda 21 em Cajamar.

A universalidade de nossas crenças, valores e Razão de Ser alicerça o reconhecimento crescente que temos obtido na construção da marca Natura, tanto no Brasil como no exterior. Esse reconhecimento nos dá a confiança na possibilidade de uma expansão internacional acelerada nos próximos anos. Buscaremos novos mercados na América Latina, onde já consolidamos o modelo da venda direta, e estudaremos novas fórmulas para levar a proposta de valor da Natura a outras regiões.

Nesse caminho, o principal desafio que se coloca é o de desenvolver lideranças empreendedoras e identificadas com nossos valores. A internacionalização também se traduz numa operação mais complexa, revelando a necessidade de aliar o crescimento à manutenção da disciplina estratégica, à cultura e ao estilo de gestão característicos da Natura. Outro importante desafio é o que enfrentamos para a evolução do relacionamento com as comunidades tradicionais.

A decisão de contribuir para a criação de um modelo de desenvolvimento que combine prosperidade econômica, justiça social e conservação ambiental continuará a exigir um enorme esforço de aprendizado e inovação. Nessa perspectiva, é plena nossa convicção de que a participação empresarial na construção de um mundo melhor estará cada vez mais associada à evidência de que somos todos – indivíduos, empresas, ONGs e governos – co-responsáveis pela qualidade de vida, presente e futura, na Terra. Nesse contexto, reafirmamos o apoio ao Pacto Global das Nações Unidas e o empenho na promoção dos princípios propostos pela ONU.

Expressamos nossa gratidão e reconhecimento a todos os que vêm contribuindo para a construção da Natura. Aos nossos consumidores, que nos privilegiam em suas escolhas. Às nossas Consultoras, por compartilharem conosco crenças, paixões e causas. Aos nossos colaboradores, por serem expressões de que o aperfeiçoamento contínuo transforma tanto indivíduos quanto organizações. Aos nossos fornecedores, com quem compartilhamos a busca da criação de valor para os consumidores e a sociedade. Aos demais parceiros da sociedade civil e do poder público, conscientes de que nossas redes relacionais fortalecem a rede da vida. A todos, nossa profunda gratidão por tudo o que alcançamos e agora celebramos, com a disposição vigorosa de vivermos, cada vez mais, nossas crenças, paixões e responsabilidades. Elas são as sementes da Natura que está nascendo e do mundo com o qual desde sempre sonhamos.

**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



bem**estar**bemestarbembem**estar**bemestarbem



bem**estar**bemestarbembem**estar**bemestarbem





Teresa  
Testino,  
Consultora Natura,  
no santuário Pachacamac,  
Lima, Peru

Na primeira campanha de vendas da Natura de que participou, em 1995, a Consultora peruana Teresa Testino conquistou o terceiro lugar. Nada mal para quem nunca tinha vendido produtos de beleza e passara boa parte da vida trabalhando em escritório de companhia de energia elétrica, em Lima. Já na quarta campanha, em agosto do mesmo ano, foi a primeira do *ranking*. “Entrei na Natura para ganhar um espaço em minha vida”, diz. “Fui vendendo, fui gostando, ingressei na companhia e fui crescendo.”

Hoje, ela tem cerca de 200 clientes, de todas as idades, que conquistou com esforço e dedicação. “Meu esquema de trabalho é sair todos os dias de manhã. Às 8 horas já vou para a rua.” Para Teresa, o trabalho que faz é bonito, feminino e o segredo está no fato de acreditar nos produtos que oferece. “Estou pessoalmente convencida de que o produto da Natura é o melhor. É isso que procuro fazer com que minhas clientes percebam.”

Teresa tem orgulho dos prêmios que conquistou. “Ganhei todos: colar, pulseira, arrasei.” E já esteve no Brasil, em 1998, para receber o prêmio de maior Consultora do Peru. Uma festa para quem se diz apaixonada pelo Brasil e, especialmente, pelo Rio de Janeiro.

A Consultora diz que, nestes dez anos, aprendeu a ver a Natura com o coração. “O que mais me encanta nesse trabalho é o trato com as pessoas, é estabelecer relações.”



Paula Camargo,  
consumidora Natura

## perfil da organização

Companhia aberta desde maio de 2004, ano em que completou 35 anos de existência, a Natura desfruta de posição de liderança no mercado brasileiro de cosméticos e produtos de higiene pessoal. A empresa concentra produção, logística e pesquisa em Cajamar, São Paulo, num complexo com 81,6 mil m<sup>2</sup> de área construída em terreno de 643 mil m<sup>2</sup>. Na unidade de Itapeverica da Serra, também em São Paulo, são desenvolvidas as atividades comerciais e de marketing. Controlada por capital nacional, a Natura empregava, em fins de 2004, 3.177 colaboradores no Brasil e 378 no exterior – Argentina, Chile, Peru.

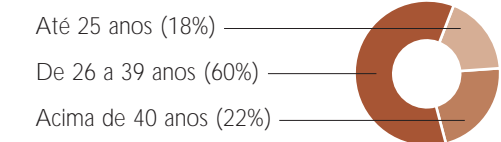
O embrião do que é hoje um dos maiores grupos do país, com receita bruta de R\$ 2,5 bilhões em 2004, foi uma pequena loja e um laboratório inaugurados em 1969 na rua Oscar Freire, em São Paulo. Nascida com duas paixões – pela cosmética como veículo de promoção do autoconhecimento e pelas relações humanas –, a Natura optou, há 30 anos, pelo sistema de venda direta, apoiado no trabalho de revendedoras independentes, as Consultoras Natura. O relacionamento cada vez mais estreito com as Consultoras constituiu uma base sólida para a expansão dos negócios no Brasil e na América Latina.

Ao longo do tempo, a Natura construiu uma marca forte, hoje incluída entre as três mais valorizadas do país (veja *Marca na pág. 47*). Desenvolveu também um *portfolio* de produtos de qualidade, que atendem às necessidades de uma ampla faixa de consumidores. Atualmente, esse *portfolio* é composto por cerca de 600 produtos – nas áreas de maquiagem, perfumaria, banho, cabelos, tratamento para rosto e corpo, higiene oral, proteção solar, entre outras. Em 2004 foram vendidos 177 milhões de unidades<sup>(1)</sup> no Brasil e no exterior.

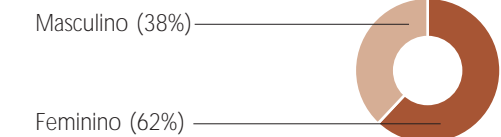
1. Unidades revendidas pelas Consultoras (não incluem amostras, brindes e material de apoio a revenda).

### Perfil dos Colaboradores

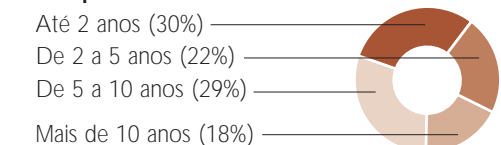
#### Idade



#### Sexo



#### Tempo de casa





nossa  
história

**1969**  
Nasce a Natura,  
em São Paulo.

**1974**  
Opção pelo sistema  
de venda direta.

**1979**  
Com a chegada de  
novas empresas, é  
formado o Sistema  
Natura.

Volume de negócios:  
**US\$ 5 milhões.**

**1983**  
A Natura é pioneira  
no lançamento de  
produtos com refil.

**1989**  
Fusão das empresas  
que formavam o  
Sistema Natura.

Volume de negócios:  
**US\$ 170 milhões.**

**1990**  
A Natura  
explicita sua  
Razão de Ser e  
suas crenças.

**1992**  
Início das  
operações na  
Argentina e no Peru.

**1993**  
Lançamento da  
linha Mamãe e  
Bebê, que  
ressalta a  
importância do  
vínculo entre  
mãe e filho.

**1995**  
A Natura cria o  
Programa Crer para  
Ver, em parceria com  
a Fundação Abrinq.

**1996**  
Inspirado na crença  
de que a beleza deve  
ser livre de estereótipos,  
surge o conceito da  
Mulher Bonita  
de Verdade.

**1998**  
Criação do  
Conselho de  
Administração.

**1999**  
Volume de negócios:  
**US\$ 657 milhões.**

**2000**  
Início da utilização  
da biodiversidade  
brasileira como  
plataforma  
tecnológica, com  
o lançamento da  
linha Ekos.

A Natura é a  
primeira empresa  
brasileira a adotar  
as recomendações  
da GRI em seu  
Relatório Anual.

**2001**  
Integrado aos  
valores da empresa, é  
inaugurado o Espaço  
Natura em Cajamar,  
São Paulo.

**2003**  
A Natura é eleita  
A Melhor Empresa  
para a Mulher  
Trabalhar por  
*Exame* e Great  
Place to Work  
Institute.

**2004**  
A Natura conquista  
a certificação  
NBR ISO 14001.

Abertura de capital  
no Novo Mercado  
da Bovespa.

Assinatura do termo  
de cooperação pela  
implementação da  
Agenda 21 em Cajamar.

A Natura é eleita a  
Empresa mais Admirada  
do Brasil por *CartaCapital*  
e InterScience.

Volume de negócios:  
**US\$ 1,2 bilhão.**



Maria Aparecida  
Sousa,  
colaboradora Natura,  
no Espaço Natura Cajamar,  
Grande São Paulo

É da beira de um fogão a lenha que vêm as mais antigas lembranças de Maria Aparecida Sousa, a Cida, ligadas ao aroma. Com a família reunida e a mãe contando histórias, a menina inebriava-se com o cheiro da pipoca e do milho assado. Da mesma casa em Ruy Barbosa, na Bahia, ela traz a lembrança do cheiro do açúcar queimado e da canela que a avó Bília usava para fazer doces de sabor inesquecível. O mesmo gosto doce que a faz lembrar do pai caminhoneiro e da infância feliz. “Era aquele pai de dar colo, de ter os bolsos cheios de bala”, diz.

Na juventude, já em São Paulo, Cida continuou sua trajetória guiada pelos aromas. Primeiro, o trabalho de doméstica na casa de uma família em que o patrão exalava o perfume Sr. N, da Natura. Depois, o tempo em que morava perto da fábrica da L’Arc en Ciel – na época uma das empresas da Natura –, que inundava a região com o aroma do perfume Musc.

Parecia destino dado. Cida, que desejava um emprego na L’Arc en Ciel, foi fazer uma entrevista e acabou encaminhada justamente à fábrica de sua vizinhança e de seus sonhos. “A sorte traçou um caminhozinho para mim”, diz. Ela começou na linha de perfumes. Hoje, é líder da fábrica de maquiagem.

“Gosto de trabalhar num lugar com pessoas tão diferentes que convivem tão bem”, diz Cida. “A Natura é uma empresa que quer ver você bem – com você mesma e com os outros. É um lugar onde aprendo a cada dia.”



## metodologia e principais indicadores

O Relatório Anual Natura reúne os resultados econômicos, sociais e ambientais da companhia, de modo a retratar adequadamente a busca pelo equilíbrio dessas três dimensões da sustentabilidade no desenvolvimento dos negócios.

Para relatar suas atividades, a Natura utiliza as práticas recomendadas por respeitadas entidades especializadas. No caso do desempenho econômico, segue os padrões da Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais, Apimec, e da Associação Brasileira das Companhias Abertas, Abrasca, com informações sobre gestão de riscos e governança corporativa. A Abrasca, fundada em 1971, pauta suas atividades pelo aprimoramento das práticas de política e de

administração empresarial, com ênfase em mecanismos e processos que permitam uma expansão constante e qualificada do mercado de capitais.

Para as informações sobre desempenho social e ambiental, a companhia segue as orientações do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social e adota o modelo da Global Reporting Initiative, GRI. Fundado em 1998, o Ethos tem como objetivo mobilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, contribuindo para a disseminação da prática da responsabilidade social empresarial. Já a GRI, organização constituída em 1997, é resultado do esforço de instituições multilaterais para desenvolver uma estrutura de relatórios espontâneos

sobre o impacto econômico, social e ambiental das atividades das empresas.

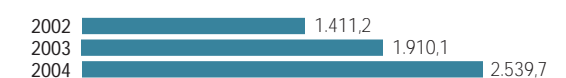
Membro da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial, Aberje, a Natura adota práticas de comunicação transparente e está envolvida com a construção de indicadores de comunicação transparente, processo iniciado em 2004.

O Relatório Anual Natura 2002 foi apontado como o 16º melhor pela SustainAbility, conforme pesquisa elaborada por essa consultoria internacional em conjunto com a agência de *rating* Standard & Poor's e com o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente. Na pesquisa foram analisados 350 relatórios de empresas de diversos países.

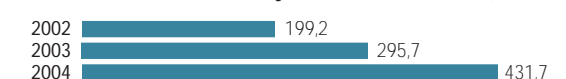
### Indicadores Econômicos

(consolidados)

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

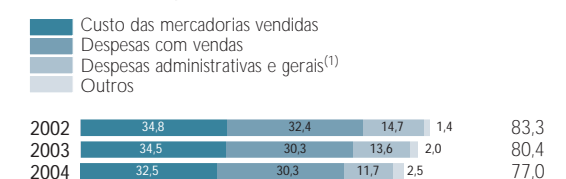


#### Evolução do EBITDA Ajustado<sup>(1)</sup> (R\$ milhões)



1. Exclui a participação das debêntures subordinadas.

#### Evolução de Custos e Despesas (% da receita líquida)



1. Apenas para 2004, as despesas administrativas e gerais excluem R\$ 9,2 milhões relativos à abertura de capital.

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

	2002	2003	2004	Varição 04/03
Vendas brutas no mercado interno	1.375,2	1.860,3	2.472,0	32,9%
Vendas brutas no mercado externo <sup>(2)</sup>	35,0	47,9	66,8	39,5%
Outras vendas	1,0	2,0	0,8	(58,6)%
<b>Receita operacional bruta</b>	<b>1.411,2</b>	<b>1.910,1</b>	<b>2.539,7</b>	<b>33,0%</b>
Receita operacional líquida	993,1	1.328,9	1.769,7	33,2%
EBITDA <sup>(3)</sup>	199,2	295,7	431,7	46,0%
<b>Lucro operacional<sup>(4)</sup></b>	<b>121,1</b>	<b>230,4</b>	<b>395,4</b>	<b>71,6%</b>
Lucro líquido	21,7	63,9	300,3	369,9%
Investimentos	25,2	23,9	83,1	247,7%
Resultado financeiro	(44,3)	(30,1)	(2,8)	(90,7)%
Ativo total	646,6	723,9	1.016,4	40,4%
Patrimônio líquido e debêntures com participação <sup>(5)</sup>	225,9	354,2	436,1	23,1%
Endividamento líquido <sup>(6)</sup>	119,1	(19,0)	(91,1)	379,5%

1. Operações Brasil, Argentina, Chile, Peru 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 no resultado.

**Desempenho dos Negócios**

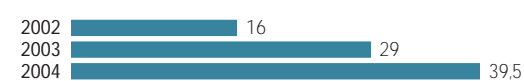
	2002	2003	2004	Varição 04/03
Volume de negócios consolidado <sup>(1)</sup> (R\$ milhões)	1.951,7	2.652,5	3.531,1	33,1%
Volume de negócios consolidado por Consultora <sup>(2)</sup> (R\$ Consultora/ano)	8.875	10.283	11.277	9,7%
Nº de produtos lançados	91	117	182	55,6%

1. Volume de negócios é o valor estimado do faturamento total das Consultoras Natura, com base na margem de lucro presumida dessas Consultoras, excluindo-se a receita registrada com material de apoio destinado a elas. Abrange Argentina, Chile e Peru. Os valores de 2002 e 2003 diferem do divulgado anteriormente em função de um alinhamento com os critérios da Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas, ABEVD.
2. Considerou-se o número médio de Consultoras ativas – aquelas que realizaram ao menos um pedido de compra durante um ciclo de marketing. Cada ciclo tem duração de três semanas. Abrangem Argentina, Chile e Peru. No relatório de 2003 foi utilizado o número médio de Consultoras disponíveis (aquelas que efetuaram pedido nos últimos quatro ciclos de marketing). Essa mudança foi efetuada visando o alinhamento com os critérios da ABEVD.

**Indicadores Ambientais****Uso de Recursos Naturais****Consumo de Água por Unidade Vendida<sup>(1)</sup> (litros/unidade)**

1. Unidades revendidas pelas Consultoras no Brasil (não incluem amostras, brindes, material de apoio a revenda, produtos da linha Crer para Ver, entre outros).

**Meta 2005** Reduzir em 1% o consumo relativo de água.

**Reutilização da Água (% do total de água tratada na Estação de Tratamento de Efluentes)**

**Meta 2005** Aumentar a taxa de reutilização da água tratada de 39,5% para 49%.

**Consumo de Energia****Consumo de Energia Total (Matriz Energética)<sup>(1)</sup> por Unidade Vendida (kjoules/unidade)**

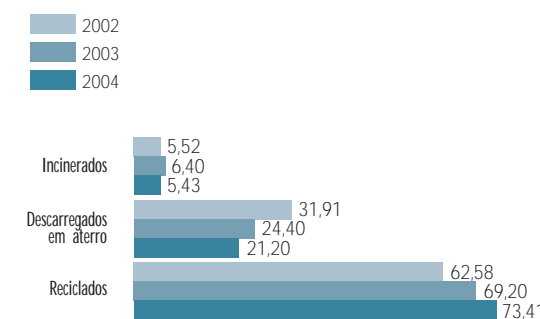
1. A matriz energética é composta pela energia total que a Natura utiliza, oriunda das diversas fontes (eletricidade, diesel e GLP).

**Meta 2005** Reduzir em 5,5% o consumo relativo de energia.

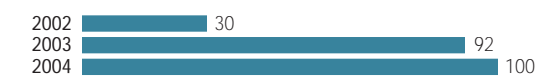
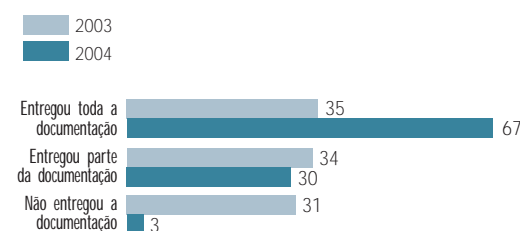
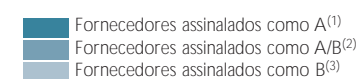
**Análise de Ciclo de Vida**

Em 2004 a Natura realizou Análise de Ciclo de Vida, ACV, das embalagens de 100% dos produtos lançados, considerando aspectos ambientais de maneira sistemática no *design* dessas embalagens. Também fez ACV de embalagens de 100% dos produtos do *portfolio*, incluindo os lançados em anos anteriores.

**Meta 2005** a) Garantir que 100% dos produtos lançados tenham suas embalagens analisadas pela ferramenta de Análise de Ciclo de Vida, ACV. b) Reduzir em 2%, em relação a 2004, a média ponderada do impacto ambiental das embalagens dos produtos Natura. c) Definir indicadores de performance ambiental para os produtos e colocar informações relativas a esses indicadores nos rótulos. d) Como não há modelo disponível para Análise de Ciclo de Vida de matérias-primas na indústria de cosméticos, a Natura desenvolverá um modelo em 2005. Ele será aplicado à linha de xampus Ekos e submetido a avaliação internacional.

**Resíduos****Geração de Resíduos – Destinação (%)****Geração de Resíduos por Unidade Vendida (gramas/unidade)**

**Meta 2005** Reduzir a geração de resíduos por unidade vendida de 2,56 gramas em 2004 para 2,38 gramas.

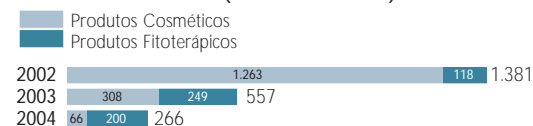
**Gestão Ambiental****Certificação NBR ISO 14001 (% de implantação)****Avaliação Ambiental de Fornecedores (% de resposta ao questionário de avaliação ambiental)****Classificação Ambiental de Fornecedores (%)**

1. Atendem entre 90% e 100% dos requisitos.
2. Atendem entre 80% e 89% dos requisitos.
3. Atendem entre 60% e 79% dos requisitos.

**Meta 2005** a) Divulgar e praticar os procedimentos do sistema da qualidade estabelecido com os fornecedores. b) Avaliar 100% da documentação de todos os fornecedores "críticos ambientais" e de novos fornecedores. c) Dos fornecedores que foram avaliados em 2004, aumentar em 30% os classificados como A.

## Indicador Específico do Setor

### Testes em Animais (número de testes)



A Natura reafirma sua posição contrária à realização de testes de laboratório em animais, mas realiza aqueles exigidos por lei. Há mais de seis anos, busca alternativas para reduzir esses testes e, ao mesmo tempo, garantir a segurança dos produtos que coloca no mercado. Desde 2003 a empresa eliminou totalmente o uso de animais ao testar produtos cosméticos aca-

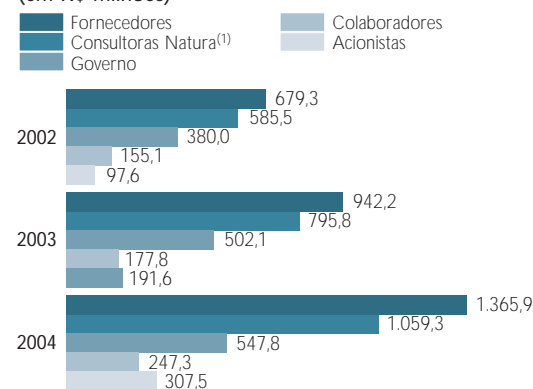
bados. A meta para 2004 – de diminuir em 25% o número de testes de matérias-primas para cosméticos em animais – foi superada. A redução foi de 78,5%. Por exigência das autoridades competentes, como a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, Anvisa, a Natura faz testes de comprovação de segurança e eficácia da classe de fitoterápicos em animais.

**Meta 2005** Manter abaixo de 170 o número de animais utilizados em testes de matérias-primas para produtos cosméticos (o que representa diminuição de 32% em relação à meta de 2004). Isso significa aumento de 158% sobre o realizado em 2004. Tal aumento deve-se ao fato de que alguns testes previstos para 2004 não foram feitos, e têm realização prevista para 2005.

## Indicadores Sociais

### Valor Adicionado

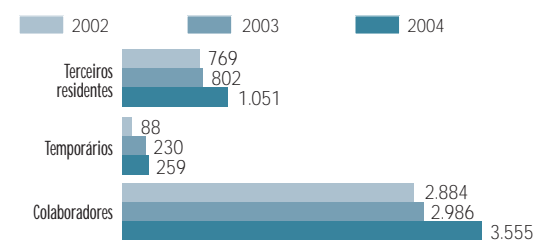
#### Distribuição de Recursos por Público (em R\$ milhões)



1. Os números publicados em 2002 e 2003 sofreram alterações para alinhamento com os critérios da Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas, ABEVD.

### Geração de Oportunidades de Trabalho e Renda

#### Colaboradores, Terceiros Residentes e Temporários<sup>(1)</sup>



1. Inclui Brasil e operações internacionais.

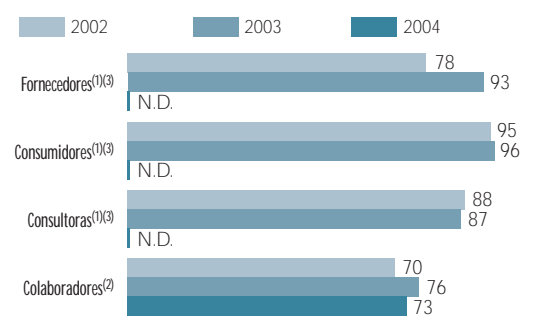
### Consultoras<sup>(1)</sup> (em milhares)



1. Inclui Brasil e operações internacionais.

## Relacionamento

### Satisfação (favorabilidade em %)



1. Pesquisas realizadas pelo instituto Indicator GfK do Brasil.  
2. Pesquisa de clima organizacional desenvolvida pela empresa de consultoria Hay Group do Brasil.  
3. Os resultados das pesquisas de satisfação de consumidores, fornecedores e Consultoras não estavam disponíveis até a data de fechamento deste Relatório. Os valores referentes a 2004 estarão disponíveis na versão eletrônica do Relatório ([www.natura.net](http://www.natura.net)).

### Investimentos em Responsabilidade Corporativa

Ao longo da última década, a Natura vem aprofundando a gestão responsável dos negócios em termos socioambientais, com base no estabelecimento de relações de qualidade com os diversos públicos e na definição de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável. Esses princípios passaram a permear as diversas iniciativas da empresa, em todas as áreas. São

resultados desse movimento a opção pelo uso sustentável de ativos da biodiversidade brasileira como plataforma tecnológica, a adoção de um processo de avaliação socioambiental de fornecedores e o desenvolvimento de embalagens de menor impacto ambiental, entre outros. O Relatório Anual tem como objetivo relatar o conjunto dessa estratégia.

Porém, para centrar atenção nas questões críticas dessa estratégia, a Natura criou uma ferramenta de apoio aos gestores que ajuda a planejar e visualizar ações específicas direcionadas a cada público de relacionamento: a Matriz de Investimentos em Responsabilidade Corporativa. A matriz não reflete todos os esforços da Natura no sentido de promover a gestão socialmente responsável. Ela se propõe, sim, a retratar os investimentos realizados nos aspectos mais críticos dessa gestão. São eles:

- O monitoramento da qualidade do relacionamento da Natura com seus públicos no que diz respeito a ética, a transparência e a eficiência do canal de diálogo, incluindo temas não diretamente ligados ao negócio (linha "Fundamentos").
- A promoção do desenvolvimento sustentável – seja local, numa região específica, seja promovendo a diversidade, a educação, a qualidade de vida e a cultura (linha "Econômico-social").
- A proteção do meio ambiente (linha "Ambiental").

Os valores declarados são aqueles além dos investidos por exigência legal<sup>(1)</sup>.

1. Além das despesas referentes à operação no Brasil, há também investimentos em ação social em outros países. Nesses projetos, foram investidos R\$ 28.405 no ano de 2004 (veja indicador 73, página 100).

## Matriz de Investimentos em Responsabilidade Corporativa

(Valores em R\$ mil)

Recursos Natura	Públicos de relacionamento da Natura								TOTAL
	Colaboradores, familiares e terceiros	Consultoras	Comunidades fornecedoras	Fornecedores	Cajamar e Itapeperica da Serra	Consumidores	Governo e sociedade	Acionistas	
Fundamentos	176,1	170,9	-	102,1	-	-	1.466,4	-	1.915,6
Econômico-social	6.032,0	-	745,0	-	440,2	-	445,2	-	7.662,4
Ambiental	40,5	-	-	-	9,0	-	536,6	-	586,1
Subtotais	6.248,6	170,9	745,0	102,1	449,2	-	2.448,2	-	10.164,1


Todos os públicos		TOTAL
Despesas da gestão	2.277,0	2.277,0
Total de recursos Natura		12.441,1
% da receita líquida		0,7

Recursos gerados pelas Consultoras	Públicos de relacionamento da Natura								TOTAL
	Colaboradores, familiares e terceiros	Consultoras	Comunidades fornecedoras	Fornecedores	Cajamar e Itapeperica da Serra	Consumidores	Governo e sociedade	Acionistas	
Recursos líquidos arrecadados pelo programa Crer para Ver	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	2.971,8	N.A.	2.971,8
Total de recursos gerados pelas Consultoras		2.971,8							

Recursos fiscais	Públicos de relacionamento da Natura								TOTAL
	Colaboradores, familiares e terceiros	Consultoras	Comunidades fornecedoras	Fornecedores	Cajamar e Itapeperica da Serra	Consumidores	Governo e sociedade	Acionistas	
Incentivos fiscais <sup>(1)</sup>	-	-	-	-	347,0	-	1.591,2	-	1.938,2
Total de recursos fiscais		1.938,2							
TOTAL GERAL		17.351.041							

1. Destinação de 1% do imposto de renda devido aos conselhos municipais dos direitos da criança e do adolescente de Cajamar e Itapeperica da Serra e projetos apoiados com a Lei Rouanet.

Nota: N.A. = Não se aplica.



O doutor em medicina e em ciências Ladilas Robert, que nasceu em Budapeste, na Hungria, considera-se um sobrevivente das agruras da Segunda Guerra. Hoje, aos 80 anos, não gosta de falar do conflito que poderia lhe ter tirado a vida ainda jovem, mas se anima ao discorrer sobre a decisão de dedicar seus estudos e pesquisas justamente a aumentar a longevidade das pessoas. Em 30 anos de trabalho na universidade Paris V e no hospital L'Hôtel-Dieu, na França, Ladilas especializou-se em tecidos conjuntivos. Escreveu seis livros sobre o tema, dois deles traduzidos para o português.

Com o envelhecimento, diz o especialista, a pele humana sofre muitas modificações: perde de 7% a 10% de sua espessura a cada dez anos. "Nós identificamos as substâncias que retardam essa diminuição de espessura", diz. "Quando a pessoa se cuida, esse envelhecimento da pele é muito mais lento."

O pesquisador – que desenvolveu o Elastinol, usado na linha Chronos – adorou conhecer, no Brasil, as instalações da Natura. Gostou especialmente do jeito do brasileiro. "O que me tocou quando fui pela primeira vez visitar a Natura é que as pessoas eram sérias como os anglo-saxões, mas sorridentes."

A nova loja da Natura em Paris o entusiasma. "Os franceses conhecem a beleza das mulheres brasileiras e isso vai servir como veículo para se interessarem pelos produtos de beleza brasileiros." Ladilas aposta também na qualidade da Natura para conquistar o mercado europeu. "A Natura tem uma filosofia muito especial de cosmética. Na minha opinião, será um grande sucesso."

Ladilas  
Robert,  
pesquisador da universidade  
Paris V, parceiro da Natura,  
no hospital L'Hôtel-Dieu,  
Paris, França





## governança corporativa e mercado de capitais

A Natura vem aprimorando sua governança corporativa desde meados dos anos 90, quando incorporou novos executivos em posições estratégicas, privilegiando a gestão profissional. Esse processo evoluiu com a criação do Conselho de Administração, em 1998 – seguido dos comitês de Auditoria e Gestão de Riscos e de Recursos Humanos –, e teve como marco a abertura de capital, em 26 de maio de 2004.

Ao abrir o capital, a Natura optou por inserir suas ações no segmento de Novo Mercado da Bovespa, no qual as companhias se comprometem a adotar práticas de governança corporativa mais rígidas do que as exigidas pela legislação. Empresas do

Novo Mercado podem emitir apenas ações ordinárias, com direito a voto. Além disso, devem manter um mínimo de 25% delas em circulação. Comprometem-se, também, a estender aos minoritários as mesmas condições obtidas pelos majoritários em eventual transferência do controle acionário. E obrigam-se a aceitar a mediação da Câmara de Arbitragem do Mercado para solução de possíveis conflitos.

**Conselho de Administração** – É formado por cinco membros, dois deles conselheiros externos. O Conselho de Administração, que se reuniu 12 vezes em 2004, conta com dois comitês auxiliares: de Auditoria e Administração de Riscos e de Recursos Humanos.



*Conselho de Administração em dezembro de 2004:*  
1. Pedro Luiz Barreiros Passos, Membro do Conselho de Administração; 2. Guilherme Peirão Leal, Co-Presidente do Conselho de Administração; 3. Antonio Luiz da Cunha Seabra, Co-Presidente do

*Conselho de Administração – Fundador:*  
4. José Guimarães Monforte, Membro do Conselho de Administração, Coordenador do Comitê de Auditoria; e 5. Edson Vaz Musa, Membro do Conselho de Administração, Coordenador do Comitê de Recursos Humanos

**Comitê de Auditoria e Administração de Riscos** – O Comitê de Auditoria é formado por um conselheiro externo e por um membro independente. É responsável pela revisão e recomendação das demonstrações financeiras e pela avaliação e revisão dos procedimentos mais importantes relacionados à administração dos negócios.

**Comitê de Recursos Humanos** – É responsável pela definição das estratégias de desenvolvimento dos colaboradores. Dá suporte ao Conselho de Administração na avaliação do desempenho dos vice-presidentes, bem como na recomendação das remunerações deles.

### Relações com Investidores

Com a abertura de capital, a Natura estruturou uma área específica para atendimento a investidores, acionistas e analistas do mercado de capitais. Além de atendimento individual e de participações em *roadshows* e conferências nacionais e internacionais, a área de Relações com Investidores realiza trimestralmente teleconferências e *webcasts* para comunicar ao mercado os resultados do período. O calendário de eventos fica à disposição dos interessados no site de Relações com Investidores da Natura ([www.natura.net/investidor](http://www.natura.net/investidor)) e no da Bolsa de Valores de São Paulo ([www.bovespa.com.br](http://www.bovespa.com.br)).

#### Contatos

Helmut Bossert	<a href="mailto:helmutbossert@natura.net">helmutbossert@natura.net</a>
Ricardo Capella	<a href="mailto:ricardocapella@natura.net">ricardocapella@natura.net</a>
Sandra Matsumoto	<a href="mailto:sandramatsumoto@natura.net">sandramatsumoto@natura.net</a>

Diretoria Executiva em dezembro de 2004: 1. Pedro Luiz Barreiros Passos, Diretor-Presidente; 6. Rodolfo Witzig Guttilla, Diretor de Assuntos Corporativos e Relações Governamentais; 7. Andrea Rodrigues Sanches, Diretora de Marketing de Relacionamento; 8. Roberto Zardo, Diretor da

Qualidade; 9. Itamar Correia da Silva, Vice-Presidente de Operações e Logística; 10. Antonio Carlos Siqueira da Silva, Diretor Jurídico; 11. Philippe Joseph Pommez, Vice-Presidente de Internacionalização; 12. Claudia Falcão da Motta, Diretora de Recursos Humanos; 13. Eduardo Luppi Júnior,

Diretor de Inovação; 14. Joël Ponte, Diretor Natura Europa; 15. José David Vilela Uba, Vice-Presidente de Finanças e Informações; 16. Alessandro Giuseppe Carlucci, Vice-Presidente de Negócios; 17. Denise Lyra de Figueiredo, Diretora de Unidade de Negócio; 18. Vicente Pinho de Mello, Diretor da

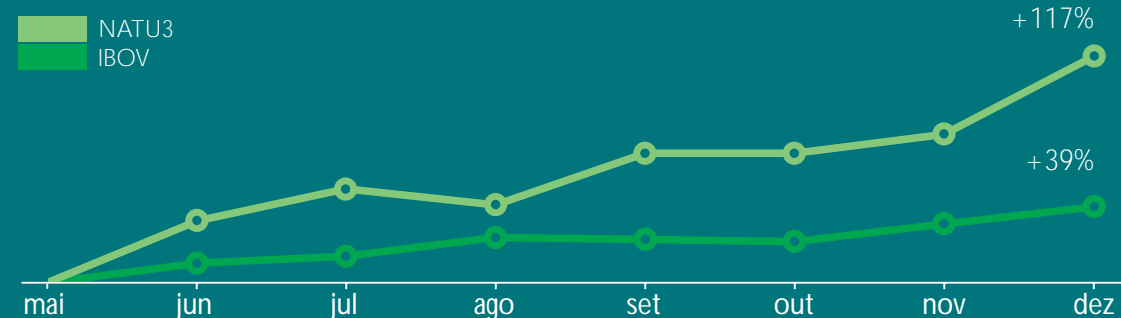
Flora Medicinal; 19. Mário de Oliveira, Diretor Industrial; 20. Pedro Cruz Villares, Diretor de Vendas Brasil; 21. Italo Gennaro Flammia, Diretor de Tecnologia da Informação; 22. Márcio Ramy Mansur, Diretor de Logística Integrada; e 23. Maurício Bellora, Diretor Geral da Divisão Latino-americana



## Mercado de Capitais

A oferta pública de ações da Natura foi realizada com êxito, demonstrando a confiança do mercado nos resultados econômico-financeiros da companhia e em sua capacidade de geração contínua de valor. A demanda pelas ações, no lançamento, foi expressivamente superior à oferta. Os investidores institucionais representaram cerca de 80% da alocação final e aproximadamente 4.700 pessoas físicas investiram na Natura. Do lançamento ao fim do exercício de 2004, as ações da empresa registraram valorização de 117%, comparada à evolução de 39% no Índice Bovespa no período. O volume médio diário de negócios foi de R\$ 7 milhões, assegurando uma significativa liquidez do investimento.

### Valorização Natura (Natu3) vs Ibovespa – 2004 Base 100 (25/5/2004)



**Remuneração ao acionista** – Ao longo do exercício, a companhia distribuiu R\$ 143,5 milhões a título de dividendos e juros sobre o capital próprio, dos quais R\$ 56,7 milhões referentes ao exercício de 2003 e R\$ 86,8 milhões ao primeiro semestre de 2004. Em relação aos resultados do segundo semestre, o Conselho de Administração aprovou a proposta de distribuição de R\$ 129,6 milhões na forma de dividendos e juros sobre o capital próprio, no total de R\$ 216,3 milhões referentes ao exercício completo de 2004. Os novos acionistas, desde o lançamento das ações, em maio, tiveram participação integral na distribuição dos dividendos do exercício.

**Composição acionária** – O capital social da Natura é composto por 84,8 milhões de ações ordinárias (além de 651.849 mantidas em tesouraria), das quais 26,1% estão em circulação no mercado.

### Composição Acionária

Acionistas	Quantidade de ações	Percentual
Controladores	62.637.886	73,9%
Em circulação	22.148.876	26,1%
<b>Total de ações*</b>	<b>84.786.762</b>	<b>100%</b>

\* Não inclui 651.849 ações em tesouraria.

Quando descobriu os produtos da Natura, a publicitária argentina Verónica Saez não era uma daquelas mulheres que gostam de se arrumar demais – até porque se acostumara a lidar com tintas e óleos que manchavam a roupa na escola de artes. Continuou com o mesmo contato com as cores quando se tornou professora de artes de escola primária em Buenos Aires, onde nasceu e vive até hoje.

Mas aos 36 anos, quando foi escolhida para atuar como modelo num comercial da Natura, se encantou com as possibilidades que os produtos da empresa brasileira ofereciam. “Tratei de conhecer a empresa e de saber onde poderia adquirir os produtos”, lembra. Verónica entrou em contato com uma Consultora e, daí em diante, tornou-se uma consumidora da Natura. “Gostei da linha Chronos e da linha Erva Doce, que tem uma textura e um perfume que me encantam.”

Depois, descobriu a linha Ekos e passou a sentir-se “toda natural” ao saber que a Natura usa matéria-prima comprada de comunidades tradicionais do Brasil. Tudo isso fez aumentar seu interesse em conhecer o país e até mesmo o processo de fabricação dos produtos que consome. “Tenho muita vontade de ver como fazem os sabonetes, como extraem a matéria-prima”, diz.

Como consumidora da Natura, Verónica descobriu as particularidades da sua pele e aprendeu, como diz, “a dialogar melhor com o próprio corpo”. Hoje, acha que uma mulher bonita de verdade é aquela que sabe valorizar e desfrutar o que tem.

Verónica  
Saez,

consumidora Natura,  
em Buenos Aires,  
Argentina





## gestão de riscos

O sistema de gestão de riscos da Natura dirige-se, especialmente, aos riscos financeiros, de produtos, de segurança e tecnologia da informação, de meio ambiente e de consistência entre valores e prática. Entre os principais objetivos desse sistema, estão: reforçar a infra-estrutura de controles internos, facilitar a identificação e avaliação dos riscos e implementar procedimentos que permitam controlá-los. As questões ligadas à auditoria são gerenciadas em comitê específico, seguindo-se o modelo de governança corporativa adotado.

No final de 2004 a Natura iniciou um projeto para consolidar a gestão de riscos e ampliar seu alcance, com o monitoramento também dos resultados dos processos críticos da companhia.

**Financeiros** – A companhia faz *hedge* das dívidas contraídas em moeda estrangeira e, portanto, as variações das taxas de câmbio não têm impacto significativo nos resultados financeiros. No tocante à influência da taxa de câmbio nas operações, utiliza matérias-primas importadas ou com preços atrelados a moeda forte. Para minimizar os efeitos da oscilação do real sobre os custos, a empresa monitora tendências e, quando necessário, contrata a compra de moeda estrangeira na Bolsa de Mercadorias & Futuros, BM&F. A Natura não realiza operações na BM&F com objetivos especulativos.

**Produtos** – O Comitê de Segurança de Produtos, composto pelo diretor de Pesquisa e Desenvolvimento, cientistas, médicos e consultores especializados, esta-

belece políticas relacionadas à segurança dos produtos ao consumidor e supervisiona a avaliação toxicológica de todos os componentes utilizados nas fórmulas, de acordo com padrões internacionais de segurança. A companhia adota as melhores práticas de cosmetovigilância.

**Segurança e tecnologia da informação** – Em 2004 a Natura evoluiu na implantação de projetos de melhoria de qualidade e redução de riscos nos processos críticos do negócio, para evitar descontinuidade em suas operações. Entre os mais significativos estão a terceirização da gestão da infra-estrutura de TI e o início da instalação de um centro de processamento de dados de contingência para assegurar a disponibilidade de todos os sistemas operacionais em caso de acidente.

**Meio ambiente** – Os riscos ambientais são acompanhados e monitorados pelo Sistema de Gerenciamento Ambiental Natura, construído com base nas normas da certificação NBR ISO 14001, obtida em 2004.

**Consistência entre valores e práticas** – O comprometimento da empresa com questões como o comportamento ético, a transparência, o diálogo aberto e permanente com os diversos públicos e a adoção de metas empresariais cada vez mais compatíveis com o desenvolvimento sustentável exigem da Natura a constituição de sistemas de gestão que considerem os riscos relativos a essas questões. Para isso, foi criado o Sistema de Gestão da Responsabilidade Corporativa (veja *Gestão Responsável*, pág 50, e *Matriz de Responsabilidade Corporativa*, pág 25).

## Estratégia

A estratégia da Natura tem como pilares a expressão prática de suas crenças e valores – seja no desenvolvimento de produtos e serviços, seja na qualidade das relações estabelecidas com os diversos públicos – e a inovação permanente. No centro dessa estratégia está a ampliação da liderança no mercado brasileiro.

Para isso, a empresa continuará a investir em infra-estrutura e qualidade dos serviços, assim como na valorização de sua marca e no crescimento e qualificação do quadro de Consultoras, além de buscar maior equilíbrio no *portfolio* de produtos. A continuidade dos investimentos no uso sustentável de ativos da biodiversidade, entre outros, e o aumento do investimento em pesquisa e desenvolvimento como um todo são parte integrante dessa estratégia.

Ocupando posição de liderança, a Natura continuou em 2004 a registrar crescimento acima do mercado-alvo, com ampliação de sua participação no total das receitas do setor. Fatores como a capacidade de inovação, o perfil demográfico da população e a crescente ampliação da participação feminina no mercado de trabalho, entre outros, têm contribuído positivamente para o desempenho da indústria de cosméticos, fragrâncias e higiene pessoal no Brasil, comprovado por um crescimento anual várias vezes maior do que o do Produto Interno Bruto nacional. Aspecto importante a destacar é a relevância

das vendas diretas para a obtenção de tais resultados. Esse segmento também experimenta grande desenvolvimento.

No plano internacional, as perspectivas são de expansão da presença da Natura na América Latina. A bem-sucedida estratégia de penetração nos mercados de Argentina, Peru e Chile, com a consolidação do modelo da venda direta, levou à criação em 2004 de uma estrutura corporativa dedicada ao mercado latino-americano, com sede em Buenos Aires. Essa estrutura será responsável por levar a proposta de valor da empresa aos demais países da região. Já em 2005 a Natura deverá iniciar operações no México.

Em relação a outras regiões, a Natura iniciará uma experiência na França, com a inauguração da Casa Natura em Paris, e ampliará os estudos sobre o modelo de negócios mais adequado a outros países.

Investir na formação de lideranças que possam acelerar o processo de internacionalização, aprimorar os programas sociais e de redução dos impactos ambientais, ampliar o conhecimento sobre o consumidor e estreitar ainda mais as relações com fornecedores também estão entre os objetivos estratégicos da empresa.





Cybele Amado  
de Oliveira,  
líder do Projeto Chapada,  
apoiado pela Natura, na Chapada  
Diamantina, Bahia

Cybele Amado de Oliveira nasceu em Salvador, na Bahia, e já era adulta quando, num Carnaval, conheceu o Vale do Capão, em Palmeiras, na Chapada Diamantina. No retorno à capital, não conseguiu parar de chorar. Descobriu que queria viver ali, como educadora. Aos 24 anos, voltou com o diploma de pedagoga para ensinar língua portuguesa em escola pública. O contato com os estudantes de lá trouxe de volta à memória de Cybele a sentença que recebeu na escola primária: era uma criança disléxica e nunca aprenderia a ler e escrever. "Eu sei exatamente o que uma criança sente quando alguém diz que ela não vai aprender a ler e escrever", diz.

Em testes que aplicou no Vale do Capão, constatou que até dois terços das crianças poderiam ser rotuladas de disléxicas. Mal sabiam ler e escrever, mas impressionaram Cybele porque eram "poetas" e podiam muito bem aprender. Era questão de método.

"Comecei a ver que o problema não estava na criança", conta a professora. Ela conquistou o apoio do Crer para Ver, da Natura, para o seu Projeto Chapada.

"Tivemos uma redução de 70% na evasão e 80% na reprovação." Hoje, 12 municípios fazem parte da rede de alfabetização que ela montou. Outros dez serão incorporados em 2005. "Crer para Ver é acreditar mesmo, acreditar no seu trabalho. O programa faz parte de mim e eu faço parte da história dele." Cybele sonha com um tempo novo para os estudantes da Chapada e do Brasil. "Sonho que as crianças aprendam a ler o mundo para escrever a vida."



Lais Cruz, consumidora Natura, entre suas amigas Ulliana Ferrari e Andrea Calfat

## resultados econômico-financeiros, sociais e ambientais

Em 2004 a Natura continuou a apresentar sólidos resultados no campo econômico-financeiro, acompanhados de cuidados na preservação ambiental e de progressos nas relações com os vários públicos.

### Negócios

**Resultados financeiros** – Depois de um consistente crescimento em 2003, com recordes de produção e vendas, a Natura encerrou 2004 com novas marcas históricas. A receita bruta avançou 33% e totalizou R\$ 2,5 bilhões. A expansão da empresa, mais uma vez, foi maior que a apresentada pelo mercado em 2004. Com isso, a participação no mercado-alvo de cosméticos, fragrâncias e produtos de higiene pessoal – excluindo-se aqueles com os quais a Natura

não opera, como os de tinturas para cabelos, esmaltes e absorventes – teve expressiva evolução e passou de 17,1% em 2003 para 18,9% em 2004. O lucro líquido, de R\$ 300,3 milhões, representou 17% da receita líquida.

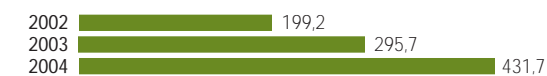
**Evolução da Receita Bruta**  
(R\$ milhões)



Receita em alta combinada com despesas sob controle permitiram à companhia encerrar o ano com EBITDA de R\$ 431,7 milhões, 46% superior ao de 2003. A geração de caixa bruta foi de R\$ 385,6 milhões, 60,6%

maior que a registrada no exercício anterior. Os investimentos totalizaram R\$ 83,1 milhões, com destaque para os R\$ 21 milhões aplicados na construção de um novo armazém. A Natura chegou ao final de 2004 com aplicação líquida de R\$ 91,1 milhões.

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



1. Exclui a participação das debêntures subordinadas.

A participação do custo das mercadorias vendidas na receita líquida caiu de 34,5% em 2003 para 32,5% em 2004. Contribuíram para esse resultado os ganhos de eficiência e de escala, a melhor gestão da margem, a

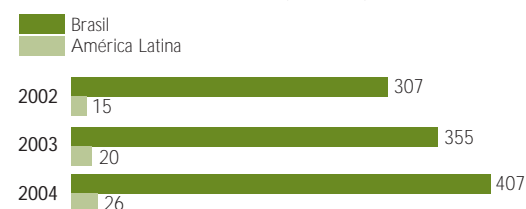
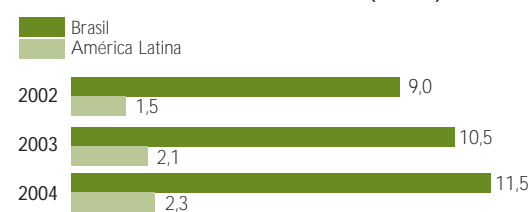
valorização do real com relação ao dólar e uma pequena redução da carga tributária, decorrente de mudanças na legislação do PIS e da Cofins, no âmbito federal, e do ICMS, na esfera estadual.

**Investimento em pesquisa** – Um dos principais fatores a impulsionar as vendas foi o investimento de R\$ 47,4 milhões em pesquisa e desenvolvimento. Entre os destaques estão importantes inovações tecnológicas, como a introdução de um componente patenteado internacionalmente – o Elastinol+R – na linha Chronos. Em 2004, 63% da receita foi proveniente de produtos lançados ou reformulados nos dois anos anteriores. Em 2003 esse índice havia sido de 48,8%. O número de lançamentos cresceu de 117 em 2003 para 182 em 2004.

**Índice de Inovação<sup>(1)</sup> (%)**

1. Parcela da receita proveniente de produtos lançados ou relançados nos 24 meses anteriores.

**Canal de vendas** – A Natura registrou aumento de 15,6% no número de Consultoras. No final de 2004 havia 407 mil no Brasil e 26 mil no exterior. A receita por Consultora, importante indicador da venda direta, cresceu 10,2% no Brasil, em reais, e 10,7% no exterior, em dólares. A produtividade foi beneficiada, entre outros fatores, pelo investimento no apoio à atividade das Consultoras. Nesse contexto, destaca-se a distribuição em 2004 de 13,7 milhões de unidades do *Vitrine*, catálogo de produtos atualizado a cada 21 dias.

**Número de Consultoras (milhares)****Produtividade das Consultoras<sup>(1)</sup> (R\$ mil)**

1. Volume de negócios por Consultora ativa média.

**Operações internacionais** – Com crescimento de 52%, em dólares, as operações da Natura na América Latina (Argentina, Chile e Peru) consolidaram em 2004 um modelo

consistente e um padrão que permite expansão mais acelerada para outros mercados da região. Essa consolidação, centrada na venda direta, levou à criação de uma estrutura corporativa dedicada exclusivamente à região.

Em sua estratégia de inserção internacional, a empresa testará, a partir de 2005, um novo modelo de operação na Europa, com a inauguração de um espaço próprio em Paris. Localizada em Saint Germain des Prés, ponto privilegiado da capital francesa, a Casa Natura Brasil será um espaço em que o consumidor encontrará produtos elaborados com ativos da biodiversidade brasileira e terá contato com aspectos da cultura e dos costumes brasileiros.

Também faz parte da estratégia de expansão internacional da Natura estender a oferta de seus produtos, hoje disponíveis em *free-shops* de aeroportos nacionais, a lojas de aeroportos internacionais. Os produtos Natura, além disso, podem ser adquiridos por meio da loja virtual internacional [www.natura.net](http://www.natura.net).

**Produção**

As fábricas da Natura em Cajamar, São Paulo, produziram 175 milhões de unidades em 2004, 28% a mais do que no exercício anterior. O ritmo acelerado de crescimento desde a inauguração das instalações de Cajamar, em 2001, exigiu intensificação dos investimentos em aumento da capacidade. Um importante investimento foi o novo armazém, que ampliará a capacidade de estocagem em 120% e tem inauguração prevista para o primeiro trimestre de 2005.

A companhia definiu, também em 2004, a instalação de uma terceira linha de separação de produtos, que começará a ser montada no primeiro trimestre de 2005. Novos e maiores investimentos em máquinas e equipamentos para ampliar a capacidade de produção estão previstos para 2005.

Atenta à excelência dos processos, a Natura criou em 2004 a Diretoria da Qualidade. A auditoria da qualidade passou a ser mais abrangente em questões de meio ambiente, segurança e vigilância sanitária, tanto no Brasil como nas operações internacionais. Além disso, a empresa decidiu que, concluída a implantação da NBR ISO 14001, se iniciará o processo de obtenção, em 2005, da certificação NBR ISO 9001.

**Inovação**

A Natura tem se empenhado em investir, permanentemente, no aprendizado e na inovação em todos os aspectos de suas atividades: no desenvolvimento tecnológico, no aperfeiçoamento de processos produtivos, no uso sustentável de ativos da biodiversidade brasileira, na comunicação de seus conceitos e valores e no aprimoramento da qualidade das relações.

Do ponto de vista da inovação de produtos, a empresa investe fortemente em pesquisa e desenvolvimento e em parcerias com centros de pesquisas no Brasil e no exterior, especialmente na França, assegurando conhecimento atualizado das tendências e dos avanços tecnológicos das áreas farmacêutica, química e bioquímica. Em 2004 foram lançados 182 novos produtos,

o que equivale, em média, a um lançamento a cada dois dias.

**Número de Produtos Lançados (unidades)**

A opção pela biodiversidade brasileira como plataforma tecnológica, no fim da década de 90, foi um movimento determinante dos resultados conquistados recentemente pela Natura e de seu compromisso com o desenvolvimento sustentável. Os produtos da linha Ekos combinam conhecimento científico com popular, preservação do patrimônio natural brasileiro com oportunidades para as comunidades tradicionais.

Outras linhas – como Mamãe e Bebê, que valoriza o vínculo da mãe com o filho, e Chronos, que introduziu o conceito de Mulher Bonita de Verdade – confirmam a permanente preocupação da Natura com a inovação e a transmissão de seus valores.

Do ponto de vista da gestão, a empresa busca incorporar cada vez mais ao cotidiano dos negócios os princípios do desenvolvimento sustentável. A anterior adoção das orientações da Global Reporting Initiative, GRI, e a consolidação em 2004 do Sistema de Gestão de Responsabilidade Corporativa são passos nessa direção. Um resultado recente desse movimento foi a incorporação das dimensões social e ambiental ao mapa estratégico e ao *balanced scorecard* da companhia (*veja também Gestão Responsável, pág. 50*).



## Pesquisa e Desenvolvimento

Os investimentos da Natura em pesquisa e desenvolvimento registraram em 2004 um aumento de 33,6% numa comparação com o total de recursos aplicados em 2003. Dos lançamentos de 2004, destacam-se tanto produtos resultantes de evolução na tecnologia de cosméticos e da utilização de ativos da biodiversidade brasileira quanto novas formulações para produtos de uso mais freqüente, capazes de atingir faixas mais amplas de consumidores.

Entre as novidades está o Elastinol+R, ativo destinado ao tratamento de sinais na linha Chronos. Trata-se da terceira versão do Elastinol e sua característica diferencial é produzir benefícios mais rapidamente. O Elastinol e suas versões, com patente obtida na França, são desenvolvidos em conjunto com o professor Ladilas Robert, da Universidade de Paris V (veja *biografia*, pág. 26).

Ao longo de 2004 a Natura ampliou o uso de ativos da biodiversidade brasileira. Foram incluídos, entre outros, a piriocica e o óleo de pitanga na linha Ekos e o óleo de passiflora na linha Mamãe e Bebê. Outros ativos, como os óleos de café verde e de pariparoba, foram desenvolvidos para atender à operação européia. Num segundo momento, passarão a integrar a linha Ekos Brasil. Destaca-se, ainda, a substituição de gordura de procedência animal por óleo vegetal de palma em todos os sabonetes Ekos.

Novos produtos de maquiagem e para cabelos, categorias que mais cresceram em 2004, contribuíram para dar equilíbrio ao *portfolio* da Natura. Em maquiagem,

a empresa lançou uma nova linha, a Aquarela. Na categoria cabelos, introduziu itens e consolidou a linha Plants.

Indicativo dos esforços no sentido de desenvolver e proteger tecnologias, a Natura promoveu em 2004 o depósito de 15 pedidos de patentes no Brasil. Além disso, teve 26 patentes de invenção e desenho industrial concedidas no país e no exterior. Um *portfolio* de projetos feitos em parceria com universidades e centros de pesquisas, tendo como foco principal a aplicação do conhecimento sobre a flora brasileira na indústria cosmética, está na origem das inovações introduzidas nas diversas linhas de produtos da companhia. Dentro do programa Natura Campus, desenvolvido com a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo, Fapesp, por exemplo, foram assinados contratos com seis universidades paulistas.

A Natura, alinhada com a legislação européia, mantém o compromisso de eliminar inteiramente os testes em animais até 2009. Em 2003 já havia abandonado totalmente o uso de animais em testes de produtos cosméticos acabados (veja *Principais Indicadores Ambientais*, pág. 24). A empresa também investe em testes alternativos como parte do desenvolvimento de novos ativos e mantém laboratório *in vitro* para avaliações de matérias-primas e produtos em células humanas ou de animais cultivadas artificialmente.





## Marca

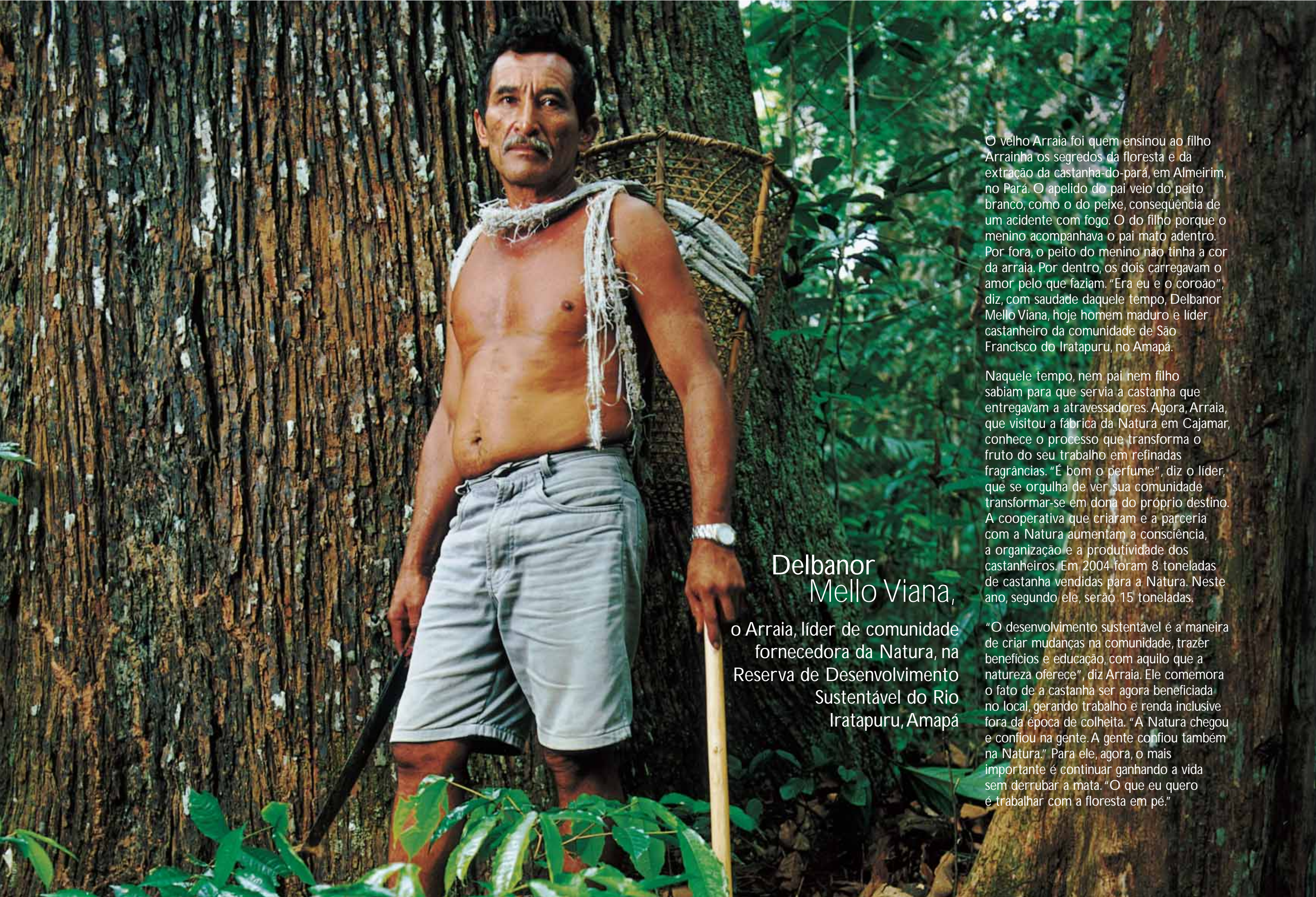
A marca Natura reflete a Razão de Ser, as crenças e a visão de mundo da companhia. Está presente em tudo o que a Natura faz – seja um produto, um material de comunicação ou uma ação de relacionamento. E em como faz – com consciência, beleza e compromisso. Manifesta-se também na qualidade das relações estabelecidas com os diversos públicos, com quem a Natura compartilha o seu jeito de ser.

Um público fundamental na construção da marca são as Consultoras Natura. Elas não apenas compartilham do jeito de ser da Natura. São também um meio para a propagação desse jeito de ser. Ao disseminar os conceitos da Natura em contato direto com o consumidor final, as Consultoras fortalecem a marca. A marca fortalecida, por sua vez, atrai um número crescente de novas Consultoras. Para apoiar e ampliar esse movimento, a empresa utiliza-se de vários meios – publicidade, *merchandising*, contatos com a imprensa, programas de relacionamento. Entre as ações desenvolvidas em 2004 estão aquelas que reforçam a imagem da Natura como empresa que valoriza a biodiversidade, a cultura, a música e a moda

brasileiras, do que são exemplos o apoio ao Greenpeace no projeto Energia Positiva para o Brasil e o patrocínio à cantora Maria Rita e à São Paulo Fashion Week.

Em 2004 a Natura formalizou seu sistema interno de gestão da marca, com instrumentos para definir e transmitir conceitos a todos os níveis da companhia. Um desses instrumentos foram as oficinas de capacitação sobre a marca. O sistema de gestão auxiliará na construção da marca no processo de internacionalização da empresa.

Reconhecimentos variados e pesquisas de opinião reafirmaram a força e o valor crescentes da marca Natura. Em 2004 a companhia foi apontada como Top of Mind da categoria Cosméticos em pesquisa com consumidores conduzida pelo Instituto Datafolha. Foi considerada a Empresa Mais Admirada do Brasil segundo a revista *CartaCapital* e o instituto InterScience e a terceira marca mais valiosa do país de acordo com a revista *ISTOÉ Dinheiro* e a consultoria Interbrand. Além disso, pelo quinto ano consecutivo, mereceu destaque como referência em boa cidadania corporativa pela revista *Exame* e pelo Instituto Ethos (veja *Prêmios e Reconhecimentos*, pág. 63).



## Delbanor Mello Viana,

o Arraia, líder de comunidade  
fornecedora da Natura, na  
Reserva de Desenvolvimento  
Sustentável do Rio  
Iratapuru, Amapá

O velho Arraia foi quem ensinou ao filho Arrainha os segredos da floresta e da extração da castanha-do-pará, em Almeirim, no Pará. O apelido do pai veio do peito branco, como o do peixe, consequência de um acidente com fogo. O do filho porque o menino acompanhava o pai mato adentro. Por fora, o peito do menino não tinha a cor da arraia. Por dentro, os dois carregavam o amor pelo que faziam. "Era eu e o coroa", diz, com saudade daquele tempo, Delbanor Mello Viana, hoje homem maduro e líder castanheiro da comunidade de São Francisco do Iratapuru, no Amapá.

Naquele tempo, nem pai nem filho sabiam para que servia a castanha que entregavam a atravessadores. Agora, Arraia, que visitou a fábrica da Natura em Cajamar, conhece o processo que transforma o fruto do seu trabalho em refinadas fragrâncias. "É bom o perfume", diz o líder, que se orgulha de ver sua comunidade transformar-se em dona do próprio destino. A cooperativa que criaram e a parceria com a Natura aumentam a consciência, a organização e a produtividade dos castanheiros. Em 2004 foram 8 toneladas de castanha vendidas para a Natura. Neste ano, segundo ele, serão 15 toneladas.

"O desenvolvimento sustentável é a maneira de criar mudanças na comunidade, trazer benefícios e educação, com aquilo que a natureza oferece", diz Arraia. Ele comemora o fato de a castanha ser agora beneficiada no local, gerando trabalho e renda inclusive fora da época de colheita. "A Natura chegou e confiou na gente. A gente confiou também na Natura." Para ele, agora, o mais importante é continuar ganhando a vida sem derrubar a mata. "O que eu quero é trabalhar com a floresta em pé."



Flávia Azevedo,  
consumidora Natura  
com sua família

## qualidade das relações

Uma das crenças da Natura é a de que a vida é um encadeamento de relações. Dela emana a permanente atenção e o cuidado com a qualidade das relações da companhia com seus diversos públicos.

### Gestão Responsável

Desde o final da década de 90, a Natura tem procurado colocar a responsabilidade social empresarial no centro de sua estratégia e de sua gestão, com base em dois pilares: o relacionamento ético e transparente com os diversos públicos e a definição de metas compatíveis com o desenvolvimento sustentável. Nos últimos anos a companhia tem buscado estabelecer processos e sistemas que garantam a incorporação desses princípios ao planejamento estratégico e ao

dia-a-dia do negócio. Em 2004 avanços importantes foram alcançados.

O *balanced scorecard* da companhia passou a refletir as três dimensões da sustentabilidade. Hoje, o mapa estratégico da Natura contempla metas econômico-financeiras e socioambientais. No planejamento estratégico, esse modelo se desdobra por toda a companhia, influenciando as ações das diversas diretorias.

O que dá suporte a esse processo, do ponto de vista das metas e dos indicadores sociais, é o Sistema de Gestão de Responsabilidade Corporativa, criado há cerca de dois anos e aperfeiçoado em 2004. Por meio desse sistema, foi feito o diagnóstico detalhado do relacionamento da Natura com seus diversos públicos, o que resultou no levantamento de temas a

ser incorporados ao planejamento estratégico. Com isso, todas as áreas da Natura passam a acompanhar, sistematicamente, as questões relativas à qualidade da relação com os diversos públicos, com base em aspectos como ética, transparência e eficiência dos canais de diálogo, inclusive para temas não-negociais. As ações relacionadas aos aspectos críticos da gestão socialmente responsável são acompanhadas por meio da Matriz de Investimentos em Responsabilidade Corporativa (veja *Principais Indicadores Sociais*, pág 24).

No caso de metas e indicadores ambientais, o canal de articulação com o planejamento estratégico é o Sistema de Gestão Ambiental Natura, desenvolvido com base na NBR ISO 14001. Concluída a implantação dessas normas, a Natura pretende integrar os processos de gestão da qualidade

e já iniciou o processo para obter a certificação ISO 9001.

A incorporação das práticas socioambientais ao cotidiano da empresa foi favorecida pelo amadurecimento do Comitê de Sustentabilidade, criado há dois anos, que possibilitou o debate em profundidade sobre a aplicação dos pilares da gestão responsável no planejamento e na realização dos negócios.

O Sistema de Gestão de Responsabilidade Corporativa da Natura teve repercussão nos meios acadêmicos e na imprensa. Foi incluído, por exemplo, num conjunto de análises sobre o assunto na edição latino-americana de dezembro de 2004 da *Harvard Business Review*, além de ter sido apresentado em diversas conferências.

## Relação com Colaboradores

A pesquisa anual de clima organizacional realizada em 2004 revelou uma pequena variação no resultado em relação ao ano anterior. O índice de favorabilidade, de 76% em 2003, passou para 73% em 2004. A manutenção de um clima organizacional diferenciado é um desafio permanente na Natura. A empresa é reconhecida como referência em ambiente de trabalho no Brasil e em 2004 foi escolhida como A Melhor Empresa para a Mulher Trabalhar, de acordo com levantamento publicado no *Guia Exame-Você S.A. As Melhores Empresas para Você Trabalhar*, em parceria com o Great Place to Work Institute.

### Número de Colaboradores



Quase 300 promoções internas em 2004 abriram oportunidades para colaboradores. Como parte do esforço para atender à atual etapa de expansão da companhia, a área de Educação Corporativa foi reestruturada, com maior alinhamento dos programas à estratégia da companhia. Em 2004 os colaboradores receberam, em média, 70 horas de treinamento, contra 37 em 2003.

Uma das iniciativas para aperfeiçoar a gestão focada na responsabilidade corporativa foi a criação de oficinas específicas para a alta direção e para o corpo de colaboradores, com o objetivo de auxiliar a tomada de decisões com base nas três dimensões da sustentabilidade.

Em 2004 seis turmas de gerentes participaram dessas oficinas.

Ressalta-se também a ampliação dos investimentos e das ações do Natura Educação, programa de reembolso de mensalidades de cursos de formação básica e especialização. Com investimentos de R\$ 450 mil, 66% superiores aos de 2003, o Natura Educação foi ampliado para filhos de colaboradores e, no caso de ensino fundamental e médio, para terceiros residentes.

Ponto importante na construção de laços mais estreitos com os colaboradores foi o lançamento do programa Construindo o Futuro, que trabalha em três dimensões: qualidade de vida, extensão de carreira e planejamento financeiro. O objetivo é dar oportunidade e suporte para a construção do futuro ao final da carreira na Natura e incentivar a poupança, com a oferta de um plano de previdência, o Poupança Incentivada Natura.

Como parte do reconhecimento dos resultados alcançados pela companhia, o Programa de Participação nos Lucros continuou a se mostrar um diferencial na remuneração dos colaboradores. Em bases comparáveis, os valores provisionados para o pagamento da PLR em 2004 cresceram 46,9% em relação a 2003.

## Relação com Consultoras e Consumidores

As Consultoras – profissionais independentes que compram e revendem os produtos da Natura – representam a principal ligação da companhia com o consumidor final. A empresa busca estabelecer com elas uma relação de cumplicidade e reconhece o papel que têm na disseminação dos

conceitos e dos valores da companhia. Em 2004 a Natura ampliou o conjunto de programas que visam reconhecer o valor do relacionamento com as Consultoras, reforçando atributos expressos em vários níveis – tempo na atividade, número de clientes, volume de compras, presença em eventos e frequência nos Encontros Natura, em que são apresentados os lançamentos.

O relacionamento cada vez mais próximo e a força da marca Natura têm estimulado a atração de Consultoras. O número continua em expansão. A empresa encerrou 2004 com 407 mil Consultoras no Brasil, o que representa um crescimento de 14,6% em relação a 2003. Nos outros países em que a companhia está presente, o número aumentou 30%, alcançando 26 mil. A produtividade das Consultoras (vendas por Consultoras ativas) aumentou 10,2% no Brasil, em reais, e 10,7% nas operações internacionais, em dólares. Para esse grupo importante da Comunidade Natura, a companhia gerou uma renda estimada de R\$ 1,06 bilhão. Em 2004 a Natura registrou 372 mil participações em treinamento com as Consultoras, em comparação com 319 mil em 2003.

### Distribuição de Riqueza – Consultoras (em R\$ milhões)



O elo da Natura com as Consultoras são as promotoras de vendas, que por sua vez se reportam às gerências de vendas. Com a ampliação das equipes, a relação de promotoras atendidas por gerência caiu de 35 para 20. Coerente com seus programas de

relacionamento e atração em 2004, a Natura preencheu com Consultoras 70% das vagas de promotoras de vendas resultantes da ampliação das equipes.

As Consultoras têm participação relevante no Programa Crer para Ver, ao vender de forma voluntária produtos e arrecadar recursos que são empregados em projetos da rede pública de ensino. No Crer para Ver Educação de Jovens e Adultos, ampliação do programa lançada em 2004, as Consultoras podem encaminhar à escola jovens e adultos que não concluíram o ensino fundamental (veja *Relação com o Governo e a Sociedade*, pág. 58).

Consultoras e consumidores passaram a contar em 2004 com formas mais eficientes de entrega de produtos, com a contratação de operadores logísticos dotados de maior infra-estrutura. Também para esses dois públicos, a internet continuou sendo uma forma importante de relacionamento. Durante o ano, uma média mensal de 75.500 Consultoras usaram a internet para se relacionar com a Natura. Delas, 80% enviaram pela rede mais da metade de seus pedidos. No total, o número de pedidos por meio eletrônico somou 1,96 milhão no ano, ou 30,5% do total que chega à companhia – o que permitiu uma economia de R\$ 6,2 milhões em atendimento telefônico.

Investimentos em marketing, lançamento de produtos e presença marcante na imprensa contribuíram em 2004 para uma aproximação maior com o consumidor final. Durante o ano a Natura ocupou 21,5% do espaço editorial destinado ao mercado de cosméticos, contra 9,5% do segundo colocado. A empresa aumentou em 42% sua presença na mídia em relação a 2003.

### Relação com Fornecedores

Uma nova abordagem no relacionamento com fornecedores-chave, de transportes e de insumos, ganhou força na Natura em 2004. Com o objetivo de estreitar os vínculos com esses parceiros, foi introduzido o conceito *Olicar*, sigla que resume os aspectos qualidade, logística, inovação, contrato, atendimento e rastreabilidade.

Na área de transportes, a Natura decidiu centrar o relacionamento em operadores logísticos capazes de cuidar de toda a distribuição, da coleta do produto na fábrica à entrega para a Consultora. Com infra-estrutura adequada, as transportadoras executam com mais eficiência um processo de distribuição complexo – os produtos da Natura chegam a mais de 5 mil municípios brasileiros.

Um próximo passo será dar a esses fornecedores a tarefa de recolher, na casa do consumidor, produtos objeto de reclamação. Um projeto piloto em São Paulo mostrou resultados excelentes quanto à satisfação dos consumidores – em pesquisa, 95% deles mostraram-se satisfeitos com o serviço.

A Natura procura fornecedores que possam compartilhar com a empresa crenças e valores. No contexto da preocupação com o meio ambiente, cada fornecedor recebe um questionário sobre temas ambientais nas suas operações, de acordo com padrões da NBR ISO 14001. Quando há itens não-cumpridos porém toleráveis, estabelece-se um plano de ação para suprimir as falhas. Fornecedores nessa situação são qualificados para o relacionamento comercial com a Natura e, superados os problemas, podem ser certificados. Fornecedores certificados são aqueles cujos produtos e serviços são pré-aprovados e cujo recebimento inde-

pende de conferência. As primeiras certificações, já dentro do conceito *Olicar*, foram efetuadas em 2004.

### Relação com Comunidades Fornecedoras de Ativos da Biodiversidade

Ao lançar a linha Ekos, em 2000, a Natura começava a colocar em prática o uso sustentável de ativos da biodiversidade brasileira. O emprego de originários da flora brasileira deveria ser economicamente viável e, ao mesmo tempo, contemplar o manejo correto da atividade extrativista e o desenvolvimento sustentável das comunidades produtoras. Desde então, o relacionamento com as comunidades fornecedoras de ativos da biodiversidade tem se traduzido em importante aprendizado. Os progressos observados em 2004 refletem a aplicação desse aprendizado no processo de construção de um modelo coerente de uso dos ativos e de relacionamento.

Durante 2004 uma equipe multifuncional trabalhou na montagem de um modelo que possa, com base em uma experiência piloto com a comunidade de Iratapuru, no estado do Amapá, ser utilizado em outras comunidades. A comunidade de Iratapuru é constituída de 30 famílias fornecedoras de castanha, copaíba e breu-branco. A experiência foi acompanhada pela ONG Amigos da Terra, que com a comunidade criou um plano de gestão de negócios. Uma conquista relevante foi a certificação dos três ativos produzidos pela comunidade pelo Forest Stewardship Council, FSC.

Entre as medidas tomadas, está a criação de uma reserva constituída por um percentual da receita líquida obtida com a venda dos produtos originados dos ativos fornecidos pela



Reserva de Desenvolvimento Sustentável do Rio Iratapuru, Amapá, e detalhes de maracujá e de buriti

comunidade. Esses recursos podem ser usados para atender a necessidades imediatas ou futuras. Além disso, uma consultoria especializada em desenvolvimento sustentável da região, a Amapaz, fará um diagnóstico da comunidade com intuito de elaborar um plano para o futuro, que pode incluir outras atividades além da extrativista. O diagnóstico incluirá os aspectos físico, territorial e socioeconômico, de modo a ajudar a comunidade a elaborar um plano de desenvolvimento sustentável.

### Relação com Comunidades de Entorno

Com unidades em Cajamar e Itapecerica da Serra, ambas no estado de São Paulo, a Natura tem estreitado seu relacionamento com as comunidades desses municípios. Nesse sentido, 2004 foi um ano de importantes avanços.

Em Cajamar, as duas frentes criadas em 2003 para melhorar o relacionamento da empresa com a cidade atuaram ativamente (veja indicador 73, pág. 100). O grupo interno formado por colaboradores de diversas áreas para debater e propor soluções para as carências do município apoiou a elaboração do plano diretor para a educação em Cajamar e o estabelecimento de parcerias das escolas com a Natura, para a realização de eventos como a Semana do Meio Ambiente.

O grupo tripartite, formado por representantes da Natura, da ONG Mata Nativa e da prefeitura local, assinou um termo de cooperação para a implantação na cidade da Agenda 21, plano de ação para o desenvolvimento sustentável estabelecido na I Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, a

Eco-92. Além disso, com a colaboração de lideranças locais, elaborou um diagnóstico pormenorizado de Cajamar, com diversos indicadores socioeconômicos e ambientais, conduzido pela ONG Oficina Municipal. Também foi instalado o Fórum Pró-Agenda 21 de Cajamar, constituído de organizações governamentais, não-governamentais, empresas e cidadãos do município. O fórum será responsável por acompanhar e pautar as políticas públicas da cidade.

Em Itapecerica da Serra, a Natura decidiu centrar atenções e esforços no bairro de Potuverá, onde está instalada uma de suas unidades. Colaboradores da empresa organizaram-se voluntariamente em 2004 para criar um grupo de trabalho e implementar projetos de formação educacional, de capacitação tecnológica e outros de interesse da comunidade. Em 2005 a Natura iniciará processo para implementação da Agenda 21 no município.

Tanto em Cajamar como em Itapecerica da Serra, a empresa mantém um programa de voluntariado no horário de trabalho. Em 2004 participaram do programa mais de 100 colaboradores. Uma linha 0800, de ligação gratuita, foi colocada à disposição da comunidade de Cajamar para comunicação com a Natura. O mesmo será feito em 2005 para a comunidade de Itapecerica da Serra.

### Relação com o Meio Ambiente

A Natura está comprometida com a construção de caminhos para a promoção do desenvolvimento sustentável e compartilha esse compromisso com os diversos públicos. Nesse contexto, por exemplo, suas relações com as comunidades fornecedoras contem-

plam a conservação do meio ambiente e o desenvolvimento local. Além disso, a empresa procura manter o controle sobre suas atividades, produtos e serviços de tal forma que o meio ambiente possa absorver os impactos deles resultantes. Para isso, usa como ferramenta o Sistema de Gerenciamento Ambiental Natura, Sigam, que tem por base a NBR ISO 14001 – a companhia possui a certificação NBR ISO 14001, obtida em maio de 2004. O monitoramento feito por meio do Sigam permitiu identificar pontos falhos no consumo de água e energia e promover o uso mais eficiente desses recursos, num ano em que a produção cresceu 28%.

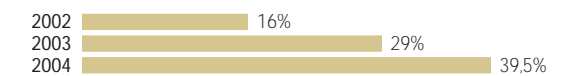
Por considerar a água um recurso de grande valor e que deve ser gerenciado com cuidado, a Natura projetou as instalações da fábrica de Cajamar de modo a permitir sua reutilização. No poço mantido no local, foi instalado um sistema que só permite à empresa retirar a quantidade de água que o lençol tem capacidade de recarregar. Para tornar cada vez menor a necessidade de extrair água do poço e reduzir o consumo de maneira geral, o aumento da taxa de reutilização da água é meta permanente. Em 2004 a empresa conseguiu uma redução de 23% no consumo por unidade vendida. A reutilização da água aumentou de 29% em 2003 para 39,5% em 2004 (veja Principais Indicadores Ambientais, pág. 22). A questão da água é recorrente nas discussões da Natura com os diversos públicos.

#### Consumo de Água por Unidade Vendida<sup>(1)</sup> (litros/unidade)



1. Unidades revendidas pelas Consultoras no Brasil (não inclui amostras, brindes, material de apoio a revenda, produtos da linha Crer para Ver, entre outros).

#### Reutilização da Água (% do total de água tratada na Estação de Tratamento de Efluentes)



No que diz respeito à energia, a Natura procura garantir que o crescimento industrial não tenha relação direta com o crescimento do consumo absoluto. Para isso, desenvolve sistemas e processos que permitam o uso racional da energia disponível. Em 2004 a empresa apresentou ganhos de escala que provocaram a diluição de gastos fixos, o que permitiu redução de 23% no consumo por unidade vendida.

#### Consumo de Energia Total (Matriz Energética)<sup>(1)</sup> por Unidade Vendida (kjoules/unidade)



1. A matriz energética é composta pela energia total que a Natura utiliza, oriunda das diversas fontes (eletricidade, diesel e GLP).

Quanto à geração de resíduos, conseguiu-se em 2004 uma redução de 12,3% por unidade vendida em relação a 2003. A incineração dos resíduos diminuiu de 6,4% em 2003 para 5,4% em 2004, e o descarregamento em aterros de 24,4% para 21,2%. O percentual de resíduos reciclados subiu de 69,2% para 73,4%.

A Natura também busca identificar o impacto ambiental de seus produtos e as possíveis conseqüências para a sociedade. Para isso, utiliza a metodologia da análise de ciclo de vida. Em 2004 todas as embalagens do *portfolio* foram analisadas segundo essa metodologia. Em 2005 a Natura desenvolverá e testará um modelo de análise do ciclo de vida de matérias-primas.

### Relação com Acionistas

Como empresa de capital aberto desde maio de 2004, a Natura se propõe a estabelecer um relacionamento exemplar com a comunidade de acionistas da mesma forma que procura fazer com seus demais públicos. A empresa quer que esse relacionamento seja marcado pela comunicação transparente, pelo tratamento justo e igualitário e pelo aprimoramento constante da governança corporativa (veja *Governança Corporativa*, pág. 28).

### Relação com o Governo e a Sociedade

A Natura mantém canais de diálogo com os governos federal, estaduais e municipais, bem como com parlamentares. Além disso, ciente de que a empresa deve ser um agente de transformação social, procura ampliar permanentemente suas iniciativas voltadas para o desenvolvimento da sociedade.

Durante o exercício de 2004 a Natura estabeleceu importantes acordos com governos e organizações da sociedade civil. Destacam-se o termo de cooperação assinado com a prefeitura de Cajamar e a ONG Mata Nativa para implantação da Agenda 21 nesse município e a parceria com a Fundação Abrinq e o Ministério da Educação pela promoção da Educação de Jovens e Adultos como parte do Programa Crer para Ver.

Como membro da Associação Brasileira das Empresas de Vendas Diretas, a Natura foi signatária do termo estabelecido pela organização com o Ministério da Previdência Social para a promoção da educação para a previdência de revendedoras autônomas.

A Natura representou o setor empresarial brasileiro na Conferência da International Organization of Standardization sobre responsabilidade social, realizada em junho de 2004, quando foi decidido criar, até 2008, diretrizes para normatizar a aplicação de processos na área. A empresa fará parte também do comitê responsável pela definição de *guidelines* da norma.

Além disso, representantes da Natura foram chamados a participar de importantes fóruns de discussão que envolvem a sociedade civil, como o Fórum de Competitividade de Cosméticos, o Fórum de Competitividade de Biotecnologia e a Conferência Nacional do Meio Ambiente, além de grupos de trabalho que discutem acesso ao patrimônio genético e remuneração do conhecimento tradicional, entre outros.

Um dos instrumentos de atuação da Natura no relacionamento com a sociedade tem sido o programa Crer para Ver, mantido em parceria com a Fundação Abrinq. Por meio do Crer para Ver as Consultoras Natura vendem voluntariamente produtos especialmente criados para o programa, destinando os recursos arrecadados a projetos da rede pública de ensino. Nos seus nove anos de existência, arrecadou R\$ 17,9 milhões e apoiou 148 projetos em 3.638 escolas. A arrecadação em 2004 foi a maior em toda a história do programa.

Entre os projetos apoiados em 2004, estão o Cinema e Vídeo Brasileiro nas Escolas, de São Paulo, e o Projeto Chapada, na Bahia. O Cinema e Vídeo tem como objetivo incentivar a criação de videotecas em escolas e o aprendizado dos alunos por meio da linguagem audiovisual, com base na formação de professores. O Chapada tem foco na construção de uma rede de ensino público

## 8 JEITOS DE MUDAR O MUNDO



de qualidade na região da Chapada Diamantina, por meio da formação adequada de coordenadores pedagógicos e professores e do desenvolvimento de ações conjuntas com secretarias municipais de educação para combate ao trabalho infantil (veja *depoimento da coordenadora do projeto na pág. 39*).

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



O Crer para Ver teve seu escopo ampliado em 2004 com a criação do Crer para Ver EJA (Educação de Jovens e Adultos), em parceria com o Ministério da Educação e a Fundação Abrinq. No Crer para Ver EJA, as Consultoras são incentivadas a identificar pessoas acima de 15 anos que não concluíram o ensino fundamental e encaminhá-las de volta à escola (veja *Destaques do Investimento em Responsabilidade Corporativa*, pág. 66).

Além disso, a Natura apóia iniciativas voltadas à cultura, à promoção de canais de diálogo e do desenvolvimento sustentável e

à proteção do meio ambiente (veja *Total de Apoios e Patrocínios*, pág. 71).

### Compromissos e Códigos de Conduta

Uma das primeiras empresas brasileiras signatárias do Global Compact, a Natura reafirmou em 2004 seu compromisso com os princípios propostos pela Organização das Nações Unidas. Em julho foi representada por Guilherme Peirão Leal, co-presidente do Conselho de Administração, no Global Compact's Leaders Forum, em Nova York. Ao longo do ano, realizaram-se diversas ações com o objetivo de disseminar os princípios do Pacto Global e os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio para colaboradores, Consultoras e parceiros. Por exemplo, as Metas do Milênio foram impressas nas tampas de mais de 860 mil caixas de produtos enviadas para as Consultoras em todo o Brasil. Além disso, as metas foram destacadas em diversos materiais de comunicação,



como o *Vitrine*, catálogo de produtos. No presente Relatório, a Natura apresenta seus avanços na promoção dos princípios do Global Compact, com base nos indicadores da Global Reporting Initiative (veja pág. 76).

A Natura é signatária do código de conduta diante dos consumidores e do código de conduta diante dos vendedores diretos e entre empresas da Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas, ABEVD, elaborados de acordo com modelo proposto pela World Federation of Direct Selling Associations, WFDSA.

A empresa respeita integralmente o Estatuto da Criança e do Adolescente e segue a Carta de Princípios do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. Em 2004 tornou-se *organisational stakeholder* da Global Reporting Initiative, GRI. É a primeira empresa brasileira a fazer parte desse grupo.

A Natura é, ainda, reconhecida como: Empresa Amiga da Criança, título outorgado pela Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança e do Adolescente; Empresa Cidadã, pela Câmara Municipal de São Paulo; Empresa que Educa, pelo Senac de São Paulo.

### Aprendizado e Inovação: Educação para o Desenvolvimento Sustentável

A Natura está empenhada em acelerar seu aprendizado sobre o desenvolvimento sustentável e compartilhá-lo dentro e fora da empresa. Como parte desse processo, tem promovido debates em Cajamar com diversos especialistas no tema.

Em 2004 estiveram no Espaço Natura: o físico austríaco Fritjof Capra; Rosalyn McKeown e Charles Hopkins, co-autores do *Education for Sustainable Development Toolkit*; Ernst Ligteringen, da Global Reporting Initiative; e John Elkington, da consultoria SustainAbility. Além de participar de reuniões com a alta gestão, deram palestras para grupo de colaboradores, parceiros e representantes da sociedade civil. Aqui, o registro de algumas de suas impressões sobre a sustentabilidade e sobre a Natura:



Ernst Ligteringen,  
Fritjof Capra e  
John Elkington

#### Princípios do Global Compact

Direitos humanos	Direitos do trabalho	Proteção ambiental	Contra a corrupção
I: Apoiar e respeitar a proteção de direitos proclamados internacionalmente.	III: Defender a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva.	VII: Apoiar uma abordagem preventiva para os desafios ambientais.	X: Combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e propina.
II: Evitar a cumplicidade nos abusos dos direitos humanos.	IV: Apoiar a eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório.	VIII: Assumir iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental.	
	V: Erradicar efetivamente o trabalho infantil.	IX: Encorajar o desenvolvimento e difusão de tecnologias ambientalmente sustentáveis.	
	VI: Eliminar a discriminação no emprego e na ocupação.		

*“A Natura é uma das empresas líderes quando se trata de relatar o desempenho econômico, social e ambiental. Foi importante ouvir seus líderes explicarem por que agem assim e como esse comportamento é representativo do modelo de negócio da empresa. O valor dessa escolha foi recentemente reconhecido no mercado de ações. A propósito, eu diria que hoje a maioria dos investidores aceita que existe uma necessidade de prestar mais atenção ao desempenho das empresas além dos resultados financeiros trimestrais.”*

Ernst Ligteringen, presidente executivo da Global Reporting Initiative

*“Se vocês querem ser sustentáveis, precisam ser honestos e investigar detalhes técnicos. Têm que se perguntar: que matéria-prima usamos? O que fazemos com nossos resíduos? Vocês precisam mostrar que faz sentido econômico realizar as coisas do ponto de vista ecológico. Mostrar que o uso eficiente da água ou da energia pode ajudar a economizar.”*

Fritjof Capra, físico, ativista ambiental e autor dos livros *A Teia da Vida* e *As Conexões Ocultas*. Fundador do Centro de Eco-Alfabetização, na Califórnia, Estados Unidos

*“É preciso aceitar que, à medida que as empresas avançarem na busca pelo desenvolvimento sustentável, haverá muitos erros. É natural que isso aconteça e torna-se necessário aprender rapidamente com eles. O que a Natura está fazendo já é o estado da arte. Seu desafio será propagar isso fora da empresa.”*

John Elkington, co-fundador da organização inglesa SustainAbility



Lucia Pasqualini, Consultora  
Natura, entre suas clientes  
Marina Inoue e Gelsi  
de Souza

## Prêmios e Reconhecimentos

O relacionamento transparente e ético com seus diversos públicos, assim como o permanente cuidado no desenvolvimento dessas relações, tem conferido à Natura prêmios e reconhecimentos (veja relação completa na pág. 100). Entre os relativos a 2004 pode-se destacar:

- Empresa Mais Admirada do Brasil – revista *CartaCapital* e *InterScience*.
- A Melhor Empresa para a Mulher Trabalhar – revista *Exame* e *Great Place to Work Institute* (segundo ano consecutivo).
- Empresa-Modelo em Responsabilidade Social – revista *Exame* e Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social (quinto ano consecutivo).
- Terceira marca mais valiosa do Brasil – revista *ISTOÉ Dinheiro* e *Interbrand*.
- 16º Melhor Relatório Anual – *SustainAbility*, *Standard & Poor's* e *United Nations Environment Programme*.
- Prêmio de Melhor Relatório Anual de Companhia Fechada – Associação Brasileira das Companhias Abertas, *Abrasca* (segundo ano consecutivo).
- Prêmio Balanço Social – Associação Brasileira de Comunicação Empresarial, Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais, Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social, e Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (terceiro ano consecutivo).
- Prêmio Top of Mind na categoria Cosméticos – jornal *Folha de S.Paulo*.
- Prêmio Mérito Ambiental – Federação das Indústrias do Estado de São Paulo.
- Prêmio Ecodesign – Federação das Indústrias do Estado de São Paulo/Centro das Indústrias do Estado de São Paulo e Instituto de Pesquisas Tecnológicas.



É no ritmo frenético de sua cidade que a paulistana Fernanda Miura se move. Aos 27 anos, ela é inquieta e faz mil coisas aqui e ali. Onde quer que vá, leva no carro um kit de produtos da Natura. Fernanda é Consultora e começou cedo na atividade, vendendo para a família e para amigos. "É o tipo de trabalho que você pode encaixar na rotina", diz.

Mas a grande vantagem, segundo ela, é que o produto da Natura "se vende sozinho". "As pessoas se sentem atraídas pela embalagem e depois adoram o que tem lá dentro." Não fosse isso, Fernanda jamais teria topado atuar nesse campo. É tímida. Mais que isso: exigente. Não seria ela a jogar confetes em alguma coisa na qual não acreditasse.

Na Natura, ela acredita. E diz que se identifica com a empresa. "Gosto de sua postura", diz. Fernanda, assim como a Natura, quer trabalhar pela construção de um mundo melhor. Apaixonada por conhecimento e pelas relações humanas, penetrou no mundo das ONGs depois de se formar em pedagogia. Em uma delas, o Centro de Estudos e Pesquisas em Educação, Cultura e Ação Comunitária, Cenpec, faz avaliações de projetos educacionais com jovens.

O resultado de suas vivências e reflexões aparecem nos artigos que divulga pela internet. "Ao contar sua própria história, você se aproxima do outro", diz Fernanda. "Talvez por ser de família oriental, trago de berço essa idéia de que cada um de nós tem uma missão a cumprir. De minha parte, tudo o que faço é para ajudar a melhorar o mundo."

## Fernanda Inouye Miura,

Consultora Natura,  
na Vila Madalena,  
São Paulo



## destaques do investimento em responsabilidade corporativa

Este capítulo destaca alguns dos projetos mais relevantes da Natura contemplados na Matriz de Investimentos em Responsabilidade Corporativa (apresentada com os respectivos valores em Principais Indicadores, pág. 20).

Na matriz abaixo é apresentada a relação dos projetos em suas diversas categorias. Alguns foram detalhados em seguida (com destaque em negrito na matriz). A escolha foi feita procurando-se exemplificar a amplitude e a natureza das ações.

Recursos Natura	Colaboradores, familiares e terceiros	Consultoras	Comunidades fornecedoras	Fornecedores	Comunidade de entorno	Governo e sociedade
<b>Fundamentos</b>						
<b>Aprimoramento e monitoramento de indicadores de qualidade do relacionamento</b>	Pesquisa de Clima (veja Principais Indicadores Sociais, pág. 24)	Pesquisa para medir qualidade da relação com Consultoras Natura				
<b>Promoção e canais de diálogo</b>						Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento <sup>(1)</sup> ; Colóquio Internacional de Direitos Humanos <sup>(1)</sup> e outros projetos patrocinados
<b>Fornecimento de informações/comunicação transparente</b>	Editoriais informativos para os colaboradores voltados para a responsabilidade corporativa, meio ambiente e sustentabilidade			Evento com fornecedores para discutir questões ambientais		Publicação Relatório Anual; Documento <i>Compromisso com a sustentabilidade – normas e procedimentos de acesso à biodiversidade</i>
<b>Econômico-social</b>						
<b>Promoção do desenvolvimento sustentável local</b>	Semana da Sustentabilidade na Natura		Programa de Certificação de Ativos Naturais ou Vegetais; Projeto Plantula; Programa de Desenvolvimento Sustentável com as Comunidades Fornecedoras; Relação com comunidades fornecedoras da linha Ekos		Agenda 21 Cajamar; Grupos de Trabalho Natura/Cajamar; Grupos de Trabalho Natura/ Itapeverica da Serra (veja indicador 73, pág. 100)	Programa New Ventures Brasil – Fórum de Investidores em Negócios Sustentáveis <sup>(1)</sup> ; Programa de Promoção do Voluntariado e outros projetos patrocinados
<b>Promoção da inclusão, igualdade e da diversidade</b>	Programa Diversidade; Programa de Incentivo à Contratação de Pessoas com Deficiência (veja indicador 60, pág. 95)				Diversos projetos patrocinados	
<b>Educação e capacitação</b>	Programa Natura Educação; Treinamento para os colaboradores sobre sustentabilidade; Programa de Educação Executiva (veja indicador 58, pág. 95)				Formação de agentes culturais	Projeto Educação para a Sustentabilidade
<b>Qualidade de vida</b>	Berçário; Clube Natura; Serviços ambulatoriais (veja indicador 48, página 92); Programa Qualidade de Vida (veja indicador 60, pág. 95); Evento Dia das Mães; Festa dos brinquedos e cestas de Natal					
<b>Promoção da arte e cultura</b>						Diversos projetos patrocinados
<b>Ambiental</b>						
<b>Proteção do meio ambiente</b>	Ações de sensibilização sobre meio ambiente				Diversos projetos patrocinados	
<b>Minimização de entrada e saída de materiais</b>					N.A.	Iniciativas para redução de energia (veja indicador 17, pág. 82); Centro de compostagem em Cajamar; Iniciativas de reuso de água (veja Principais Indicadores Ambientais, pág. 22)
<b>Recursos gerados pelas Consultoras</b>	Colaboradores, familiares e terceiros	Consultoras	Comunidades fornecedoras	Fornecedores	Comunidade de entorno	Governo e sociedade
<b>Recursos líquidos arrecadados pelo programa Crer para Ver</b>	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	Programa Crer para Ver
<b>Recursos fiscais</b>	Colaboradores, familiares e terceiros	Consultoras	Comunidades fornecedoras	Fornecedores	Comunidade de entorno	Governo e sociedade
<b>Incentivos fiscais</b>					Apoio ao Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente de Cajamar <sup>(2)</sup> ; Apoio ao Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente de Itapeverica da Serra <sup>(2)</sup>	Projeto Biodiversidade Brasil <sup>(3)</sup>

1. Projeto apoiado ou patrocinado pela Natura.

2. Projeto apoiado pela Natura, por meio de destinação de 1% do imposto de renda devido.

3. Projeto apoiado com a Lei Rouanet.

Nota: N.A. = Não aplicável.

## Colaboradores, Familiares e Terceiros

### 1. Programa Natura Educação

**Objetivo:** Ampliar o acesso à educação formal e à capacitação para o trabalho.

**Local:** Cajamar e Itapecerica da Serra, ambas em São Paulo.

**Público-alvo:** Colaboradores Natura e seus familiares e terceiros residentes.

**Resultados:** ☺ Nos quatro anos de existência do Natura Educação, foram beneficiados cerca de 1.600 colaboradores. Em 2004 estendeu-se o programa a terceiros residentes. Ofereceram-se 80 bolsas de cursos técnicos, de acordo com a meta estabelecida. Entretanto, a procura foi inferior, atingindo-se apenas 35 beneficiários. Para cursos de idioma e universitários foram cumpridas as metas: 90 bolsas no primeiro caso e 100 no segundo.

**Meta 2005:** Ampliar o Natura Educação para terceiros que trabalham no atendimento e abranger cursos de extensão, pós-graduação e MBA.

## Comunidades de Entorno

### 1. Agenda 21 de Cajamar

**Objetivo:** Promover a articulação entre lideranças da sociedade civil, do setor público e da iniciativa privada para promoção do desenvolvimento sustentável do município de Cajamar, em São Paulo, planejando e implementando de forma participativa.

**Local:** Cajamar, em São Paulo.

**Público-alvo:** Comunidade de Cajamar.

**Parceiros:** Prefeitura de Cajamar, ONG Mata Nativa e ONG Oficina Municipal.

**Resultados:** A meta proposta para 2004 era ampliar o grupo de trabalho tripartite – composto por Natura, prefeitura de Cajamar e ONG Mata Nativa – e iniciar processo de envolvimento das lideranças locais em fóruns democráticos de planejamento municipal, incluindo outras empresas. Para analisar os resultados, serão descritas as três principais frentes de atuação:

#### a) Grupo de trabalho tripartite

☺ O grupo consolidou-se com a assinatura de um termo de cooperação, pelo qual seus membros se comprometeram a estimular o desenvolvimento sustentável do município. Foi realizado o 1º Encontro Pró-Agenda 21 de Cajamar, com a participação de aproximadamente 150 pessoas dos diversos setores da comunidade local. Na ocasião organizou-se uma comissão permanente para mobilização e acompanhamento de políticas públicas, visando a estruturação do Fórum de Desenvolvimento Sustentável de Cajamar em 2005. A ampliação do grupo de trabalho tripartite, conforme meta prevista para 2004, foi iniciada com o 1º Encontro Pró-Agenda 21. Porém, a classe empresarial foi pouco representada no evento.

#### b) Elaboração do diagnóstico do município de Cajamar

☺ Sob coordenação do grupo tripartite, elaborou-se o diagnóstico do município de Cajamar, com o apoio da ONG Oficina Municipal, abordando-se os eixos político, administrativo, fiscal, financeiro, socioeconômico e físico-territorial. Esse foi um processo coletivo de conhecimento e avaliação dos diversos aspectos do município, com o objetivo de formar uma base de estudos e propostas de desenvolvimento futuro. A partir desse processo, do qual participaram diversos setores da sociedade, representados por cerca de 30 pessoas, construíram-se alguns pilares para a ampliação do movimento na cidade.

#### c) Projeto Comunidade Ativa

☺ Para mobilizar a comunidade na identificação e na formação de canais de participação social e política, realizaram-se, em parceria com a ONG Mata Nativa, oficinas de trabalho interativas em dois bairros de Cajamar (Vila Mirassol e Jardim Florim). Constituídas de parte conceitual e prática, pesquisa de campo e elaboração de projeto, as oficinas objetivaram a instalação de embriões democráticos para discussão de temas ambientais e sociais e do orçamento municipal. No final, os mais de 50 participantes se envolveram na elaboração de projetos pilotos de desenvolvimento dos bairros.

**Meta 2005:** Ampliar o grupo de trabalho tripartite, envolvendo outras empresas locais nesse processo. Divulgar os resultados do diagnóstico e torná-los acessíveis à comunidade. Promover a instalação do Fórum de Desenvolvimento Sustentável. Realizar as oficinas em mais dois bairros do município.

## Comunidades Fornecedoras

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

**Objetivo:** Certificar ativos da flora brasileira usados na linha Natura Ekos, de modo a garantir a obtenção sustentável (economicamente viável, ecologicamente correta e socialmente justa), contribuindo com a conservação da biodiversidade e o desenvolvimento local.

**Público-alvo:** Sociedade civil e comunidade científica.

**Parceiros:** Imaflora e Instituto Biodinâmico.

**Resultados:** ☺ O bom uso dos recursos florestais não-madeireiros em produtos da Natura é atestado pelo selo do Forest Stewardship Council, FSC, sendo o Instituto de Manejo e Certificação Florestal e Agrícola, Imaflora, o responsável por essa certificação. O selo do FSC garante que o consumidor contribua para a conservação das florestas e a melhoria das condições sociais dos trabalhadores e das comunidades locais. Em 2004 foi concluída a certificação florestal para seis ativos: castanha (*Bertholletia excelsa*), breu-branco (*Protium pallidum*), copaiba (*Copaifera spp.*), louro-rosa (*Aniba fragrans*), cacau (*Theobroma cacao*) e guaraná (*Paullinia cupana*).

A certificação orgânica atribui qualidade à matéria-prima vegetal, estabelecendo uma relação de confiança com o consumidor. A agricultura orgânica favorece a conservação da agrobiodiversidade, da água e do solo. O selo IBD Orgânico é conferido pelo Instituto Biodinâmico, IBD, orientado por diretrizes ecológicas e sociais que envolvem a sustentabilidade da produção agrícola. Em 2004 foi concluí-

da a certificação orgânica para a pitanga (*Eugenia uniflora*). Assim, foram definidas sete fontes de origem conhecida e de manejo sustentável para plantas utilizadas na linha Ekos (a meta assumida em 2004 era certificar oito plantas).

**Meta 2005:** Incluir cinco ativos na última fase de certificação (fase III; veja indicador 24) até o final de 2005.

## Governo e Sociedade

### 1. Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD)<sup>(1)</sup>

**Coordenação:** Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, PNUD.

**Objetivos:** Disseminar, por meio de um DVD, os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio e o Pacto Global. Patrocinar a produção de DVD que contenha imagens do *Show da Paz* realizado pelo PNUD na sede da Organização das Nações Unidas em 19 de setembro de 2003 em homenagem a Sérgio Vieira de Mello e às demais vítimas do atentado ocorrido no escritório da ONU em Bagdá.

**Público-alvo:** Sociedade.

**Resultados:** ☺ Lançamento do DVD previsto para 2005.

### 2. Colóquio Internacional de Direitos Humanos<sup>(1)</sup>

**Coordenação:** Conectas Direitos Humanos e SUR – Rede Universitária de Direitos Humanos.

**Objetivos:** Reunir ativistas de direitos humanos de diversos países da África, Ásia e América Latina para discutir o tema “A declaração e as metas de desenvolvimento do milênio: desafios para os direitos humanos”. Promover a cooperação, o aprendizado e a ação com base nas relações no Hemisfério Sul.

**Local:** De São Paulo, com transmissão para todo o Brasil e para Estados Unidos, Europa e América Latina.

**Público-alvo:** Acadêmicos, pesquisadores, funcionários da Organização das Nações Unidas, representantes de fundações internacionais e ativistas de direitos humanos.

**Resultados:** ☺ O evento reuniu 60 ativistas de direitos humanos de 23 países da África, Ásia e América Latina, que apresentaram cerca de 60 propostas de ações locais para o tema e cinco outras para ampliar a colaboração no hemisfério. Foram realizadas ainda outras atividades, que incluíram *workshops* públicos, visitas de campo a organizações de direitos humanos em São Paulo.

### 3. Programa New Ventures Brasil – Fórum de Investidores em Negócios Sustentáveis<sup>(1)</sup>

**Coordenação:** Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas, CES-FGV.

**Objetivo:** Apoiar o desenvolvimento de empreendimentos sustentáveis e potencializar seu desempenho no mercado, concedendo-lhes apoio técnico na formulação de planos de negócio e aproximando-os de investidores interessados em aplicações rentáveis, baseadas em critérios de responsabilidade social e ambiental.

1. Projeto apoiado ou patrocinado pela Natura.

**Local:** Regiões de todo o país.

**Público-alvo:** Empreendedores em negócios sustentáveis, investidores de capital de risco, instituições financeiras, fundos de pensão, entre outros agentes do setor financeiro.

**Resultados:** ☺ Durante a “Chamada para Negócios”, mais de 100 consultas de empreendedores foram recebidas. Ao término do processo enviaram-se 33 planos de negócio, 14 deles encaminhados para a fase de acompanhamento – na qual o empreendimento recebe apoio técnico. Finalmente, 12 empreendimentos foram conduzidos ao Fórum de Investidores em Negócios Sustentáveis, realizado em São Paulo. O fórum teve um público de mais de 200 pessoas, formado, em grande parte, por investidores de capital de risco, instituições financeiras e empreendedores.

### 4. Programa Crer para Ver

**Objetivo:** Contribuir para a melhoria da qualidade do ensino público oferecido no país, por meio de apoio técnico e financeiro a projetos educacionais criativos e inovadores, assim como para a promoção de discussões sobre esse tema na sociedade.

Parceria entre a Natura Cosméticos e a Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança e Adolescente, o programa conta com o apoio das Consultoras e dos Consultores da Natura que vendem, voluntariamente, os produtos da linha Crer para Ver. O programa Crer para Ver, em parceria com o Ministério da Educação, MEC, ampliou sua atuação. Lançou, em 2004, uma campanha para a educação de jovens e adultos. De acordo com o Censo 2000 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, IBGE, há 70 milhões de pessoas com mais de 15 anos no país que não concluíram o ensino fundamental, e delas 16 milhões são jovens entre 15 e 24 anos.

**Local:** Vinte e um estados do Brasil.

**Público-alvo:** Um total de 901 mil alunos de 3.638 escolas públicas do ensino fundamental.

**Parceiros:** Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança e do Adolescente, organizações não-governamentais ligadas à educação, secretarias municipais e estaduais, Ministério da Educação.

**Resultados:** ☺ O programa Crer para Ver atingiu as metas para 2004, além da arrecadação de R\$ 2,5 milhões, o lançamento da campanha Crer para Ver pela Educação de Jovens e Adultos, EJA, promovendo o aumento do número de matrículas, a disseminação do tema nos meios de comunicação e o apoio a iniciativas pela melhoria da qualidade do ensino para aquele público.

### Resultados da campanha para a Educação de Jovens e Adultos (EJA)

A campanha focou três frentes de atuação:

1) Seleção, financiamento e acompanhamento técnico de projetos voltados para a formação de professores de jovens e de adultos: em 2004 foi apoiado o projeto Organizando Experiências e Organizando Propostas de Educação/ São Paulo, beneficiando os professores de EJA da rede municipal de Cajamar.

2) Lançamento do Prêmio Inovando a Educação de Jovens e Adultos em parceria com o MEC.

3) Mobilização das Consultoras e dos Consultores da Natura para que, voluntariamente, identifiquem e sensibilizem potenciais alunos a voltar para a escola.



Professora e aluno do EJA e criança no Sítio Agar

#### Resultados de projetos para o ensino fundamental regular

O programa encerrou 2004 com quatro projetos apoiados: Escola Indígenas da Floresta/Acre; Cinema e Vídeo Brasileiro nas Escolas/São Paulo; Janelas Cruzadas/Rio de Janeiro e Chapada/Bahia.

#### Resultados econômicos

Desde a sua implantação, em 1995, o programa apoiou 148 projetos em 3.638 escolas públicas de 21 estados, envolvendo 901 mil alunos. De 1995 a 2004 foram arrecadados R\$ 17,9 milhões. Em 2004 a arrecadação, de R\$ 3 milhões, foi a maior desde a criação do programa e superou a meta estabelecida para o ano em 20%.

**Meta 2005** Manter a arrecadação de recursos para projetos sociais nos patamares atuais e realizar 50 mil matrículas em todo o Brasil por meio de Consultoras e Consultores da Natura.

#### 5. Projeto Biodiversidade Brasil<sup>(1)</sup>

**Objetivo:** Estimular o diálogo na sociedade sobre temas ligados à biodiversidade brasileira, em parceria com a Fundação Padre Anchieta – TV Cultura de São Paulo. Essa parceria se dá com a realização de programas produzidos e exibidos pela emissora: *Biodiversidade Debate*, a série de documentários *Biodiversidade Documento* e o *Quadro Biodiversidade*, transmitido no programa *Repórter Eco*.

**Local:** Da capital de São Paulo, para os estados brasileiros que recebem a programação da TV Cultura.

**Público-alvo:** Ambientalistas, pesquisadores, governos, empresários e sociedade civil.

**Parceiros:** TV Cultura e Fundação Padre Anchieta.

**Resultados:** ☺ Em 2004 foram produzidas 26 reportagens para o *Quadro Biodiversidade*, um documentário para o *Biodiversidade Documento* e sete programas *Biodiversidade Debate*. De agosto a dezembro de 2004 os programas foram reprisados.

Desde o início do projeto, a parceria já produziu 145 matérias para o *Quadro Biodiversidade*, 34 programas *Biodiversidade Debate* e oito *Biodiversidade Documento*. O site [www.biodiversidadebrasil.com.br](http://www.biodiversidadebrasil.com.br) recebeu e respondeu nesse período mais de 7 mil mensagens de telespectadores dos programas ou pessoas interessadas no tema biodiversidade.

Em 2004 o documentário *Bioconexão – A Vida em Fragmentos* recebeu o Prêmio de Reportagem sobre a Biodiversidade da Mata Atlântica, na categoria Televisão 2004. O prêmio foi organizado pela Aliança para a Conservação da Mata Atlântica, uma parceria entre a Conservação Internacional Brasil e a Fundação S.O.S. Mata Atlântica. Também participaram o Centro Internacional para Jornalistas e a Federação Internacional de Jornalistas Ambientais. Em 2003 o documentário tinha sido vencedor do 1º Concurso Biodiversidade Brasil de Documentário, também realizado pela parceria e pelo Ministério do Meio Ambiente.

**Meta 2005** Produção de 48 *Quadros Biodiversidade*; produção de um documentário sobre tema a definir; prospecção de parceria para produção de um segundo documentário; prospecção para distribuição dos programas nas TVs públicas da América Latina.

#### Total de Apoios e Patrocínios em 2004

##### Recursos Natura

Temas	2004 - em R\$
Promoção do Desenvolvimento Sustentável	85.000
Proteção do Meio Ambiente	237.668
Arte e Cultura	66.963
Promoção da Igualdade e da Diversidade	66.000
Fortalecimento das Organizações da Sociedade Civil e das Organizações Governamentais	442.423
Promoção do Diálogo	454.657
<b>Total de apoios e patrocínios – recursos Natura</b>	<b>1.352.711</b>

##### Recursos Fiscais

Temas	2004 - em R\$
Promoção do Desenvolvimento Sustentável	1.047.000
Arte e Cultura	891.157
<b>Total de apoios e patrocínios – recursos fiscais</b>	<b>1.938.157</b>

#### Metas assumidas no Relatório Anual Natura 2003

Iniciativa	Meta assumida em 2003	Resultados
Programa de Certificação de Ativos Naturais ou Vegetais	Definir fonte de origem conhecida e de manejo sustentável para mais oito plantas utilizadas na linha Ekos.	☺ Meta parcialmente atingida. Foram certificadas sete plantas utilizadas na linha Ekos (veja descrição dos resultados do projeto, pág. 68).
Projeto Plântula	Identificação de fonte sustentável para 17 plantas.	☺ Meta atingida. Foram identificadas as áreas potenciais para o fornecimento das espécies medicinais de interesse, ficando evidenciada a necessidade de pesquisas que estabeleçam um processo produtivo continuado e contribuam na conservação destes recursos genéticos.
Programa de Desenvolvimento Sustentável com as Comunidades Fornecedoras	Iniciar a aplicação do fundo para o desenvolvimento sustentável nas comunidades do Médio-Juruá, Iratapuru e do entorno de Belém.	☺ Meta parcialmente atingida. Em 2004 as iniciativas de apoio às comunidades foram desenvolvidas por meio de parcerias e de um acompanhamento local contínuo. Os investimentos da Natura no programa e o retorno financeiro às comunidades garantiram melhorias importantes na cadeia produtiva e no fortalecimento das cooperativas locais. Porém, a aplicação do fundo no entorno de Belém e Médio-Juruá ainda está sendo definida.
Programa Crer para Ver	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.	☺ Meta atingida. A campanha foi lançada e foi iniciado o estudo para inclusão de produtos provenientes de projetos de geração de emprego e renda no portfólio (veja descrição dos resultados do projeto, pág. 69).
Formação de Agentes Culturais	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.	☺ Meta Atingida. 100% dos 52 jovens inscritos no curso de formação de agentes culturais, em parceria com o Senac, completaram o curso; 100% dos jovens participaram, profissionalmente, de dois projetos em parceria com a Diretoria Municipal de Educação de Cajamar, atuando nas escolas municipais. Esses jovens foram remunerados pelos parceiros dos projetos.
Agenda 21 em Cajamar	Ampliar o Grupo de Trabalho Tripartite e iniciar processo de envolvimento das lideranças locais em fóruns democráticos para planejamento do município.	☺ Meta parcialmente atingida. O processo de ampliação do grupo de trabalho tripartite foi iniciado com o 1º Encontro Pro-Agenda 21, foi elaborado o diagnóstico do município e foram realizadas oficinas de trabalho interativas em dois bairros da cidade (veja descrição dos resultados do projeto, pág. 68).
Novos Olhares – Oficinas de Automaquiagem	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.	☺ Meta parcialmente atingida. Em 2004 o projeto foi ampliado para quatro novas gerências de mercado no Brasil. Foram realizadas 114 oficinas e 1.888 atendimentos a pacientes e acompanhantes nas dez instituições apoiadas pelo projeto. O número de voluntários do projeto cresceu de 123 para 170. A meta de implantação do projeto nas operações internacionais não foi alcançada. Foram implantadas oficinas de automaquiagem nas comunidades do entorno da empresa, com o envolvimento de colaboradores da Natura. Estuda-se a continuidade desse projeto em 2005.
Gente Bonita de Verdade na Comunidade	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	☺ Meta parcialmente atingida. Em 2004 seis entidades parceiras participaram do projeto e receberam os voluntários da Natura. Os voluntários desenvolveram atividades ligadas à massagem shantala, oficinas de automaquiagem e jogos e brincadeiras. Ao todo participaram 110 colaboradores, em 166 períodos de visitas, divididos em quatro grupos. O mapa de necessidades estruturais das organizações sociais, meta também assumida para 2004, não foi totalmente acabado.
Programa Natura Educação	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.	☺ Meta parcialmente atingida. Foram oferecidas todas as bolsas de estudo previstas. Porém, não foram totalmente utilizados. A ampliação do escopo do programa será feita em 2005 (veja descrição dos resultados do projeto, pág. 68).

1. Projeto apoiado com a Lei Rouanet.

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

### Palestras na área de Responsabilidade Corporativa ministradas em 2004

Evento	Palestra	Organização/Solicitante	Palestrante	Data	Local	Público
Grupo de Trabalho de Meio Ambiente	Ind. Ambientais	Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumarias e Cosméticos	Eliane Anjos	18/2/04	São Paulo/SP	Cerca de 20 participantes, entre gerentes, assessores e técnicos de meio ambiente de diversas indústrias
Curso Princípios e Práticas de Responsabilidade Social Empresarial: Módulo Seleção, Avaliação e Parceria com Fornecedores	Case Responsabilidade Social Natura	Fundação Getúlio Vargas – SP, Curso de Extensão Responsabilidade Social	Eliane Anjos	26/4/04	São Paulo/SP	Cerca de 30 estudantes do curso
Assembleia Anual da Comissão Pan-Americana de Normas Técnicas (COPANT)	Case Responsabilidade Social Natura	Associação Brasileira de Normas Técnicas	Rodolfo Witzig Guttilla	14/5/04	Salvador/BA	Cerca de 220 participantes, entre executivos das áreas de responsabilidade social e qualidade e representantes do Comitê Pan-Americano de Normas Técnicas e organismos de normalização da América Latina
1º Fórum para Desenvolvimento de Fornecedores	Implantação do Sistema de Gerenciamento Ambiental Natura	Transportadora Americana	Karina Aguilar	20/5/04	Americana/SP	Cerca de 150 funcionários e fornecedores da Transportadora Americana
Curso para Gestores	Natura e Responsabilidade Corporativa	Escola Superior de Propaganda e Marketing	Nelmara Arbex	20/5/04	São Paulo/SP	Cerca de 30 gestores de empresas
Curso para Gestores	Relatório Anual Natura	Fundação Getúlio Vargas – SP	Nelmara Arbex	26/5/04	São Paulo/SP	Cerca de 30 gestores de empresas
Mobiliza Amazônia 2004 – Seminário de Mobilização de Recursos para Organizações da Sociedade Civil	Mobilização de Relações e de Vocação – A Experiência da Natura	Ashoka Empreendedores Sociais e Câmara Setorial de Responsabilidade Social da Associação Comercial do Pará	Guilherme Leal	28/5/04	Belém/PA	Cerca de 300 participantes, entre empreendedores sociais, pequenos empresários, representantes da sociedade civil organizada, especialistas em terceiro setor, comunidade e público em geral
V Ciclo de Palestras da Universidade Federal de São Carlos	Natura e Responsabilidade Social	Universidade Federal de São Carlos	Isabel Ferreira	31/5/04	São Carlos/SP	Cerca de 400 estudantes dos cursos de engenharia de produção, psicologia, ciências sociais, entre outros
VI Semana de Meio Ambiente	Caso Nacional de Reuso de Água	Federação das Indústrias do Estado de São Paulo – Departamento de Meio Ambiente	Eliane Anjos	1/6/04	São Paulo/SP	Cerca de 300 representantes do setor industrial, governo, associações de classe e entidades do terceiro setor
VI Semana de Meio Ambiente	Indicadores de Desempenho Ambiental	Federação das Indústrias do Estado de São Paulo – Departamento de Meio Ambiente	Eliane Anjos	3/6/04	São Paulo/SP	Cerca de 300 representantes do setor industrial, governo, associações de classe e entidades do terceiro setor
Comitê de Jovens Executivos da Câmara de Comércio de Campinas	Case Responsabilidade Social Natura	Câmara Americana de Comércio – Campinas	Giuliana Ortega	8/6/04	Campinas/SP	Cerca de 35 jovens executivos
II Seminário de Responsabilidade Social Unimed	A Natura e o Meio Ambiente	Unimed	Karina Aguilar	24/6/04	Atibaia/SP	Cerca de cem funcionários da Unimed e convidados
Encontro Internacional sobre Responsabilidade Social Corporativa	Responsabilidade Corporativa	Bureau Veritas	Itamar Correia da Silva	7/7/04	São Paulo/SP	Cerca de 400 executivos, em especial da área de qualidade
Encontro mensal sobre Responsabilidade Social – O Olhar da Natura	Responsabilidade Social – O Olhar da Natura	Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas	Pedro Passos	28/7/04	São Paulo/SP	Cerca de 20 empresários de diversos setores
Seminário Educação e Gestão Ambiental	A Natura e o Meio Ambiente	Faculdade de Ciências Farmacêuticas de Ribeirão Preto – Universidade de São Paulo (FCFRP – USP)	Eliane Anjos	10/8/04	Ribeirão Preto/SP	Cerca de 200 estudantes de graduação e pós-graduação, professores e funcionários da FCFRP e demais unidades do campus da USP – Ribeirão Preto (medicina, enfermagem, odontologia, filosofia, economia e administração)
Comitê de Meio Ambiente	Do Projeto à Prática da Sustentabilidade – Tecnologias Ambientais Implantadas na Construção do Novo Espaço	Câmara Americana de Comércio – São Paulo	Eliane Anjos	11/8/04	Cajamar/SP	Cerca de 50 participantes, entre eles diretores, gerentes, técnicos de meio ambiente de indústrias, advogados, membros de outras câmaras de comércio, representantes do governo, entre outros
Seminário Gestão Socialmente Responsável	A Adesão à Responsabilidade Social dos Investidores, Fundos de Pensão e de Investimentos	Federação das Indústrias do Estado de São Paulo, Centro das Indústrias do Estado de São Paulo e Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social	Rodolfo Witzig Guttilla	11/8/04	São Paulo/SP	Cerca de 100 participantes, entre empresários e profissionais da área de responsabilidade social
XXIV Seminário Nacional da Propriedade Intelectual	Debate Biodiversidade e Propriedade Intelectual	ABPI – Associação Brasileira de Propriedade Intelectual	Antônio Siqueira	17/8/04	Brasília/DF	Cerca 250 pessoas, entre advogados e técnicos da área de propriedade intelectual
Reunião Apimec SP	Apimec Natura	Apimec SP – Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais de São Paulo e Natura	Pedro Passos, David Uba e Helmut Bossert	18/8/04	Cajamar/SP	160 participantes entre analistas de mercado de capitais, investidores e outros
III Fórum Empresarial – Fundamentos da Excelência	Excelência em Gestão e Responsabilidade Social	Fundação para o Prêmio Nacional da Qualidade	Pedro Passos	18/8/04	São Paulo/SP	18 conselheiros da Fundação para o Prêmio Nacional da Qualidade

Evento	Palestra	Organização/Solicitante	Palestrante	Data	Local	Público
I Fórum de Gestão Ambiental em Plantas Industriais	Análise de Ciclo de Vida como Ferramenta da Gestão Ambiental	Editora Caju	Eliane Anjos	23/8/04	São Paulo/SP	Cerca de 30 participantes – diretores, gerentes e técnicos de Meio Ambiente de diversas indústrias
Fórum Empresarial Sustentabilidade e Responsabilidade Corporativa	Sustentabilidade e Responsabilidade Corporativa	Centro de Estudos em Sustentabilidade e Fundação Getúlio Vargas	Rodolfo Witzig Guttilla	24/8/04	São Paulo/SP	Cerca de 120 participantes, entre profissionais do setor privado e entidades da sociedade civil
5ª Semana de Palestras da Faculdade de Ciências Sociais e Aplicadas da Universidade do Vale do Paraíba	A Importância da Responsabilidade Social para as Empresas	Universidade do Vale do Paraíba	Giuliana Ortega	26/8/04	São José dos Campos/SP	Cerca de 240 estudantes do curso de ciências sociais
Fórum sobre análise e ações afirmativas de gênero em empresas	Desafios sobre Gênero na Natura	ABN-Amro e Itaipu Binacional	Nelmara Arbex	3/9/04	São Paulo/SP	Representantes de dez empresas com foco no tema
II Encontro Paraense de Comunicação Empresarial, Assessoria de Imprensa e Relações Públicas	Responsabilidade e Utilidade Social	Gaby Comunicação	Rodolfo Witzig Guttilla	11/9/04	Belém/PA	Cerca de 180 profissionais da área de comunicação
Comitê de Meio Ambiente	Do Projeto à Prática da Sustentabilidade – Tecnologias Ambientais Implantadas na Construção do Novo Espaço	Câmara Americana de Comércio – Campinas	Eliane Anjos	15/9/04	Campinas/SP	Cerca de 50 participantes entre diretores, gerentes, técnicos de meio ambiente de indústrias, advogados, representantes do governo, entre outros
Semana de Administração da Escola Superior de Propaganda e Marketing	Case Responsabilidade Social Natura	Escola Superior de Propaganda e Marketing	Susy Yoshimura	28/9/04	São Paulo/SP	Cerca de 30 estudantes do curso de Administração
Reunião do Conselho de Cidadania da Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais	Responsabilidade Social – Princípios e Práticas	Fiemg – Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais	Guilherme Leal	4/10/04	Belo Horizonte/MG	Cerca de 40 membros do Conselho de Cidadania Empresarial da Fiemg
Curso Gestão Integrada	Case Responsabilidade Social Natura	Senac SP – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial de São Paulo	Giuliana Ortega e Cristina Pastorello	16/10/04	Cajamar/SP	31 estudantes do curso de mestrado de saúde, segurança e meio ambiente
III Simpósio Multidisciplinar UNIFAI	Responsabilidade Corporativa – Desafio ou Compromisso?	Unifai – Centro Universitário Assunção	Nelmara Arbex	25/10/04	São Paulo/SP	Cerca de 200 estudantes de diversas áreas
Curso para Gestores	Sistema de Gestão de Responsabilidade Corporativa – Uma Experiência da Natura	FGV – Fundação Getúlio Vargas – SP	Nelmara Arbex	4/11/04	São Paulo/SP	Cerca de 30 gestores de empresas e áreas afins
Palestra Natura	Case Institucional Natura	Unip – Universidade Paulista	Helmut Bossert	4/11/04	São Paulo/SP	Cerca de 300 estudantes do curso de administração
Global Summit on Social Entrepreneurship – The Future of Social Entrepreneurship – How Big Can Small Get?	Participação no painel "Lessons from Scaling from Various Models – Organic Growth Model"	The Schwab Foundation for Social Entrepreneurship	Guilherme Leal	5/11/04	São Paulo/SP	Cerca de 500 participantes, entre empreendedores sociais, empresários, representantes da sociedade civil organizada, representantes de organizações multilaterais, representantes de governos e especialistas em terceiro setor
European Conference on Corporate Social Responsibility	Case Natura Ekos	Ministério de Assuntos Econômicos da Holanda	Sonia Tuccori	8/11/04	Maastricht/Holanda	Cerca de 200 participantes, entre líderes empresariais, comunidade e ONGs
5º Congresso Brasileiro de Governança Corporativa	Oferta de Ações e Governança Corporativa – A Experiência da Natura	IBGC – Instituto Brasileiro de Governança Corporativa	Guilherme Leal	8/11/04	São Paulo/SP	Cerca de 380 executivos, entre conselheiros, presidentes e diretores de empresas
Reunião Apimec RJ	Case Natura	Apimec RJ – Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais do Rio de Janeiro – e Natura	David Uba e Moacir Salzstein	11/11/04	Rio de Janeiro/RJ	90 participantes entre analistas de mercado de capitais, investidores e outros
Simpósio sobre Conhecimento Tradicional e Conservação da Agrobiodiversidade	Acesso à Biodiversidade e Repartição de Benefícios	Esalq – Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz	Fernanda Ferraz	11/11/04	Piracicaba/SP	Cerca de 180 acadêmicos de graduação, mestrado e doutorado
Gestão do Conhecimento – Experiências de empresas	Case Responsabilidade Social Natura – Programa de Relacionamento com a Comunidade de Entorno	Associação Internacional de Educação Continuada	Solange Rubio	20/11/04	São Paulo/SP	60 estudantes do curso de administração de empresas
Curso Planejamento e Implementação – Gestão da Responsabilidade Social para o Desenvolvimento Sustentável	Case Relatório Anual Natura	Unieethos	Giuliana Ortega	24/11/04	São Paulo/SP	25 profissionais de diversas empresas
I Seminário de Marketing Financeiro	Responsabilidade Corporativa Natura – a Gestão Ambiental	Federação Brasileira de Bancos	Nelmara Arbex	25/11/04	São Paulo/SP	Cerca de 200 gestores empresariais e profissionais de diversas áreas
10º Fórum de Debates da APP – Associação Paulista de Propaganda	Responsabilidade Social e Comunicação	Associação de Profissionais de Propaganda	Rodolfo Witzig Guttilla	1º/12/04	São Paulo/SP	Cerca de 80 profissionais da área de publicidade e propaganda
Biodiversity and Business in the Amazon: Partnerships between Communities, Corporations and Government	Participação em debate e mesa-redonda	Yale School of Forestry and Environmental Studies	Sonia Tuccori	1º/12/04	Yale, Connecticut – EUA	Cerca de 300 participantes, entre professores, estudantes, antropólogos e pesquisadores da Universidade de Yale

## 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	Eneida Barbare	Representante	
Aberje – Associação Brasileira de Comunicação Empresarial	Rodolfo Guttilla	Presidente do Conselho Deliberativo	2002 / 2005
ABEVD – Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas (www.abevd.org.br)	1. Rodolfo Guttilla 2. Moacir Salzstein 3. Karen Cavalcanti 4. Lucilene Prado 5. Angel Medeiros 6. Lucila Taninaga	1. Presidente 2. Coordenador do Comitê de Pesquisa 3. Coordenadora do Comitê de Comunicação 4. Coordenadora do Comitê de Tributação e Relações Governamentais 5. Membro do Comitê Supply Chain 6. Membro do Comitê de Pesquisa	1. 2003 / 2005
ABIA – Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação (www.abia.org.br)	Ariadne Moraes Vicente de Mello	Representantes	
ABIFTO – Associação Brasileira das Empresas do Setor Fitoterápico e de Produtos para a Promoção da Saúde (www.abifto.org.br)	Ariadne Moraes Vicente de Mello	Representantes	
ABIHPEC – Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumarias e Cosméticos (www.abihpec.org.br)	1. Pedro Luiz Passos 2. Rodolfo Guttilla 3. Moacir Salzstein 4. Lucilene Prado 5. Elizabete Vicentini	1. Vice-Presidente 2. Diretor 3. Representante do Comitê de Comércio Exterior 4. Representante do Comitê Tributário 5. Representante do Comitê da Biodiversidade	1 e 2: Jun 2004 / Jun 2007
ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas (www.abnt.org.br)	Renato Wakimoto	Representante	
ABPI – Associação Brasileira da Propriedade Intelectual (www.abpi.org.br)	1. Eneida Barbare 2. Antonio Siqueira	1. Representante dos Comitês de Direito Autoral/Patentes/Marcas/Transferência de Tecnológico 2. Representante	
ABPVS – Associação Brasileira dos Profissionais de Vigilância Sanitária (www.abpvs.com.br)	Elizabete Vicentini	Representante	
ABQV – Associação Brasileira de Qualidade de Vida (www.abqv.org.br)	1. Plínio Yasbek 2. Luiza Cruz	1. Membro Associado – Fundador 2. Secretária Executiva	
Acelp – Associação de Comunicação Empresarial de Língua Portuguesa	Rodolfo Guttilla	Presidente	Jul 2004 / Jul 2008
Agência de Desenvolvimento de Itapeverica da Serra	1. Rodolfo Guttilla 2. Marcelo Soderi	1. Vice-Presidente 2. Representante	
AIPPI – Association Internationale pour la Protection de la Propriété Intellectuelle (www.aippi.org)	Eneida Barbare	Representante	
Alanac – Associação dos Laboratórios Farmacêuticos Nacionais (www.alanac.org.br)	Ariadne Moraes	Representante	
AMCHAM – Câmara Americana de Comércio de São Paulo (www.amcham.com.br)	1. Pedro Luiz Passos 2. Antônio Siqueira 3. Rodolfo Guttilla 4. Vicente de Mello 5. Eliane Anjos 6. Fábio Piastrelli Mengozzi 7. Elizabete Vicentini 8. Eneida Barbare	1. Membro do Conselho Administrativo 2. Membro do Grupo Estratégico Diretores e VP's Jurídicos 3. Membro de Assuntos Corporativos 4. Membro do Grupo Estratégico Competitividade Brasil/ Diretor do Grupo de Trabalho "Balanced Score Card" Brasil 5. Membro do Comitê de Meio Ambiente 6. Membro do Comitê de Gestão de Relacionamento 7. Membro do Subgrupo Anvisa 8. Membro do Subgrupo Técnico de Propriedade Intelectual	1. 2004 / 2005
Amerco – Associação de Comunicação Empresarial do Mercosul	Rodolfo Guttilla	Presidente	Jul 1999 / Jul 2005
Asociación Civil Peruana de Empresas Vinculadas al Brasil – Grupo Brasil	Erasmus Toledo	Representante	
Anpei – Associação Nacional de P&D das Empresas Inovadoras (www.anpei.org.br)	Elizabete Vicentini	Diretora	Mai 2002 / Mai 2005
Asipi – Asociación Interamericana de la Propiedad Industrial (www.asipi.org)	Eneida Barbare	Representante	
Aspi – Associação Paulista da Propriedade Intelectual (www.aspi.org.br)	Eneida Barbare Antonio Siqueira	Representantes	
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	
Câmara Argentina de la Indústria de Cosmética y Perfumería (Capa)	1. Mauricio Bellora 2. Jelena Nadinic	1. Miembro de la Comisión Directiva 2. Miembro de la Comisión Técnica	
Câmara de Comercio de Lima	Erasmus Toledo Elby Stromeyer	Representantes	
Câmara de Venta Directa da Argentina	Maurício Bellora	Miembro de Comisión Directiva	
Câmara de Venta Directa do Chile	Maurício Pinto	Director de la Cámara	2004 / 2005
Câmara Net – Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico (www.camara-e.net)	Fábio Mengozzi	Representante	
Câmara Peruana de Venda Direta	Erasmus Toledo	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 (www.ciesp.org.br)	1. Guilherme Peirão Leal 2. Itamar Correia da Silva	1. Diretor 2. Conselheiro	1. Set 2004 / Set 2007
CNI – Confederação Nacional da Indústria (www.cni.org.br)	Eliane Anjos	Coordenadora do Conselho Temático de Meio Ambiente	
Comitê de Bacia Hidrográfica do Alto Tietê	Eliane Anjos	Titular da Câmara Técnica de Águas Subterrâneas – CTAS	
Conselho dos Direitos da Criança e do Adolescente de Cajamar	Walkyria Dias	Conselheira da Indústria e Comércio	
Éthos – Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social (www.ethos.org.br)	1. Guilherme Peirão Leal 2. Nelmara Arbex 3. Rodolfo Guttilla	1. Membro do Conselho Deliberativo 2. Titular 3. Suplente	1. Mai 2003 / Mai 2005

Entidade/Associação	Representantes Natura	Tipo de representação	Mandato
Fiesp/NAS – Federação das Indústrias do Estado de São Paulo/Núcleo de Ação Social (www.fiesp.org.br)	1. Pedro Luiz Passos 2. Rodolfo Guttilla 3. Eliane Anjos	1. Delegado Representante do Sipatesp 2. Diretor do Núcleo de Ação Social 3. Representante do Departamento de Meio Ambiente	1. Jun 2001 / Jun 2004 2. Set 2003 / Set 2004
FPNO – Fundação para o Prêmio Nacional da Qualidade (www.fpnq.org.br)	1. Pedro Luiz Passos 2. Roberto Zardo 3. Sophia Segawa 4. Yara Rezende	1. Membro do Conselho Curador 2. Representante nos Comitês Temático de Benchmarking e de Gestão por Processos 3. Representante nos Comitês Temático de Benchmarking e de Gestão por Processos 4. Representante no Comitê de Capital Intelectual e Inovação	1. 2003 / 2005
Funbio – Fundo Brasileiro para a Biodiversidade (www.funbio.org.br)	Guilherme Peirão Leal	Membro Suplente do Conselho Deliberativo	Nov 2001 / Nov 2005
Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança e do Adolescente (www.fundacaoabrinq.org.br)	1. Guilherme Peirão Leal 2. Nelmara Arbex 3. Pedro Villares 4. Susy Yoshimura	1. Membro do Conselho Administrativo 1, 2, 3 e 4. Membro do Comitê Diretor do Programa Crer pra Ver	1. Desde 1992 e desde 1996 2 e 3. Desde 2003 4. Desde 2004
Fundação Getúlio Vargas / Centro de Estudos em Sustentabilidade (www.ces.fgvsp.br)	Nelmara Arbex	Membro do Conselho Consultivo	
G50 – Grupo de Empresários da América Latina	Guilherme Peirão Leal	Membro	
Gife – Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (www.gife.org.br)	Nelmara Arbex	Associada	
GRI – Global Reporting Initiative (www.globalreporting.org)	Nelmara Arbex	Membro do Conselho de Stakeholders	2002 / 2005
Ibfc – Instituto Brasileiro de Executivos de Finanças (www.ibfc.com.br)	Jorge Casmerides	Associado	
IBGC – Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (www.ibgc.org.br)	Lucilene Prado	Representante	
Ibri – Instituto Brasileiro de Relações com Investidores (www.ibri.org.br)	Marcel Goya Helmut Bossert Eduardo Zornoff	Representantes	
Iedi – Instituto de Estudos para o Desenvolvimento Industrial (www.iedi.org.br)	Guilherme Peirão Leal	Membro do Conselho	Set 2000 / Indeterminado
Instituto Akatu (www.akatu.org.br)	Guilherme Peirão Leal	Membro do Conselho Diretor	
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 Guttilla	Representante	
MBC – Movimento Brasil Competitivo (www.mbc.org.br)	1. Maria Helena Zucchi 2. Roberto Zardo 3. Moacir Salzstein 4. Rodolfo Guttilla	1. Representante no Comitê Temático de Inovação 2, 3 e 4. Representantes	
Sipatesp – Sindicato da Indústria de Perfumaria e Artigos de Toucador do Estado de São Paulo	1. Pedro Luiz Passos 2. Rodolfo Guttilla	1. Vice-Presidente e Coordenador do Grupo de Trabalho de Relações Industriais 2. Diretor	1 e 2: Jun 2004 / Jun 2007
Unietos (www.unietos.org.br)	Nelmara Arbex	Membro do Conselho Técnico	
WFDSA – World Federation of Direct Selling Associations (www.wfdsa.org)	Pedro Luiz Passos	Membro do CEO Council	
WWF Brasil (www.wwf.org.br)	Guilherme Peirão Leal	Membro do Conselho Diretor	Dez 2001 / Mar 2006

## Contatos dos Representantes da Natura nas Entidades e Associações

Nome	Função	Email	Telefone
Anna Sant'Anna	Gerente de Tecnologia da Informação	annasantanna@natura.net	55 11 4446 2771
Antonio Siqueira	Diretor Jurídico	antoniosiqueira@natura.net	55 11 4446 2881
Ariadne Moraes	Analista de Assuntos Regulatórios	ariadnemoraes@natura.net	55 11 4446 2806
Eduardo Zornoff	Gerente de Planejamento Mercadológico	eduardozornoff@natura.net	55 11 4147 8670
Elby Stromeyer	Diretora Técnica – Peru	elbystrohmeier@natura.net	51 14 241 2230
Eliane Anjos	Gerente de Meio Ambiente	elianeanjos@natura.net	55 11 4446 2485
Elizabete Vicentini	Gerente Técnico	elizabetevicentini@natura.net	55 11 4446 2850
Eneida Barbare	Gerente de Marcas e Patentes	eneidaberbare@natura.net	55 11 4446 2860
Fernanda Ferraz	Advogada	fernandaferraz@natura.net	55 11 4446 2866
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
Jelena Nadinic	Diretora Técnica – Argentina	jelenanadinici@natura.net	54 11 4545 6059
Jorge Casmerides	Controller de Operações Internacionais	jorgecasmerides@natura.net	55 11 4446 2911
Karen Cavalcanti	Gerente de Comunicação Institucional	karencavalcanti@natura.net	55 11 4446 2530
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 Financeiro	marcelgoya@natura.net	55 11 4446 2713
Marcelo Soderi	Gerente de Marketing	marcelosoderi@natura.net	55 11 4147 8456
Maria Helena Zucchi	Gerente Comercial	mariahelenazucchi@natura.net	55 11 4446 2590
Mauricio Bellora	Diretor da Divisão Sul	mauriciobellora@natura.net	54 11 4545 6665
Mauricio Pinto	Gerente de Operações – Chile	mauriciopinto@natura.net	56 2 620 9200
Meire Stuchi	Controller Brasil	meirestuchi@natura.net	55 11 4446 2810
Moacir Salzstein	Gerente de Planejamento Estratégico	moacirsalzstein@natura.net	55 11 4446 2616
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
Pedro Villares	Diretor de Vendas Brasil	pedrovillares@natura.net	55 11 4147 8331
Plínio Yasbek	Coordenador de Promoção da Saúde	plinioyasbek@natura.net	55 11 4446 2507
Roberto Zardo	Diretor de Qualidade	robertozardo@natura.net	55 11 4446 2280
Rodolfo Witzig Guttilla	Diretor de Assuntos Corporativos	rodolfoguttilla@natura.net	55 11 4446 2561
Sophia Segawa	Coordenadora de Qualidade	sophiassegawa@natura.net	55 11 4446 2772
Susy Yoshimura	Coordenadora do Programa Crer para Ver	susy@natura.net	55 11 4147 8409
Vicente de Mello	Diretor da Flora Medicinal	vicentemello@natura.net	55 11 4446 2501
Yara Rezende	Gerente de Informação	yararezende@natura.net	55 11 4446 2735



indicadores econômicos,  
ambientais e sociais  
global reporting initiative



"Nós somos uma *Organisational Stakeholder* da Global Reporting Initiative (GRI) e apoiamos sua missão de desenvolver diretrizes globalmente aceitas para relatórios de sustentabilidade por meio de um processo participativo de *stakeholders*."

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

Pedro Luiz Barreiros Passos  
Diretor-Presidente

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. Além disso, acata orientações do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social.

Neste Relatório os indicadores passam a incluir informações sobre as operações internacionais. Essas operações são, é importante notar, de natureza comercial. Em razão disso, e do porte dessas operações, seu impacto é bastante diferente do produzido no Brasil. No exterior, alguns dos processos de coleta de informações sociais e ambientais encontram-se em implantação e estarão mais completos nos próximos exercícios.

O ano de 2004 foi, ainda, o primeiro em que o Sistema de Gestão Ambiental e o Sistema de Gestão da Responsabilidade Corporativa foram completamente implantados, o que levou à consolidação de processos internos. Em razão desses avanços, este Relatório apresenta dados mais detalhados e melhor indicação dos pontos a aprimorar. Exemplo do detalhamento dos dados é a nova metodologia de acompanhamento dos investimentos na gestão responsável, organizados por público de relacionamento e resumidos na Matriz de Investimento em Responsabilidade Corporativa (veja página 25).

O quadro de correspondência entre os princípios do Global Compact e os indicadores de desempenho da empresa, reproduzido abaixo, dá visibilidade à contribuição da Natura na promoção dos princípios propostos pela ONU.

Princípios do Global Compact	Indicadores GRI
<b>Direitos Humanos</b>	
I: Apoiar e respeitar a proteção de direitos proclamados internacionalmente.	62, 63, 64, 66
II: Evitar a cumplicidade nos abusos dos direitos humanos.	63, 64
<b>Direitos do Trabalho</b>	
III: Defender a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva.	49, 50, 67
IV: Apoiar a eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório.	69
V: Erradicar efetivamente o trabalho infantil.	68
VI: Eliminar a discriminação no emprego e na ocupação.	60, 61, 66
<b>Proteção Ambiental</b>	
VII: Apoiar uma abordagem preventiva para os desafios ambientais.	13 a 35, 40, 43, 63, 64
VIII: Assumir iniciativas para promover uma maior responsabilidade ambiental.	13 a 16, 19, 23, 24, 32 a 37, 41 a 43
IX: Encorajar o desenvolvimento e a difusão de tecnologias ambientalmente sustentáveis.	17, 22, 35, 36
<b>Contra a Corrupção</b>	
X: Combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e propina.	75

**Esclarecimentos sobre este Relatório podem ser obtidos com:**

José David Vilela Uba, Vice-Presidente de Finanças e Informações	55 11 4446-2701
Rodolfo Witzig Guttilla, Diretor de Assuntos Corporativos e Relações Governamentais	55 11 4446-2561
Site Natura	www.natura.net

**Outras informações podem ser solicitadas por meio de:**

Central de Atendimento Natura	0800-11 55 66
Gerência de Meio Ambiente	55 11 4446-2485
Gerência de Planejamento Econômico	55 11 4446-2713
Gerência de Relações com Investidores	55 11 4446-2180
Gerência de Responsabilidade Corporativa	55 11 4446-2580
Site de Relações com Investidores	www.natura.net/Investidor

Nota: N.A. = Não aplicável; N.D. = Não disponível.

## Indicadores de Desempenho Econômico

Os indicadores deste bloco abrangem as atividades no Brasil e as operações internacionais (Argentina, Chile e Peru), exceto quando indicado no texto.

### Impactos Econômicos Diretos

#### Consumidores

##### 1. Vendas líquidas (R\$ mil).

	2002	2003	2004
Receita líquida	993.139	1.328.910	1.769.664

##### 2. Análise regional de mercado.

A Natura não divulga essa informação.

#### Fornecedores

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

	2002	2003	2004
Custo dos bens, materiais e serviços	679.367	942.240	1.365.906

##### 4. Porcentagem de contratos pagos segundo os termos estabelecidos, exceto disposições acordadas no que tange a penalidades.

	2002	2003	2004
Percentual de contratos pagos em conformidade	99,7%	99,6%	99,6%

#### Colaboradores

##### 5. Total da folha de pagamentos e benefícios (incluindo salários, pensões, outros benefícios e indenização por demissão), agrupados por país ou região (R\$ mil).

	2002	2003 <sup>(1)</sup>	2004
Brasil	143.157	167.088	233.194
Argentina	4.967	4.514	5.066
Chile	3.579	2.620	4.343
Peru	3.368	3.561	4.688
Total Natura	155.071	177.783	247.291

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

	2002	2003	2004
Razão	1,16%	1,16%	0,99%

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

	2002	2003	2004
Investimentos <sup>(2)</sup>	5.618	7.053	7.875

1. Os valores da folha de pagamentos de 2003, divididos por operação, foram corrigidos neste Relatório, pois os dados publicados anteriormente eram preliminares. Ressalta-se que o valor total da folha de 2003 não sofreu alterações.

2. Os critérios para contabilizar os investimentos em educação e treinamento dos colaboradores foram reformulados, ficando mais abrangentes. Para atender aos novos critérios, os valores relativos aos outros exercícios aqui declarados foram alterados, não correspondendo aos publicados nas edições anteriores.

#### Investidores

##### 6. Distribuição para investidores, discriminada por juros sobre dívidas e empréstimos e por dividendos, em todos os tipos de ação, apontando-se qualquer atraso no pagamento de dividendos preferenciais (R\$ mil).

	2002	2003	2004
Juros sobre dívidas e empréstimos	134.004	64.439	33.834
Dividendos e juros sobre o capital próprio <sup>(1)</sup>	14.651	60.331	216.352
Total	148.655	124.770	250.186

1. Os números de 2002 e 2003 referem-se a dividendos e juros sobre o capital próprio da Natura Participações.

##### 7. Aumento ou decréscimo em ganhos retidos ao fim do período (R\$ mil).

	2002	2003	2004
Lucro líquido	21.741	63.884	300.294

#### Setor Público

##### 8. Soma de todos os tipos de imposto já pagos, discriminados por país (R\$ mil).

	2002	2003	2004
Brasil	373.032	490.316	531.346
Argentina	3.077	6.631	9.200
Chile	1.964	2.173	3.156
Peru	1.954	2.964	4.103
Total Natura	380.027	502.084	547.805

##### 9. Subsídios recebidos, de acordo com o país ou a região.

	2002	2003	2004
Subsídios	N.D.	N.D.	N.D.

##### 10. Doações à comunidade, à sociedade civil e a outros grupos, em dinheiro ou espécie, discriminadas por tipo e por grupo.

Com a intenção de apresentar dados mais completos, neste Relatório a Natura informa os valores investidos em responsabilidade corporativa de maneira diferente da adotada nos últimos anos (veja Matriz de Investimentos em Responsabilidade Corporativa – Principais Indicadores, pág. 25).

##### 11. Total gasto no desenvolvimento de infra-estrutura para operações fora da atividade principal.

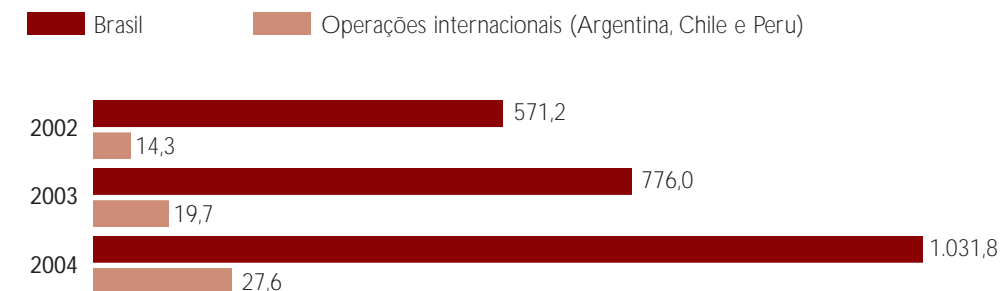
Em 2004 foram investidos na operação brasileira cerca de R\$ 860 mil em ações como: ampliação da capacidade de tratamento de efluentes na Estação de Tratamento de Efluentes de Cajamar; melhorias no sistema de tratamento para aumentar a eficiência na remoção de carga orgânica na Estação de Tratamento de Efluentes de Itapecerica da Serra; melhorias no sistema de drenagem de águas pluviais; instalação de bomba de vácuo para o Núcleo de Aprendizagem Natura, com o objetivo de redução do consumo de energia; instalação de sensores de iluminação; perfuração e instalação de poços para monitoramento de solo; projeto de recomposição florestal e implantação de central de compostagem.

### Impactos Econômicos Indiretos

##### 12. Impactos econômicos indiretos da organização.

Um dos impactos econômicos indiretos mais relevantes da Natura é a riqueza gerada para as 433 mil Consultoras independentes, conforme gráfico abaixo. Da mesma forma, ressalta-se a significativa geração de riquezas para outros públicos, como colaboradores, acionistas e governo (veja Principais Indicadores, página 20).

##### Geração de riqueza<sup>(1)(2)</sup> para Consultoras independentes (R\$ milhões)

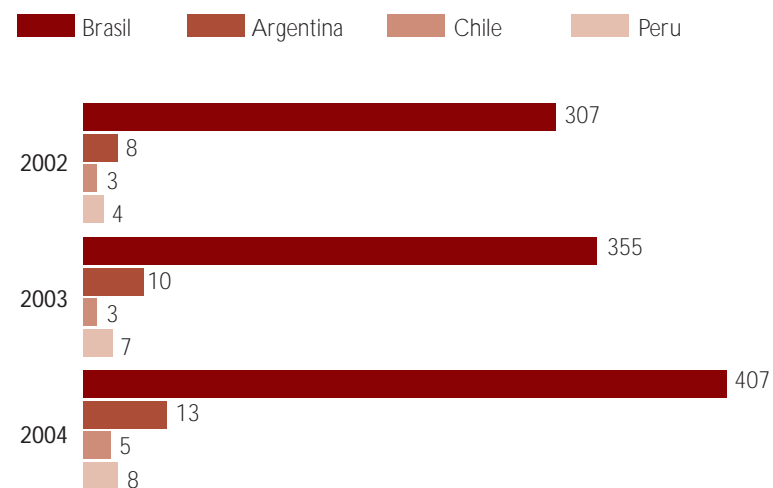


1. Valor estimado com base nos preços de venda sugeridos.

2. Os números de 2002 e 2003 sofreram alterações visando alinhamento com os critérios da Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas, ABEVD.



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



1. Os números referem-se às Consultoras disponíveis – aquelas que passaram pelo menos um pedido nos últimos quatro ciclos de vendas.

### Metas econômicas assumidas no Relatório Anual Natura 2003

Indicador	Meta assumida em 2003	Resultados
10	Arrecadar recursos líquidos no valor de R\$ 2,5 milhões.	☺ Meta atingida. Em 2004 a arrecadação, de R\$ 3 milhões, foi a maior desde a criação do programa e superou em 20% a meta estabelecida para o ano.

## Indicadores de Desempenho Ambiental

As respostas a esses indicadores levam em conta a operação Brasil e as internacionais da Natura (Argentina, Chile e Peru). Vale lembrar que somente em território brasileiro a empresa tem operação produtiva. No exterior, atua com centrais de venda e distribuição de produtos. Isso significa que a operação no Brasil, por seu tamanho e sua complexidade, ainda é o centro dos esforços da empresa. Nas respostas que não explicitarem o país a que se referem, o leitor deve considerar o conteúdo válido para todas as operações.

### Materiais

13. Uso total de materiais por tipo (exceto água).

#### Na operação Brasil

	2002	2003	2004
Consumo de materiais – quilos	N.D.	N.D.	22.736.597
Consumo de materiais – litros	N.D.	N.D.	13.568.344

Nota: A análise dos valores de 2004 mostrou que o sistema de apuração dos números declarados em 2002 e 2003 apresentava vulnerabilidade. Portanto, os números daqueles exercícios não são comparáveis com os de 2004. Por esta razão, os valores dos anos anteriores não estão disponíveis.

#### Nas outras operações

Como as operações no exterior são comerciais, a quantidade de materiais utilizada não é significativa em comparação ao observado na operação industrial no Brasil.

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

#### Na operação Brasil

	2002	2003	2004
Materiais – toneladas	1.590	1.956	2.547

Nota: O número referente a 2004 foi calculado levando-se em conta a média de reaproveitamento de potenciais resíduos dos nossos fornecedores.

#### Nas outras operações

Não se aplica. Trata-se de operações comerciais.

### Energia

15. Consumo direto de energia, segmentado por fonte primária.

#### Na operação Brasil

(joules)	2002	2003	2004
Eletricidade fonte primária <sup>(1)</sup>	$7,54 \times 10^{13}$	$7,47 \times 10^{13}$	$7,9 \times 10^{13}$
Eletricidade autogerada (gerador a diesel)	$6,55 \times 10^{11}$	$5,02 \times 10^{11}$	$2,88 \times 10^{11}$
Óleo diesel utilizado nos geradores	$22,6 \times 10^{11}$	$17,3 \times 10^{11}$	$9,95 \times 10^{11}$
Consumo de GLP <sup>(2)</sup>	$19,4 \times 10^{12}$	$23,5 \times 10^{12}$	$24,65 \times 10^{12}$

	2002	2003	2004
Consumo de energia total – matriz energética (joules) <sup>(3)</sup>	$9,70 \times 10^{13}$	$9,99 \times 10^{13}$	$10,47 \times 10^{13}$
Consumo de energia – matriz energética por unidade vendida (kjoules/unidade) <sup>(3)(4)</sup>	1.025,7	785,2	603,7

1. Mesmo com crescimento de 28% em itens produzidos em 2004, a Natura apresentou eficiência no consumo de energia elétrica, que aumentou em apenas 5,75% (eletricidade de fonte primária) em relação a 2003. Esse resultado deve-se às várias ações de redução, que podem ser contempladas no indicador 17.

2. Poder calorífico: GLP = 11.100 kcal/kg; gasolina = 11.277 kcal/kg (1 kcal/kg = 4.186,8 joules/kg).

3. A matriz energética é composta pela energia total que a Natura utiliza, oriunda das diversas fontes (elétrica, diesel e GLP).

4. Em 2004 alcançou-se uma redução de 23% no consumo de energia por unidade vendida, principalmente em função de economia de escala e implementação de alternativas de redução de consumo.

Meta 2005 Reduzir em 5,5% o consumo relativo de energia.

#### Nas outras operações

Os valores não são considerados significativos em relação à atividade produtiva realizada no Brasil.

16. Consumo indireto de energia.

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

## 17. Iniciativas para utilização de fontes renováveis para aumentar a eficiência da energia empregada.

### Na operação Brasil

Entre as iniciativas para uso racional de energia, a Natura:

- Mapeou os benefícios e a *performance* do sistema de energia solar instalado em 2003 para iluminação do estacionamento e das paradas de ônibus na Rodovia Anhangüera. Além disso, elaborou projeto de expansão do uso de energia solar para aquecimento de água nos restaurantes.
- Realizou estudo sobre Green Building (avaliação quantitativa que utiliza conceitos internacionais para comparar a situação atual com um *benchmark*, com base em quatro critérios: consumo de recursos, cargas ambientais, qualidade do ambiente interno e qualidade dos serviços).
- Efetuou troca do gás refrigerante do sistema de ar condicionado por gás Isceon, que é ecologicamente correto e reduz o consumo de energia elétrica.
- Realizou ações de melhoria de iluminação e instalou sensores de presença em áreas administrativas.
- Efetuou pintura reflexiva na alameda de serviços de Cajamar para reduzir o consumo de energia elétrica do sistema de ar condicionado.
- Manteve a Brigada de Redução de Energia, grupo de colaboradores responsável por identificar possibilidades de economia.

### Nas outras operações

Há iniciativas de aumento de eficiência no uso de energia na Argentina. Em 2005 todas as operações definirão metas nesse sentido.

## 18. Outros usos indiretos de energia (exploração, produção e comercialização) e suas implicações, tais como viagens de negócios, administração do ciclo de vida do produto e uso de materiais que requerem muita energia.

Não disponível. A Natura não tem apurado de forma sistemática o impacto ambiental de encontros e viagens realizados em função das operações.

## Água

### 19. Consumo de água.

#### Na operação Brasil

	2002	2003	2004
Consumo total de água (m <sup>3</sup> ) <sup>(1)</sup>	115.741	110.499	116.367
Consumo de água por unidade vendida (L/unidade) <sup>(2)</sup>	1,22	0,87	0,67

1. Mesmo com crescimento de 28% no número de unidades produzidas, o consumo de água aumentou apenas 5,3% em relação a 2003. Esse resultado se deve ao aumento de reúso de água tratada na rega dos jardins, na limpeza de estruturas metálicas, paredes externas e ruas do Espaço Cajamar, como pode ser constatado no indicador 22.

2. Em 2004 ocorreu redução de 23% no consumo de água por unidade vendida, o que evidencia a eficiência dos processos de produção da empresa e a busca da excelência no gerenciamento dos recursos naturais.

**Meta 2005** Reduzir em 1% o consumo relativo de água.

### Nas outras operações

Os valores não são considerados significativos em relação à atividade produtiva realizada no Brasil.

## 20. Fontes de água e ecossistemas ou *habitats* significativamente afetados pelo consumo de água.

### Na operação Brasil

Por não estar disponível um sistema público de abastecimento, toda a água consumida em Cajamar e na unidade de Itapeverica da Serra provém de poços artesianos locais. A retirada anual de água respeita os critérios de regeneração do lençol freático, observando-se vazão máxima e mínima determinadas durante a perfuração e os testes e utilizando-se o recurso natural de forma sustentável. Além disso, na operação Brasil a Natura vem desenvolvendo diversas ações para reduzir o consumo e ampliar o reúso de água (*sobre estas ações, veja indicadores 19, 21 e 22*).

### Nas outras operações

Os escritórios utilizam água disponibilizada pela rede pública.

## 21. Retirada anual de água de superfície e subterrânea em relação à quantidade anual renovável disponível.

### Na operação Brasil

	2002	2003	2004
Retirada	65,7%	58,2%	70,1%

**Nota:** O aumento de 11,9 pontos percentuais na retirada de águas subterrâneas deve-se, principalmente, ao crescimento da ordem de 28% na produção da Natura e à presença de 481 colaboradores e 3 mil visitantes a mais na unidade de Cajamar. Esse aumento foi parcialmente mitigado pelo maior uso de água tratada na rega dos jardins e na limpeza de estruturas metálicas e paredes externas do Espaço Cajamar.

### Nas outras operações

Não se aplica. Por se tratar de operações comerciais, a Natura não retira água de superfície nem subterrânea, utilizando água da rede pública de distribuição.

## 22. Reciclagem e reutilização total de água.

### Na operação Brasil

	2002	2003	2004
Água reciclada e reutilizada (m <sup>3</sup> ) <sup>(1)</sup>	5.172 <sup>(2)</sup>	20.233	29.065
Porcentagem de reúso sobre o total de água tratada na Estação de Tratamento de Efluentes	16%	29%	39,5%

1. Desde 2002 a Natura reutiliza água tratada (proveniente do seu sistema de tratamento de efluentes) para lavagem de ruas, paredes externas, espelhos d'água e rega de jardins.

2. Em 2002 o total de água reciclada e reutilizada foi de 5.172 m<sup>3</sup>, conforme informado neste Relatório, e não 6.509 m<sup>3</sup>, como consta no Relatório Anual de 2003.

**Meta 2005** Aumentar a taxa de reutilização de água tratada de 39,5% para 49%.

### Nas outras operações

Não se aplica. A Natura não reutiliza água nas operações comerciais.

## Biodiversidade

### 23. Localização e tamanho das terras pertencentes à organização, arrendadas ou administradas por ela 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 no Brasil: Itapeverica da Serra, situada em área de proteção de mananciais, e Cajamar, em área de proteção ambiental, ambas dentro do bioma da Mata Atlântica.

### 24. Descrição dos principais impactos sobre a biodiversidade associados a atividades ou produtos e serviços em ambientes terrestres, de água doce ou marítimos.

A Natura utiliza em seus produtos diversas matérias-primas de origem vegetal na forma de extratos, óleos ou compostos. As áreas de fornecimento dos insumos desenvolvidos com espécies brasileiras ou exóticas cultivadas no país são selecionadas pela Natura com foco em rastreabilidade e sustentabilidade, a fim de assegurar mínimo impacto no meio ambiente.

A conservação da biodiversidade – diversidade genética, de espécies, de ecossistemas e de processos das florestas naturais – é estimulada quando proporciona benefícios e produtos que possam gerar recursos econômicos, não degradando o meio ambiente e fortalecendo relações sociais locais.

Os impactos ambientais provenientes das atividades de manejo florestal são analisados em diversos aspectos:

**Meio biótico<sup>(1)</sup>** – Impacto positivo, considerando que a colheita não ultrapassa a capacidade de suporte da área e ainda pode favorecer a renovação das espécies e, assim, a dinâmica de sucessão florestal<sup>(2)</sup>; contribuição na conservação da diversidade genética mantida pelas populações tradicionais (conservação *on farm*<sup>(3)</sup>).

**Meio físico<sup>(4)</sup>** – Impacto positivo no solo, pois a manutenção da cobertura florestal atua na conservação desse recurso. A retirada de biomassa florestal (colheitas frequentes) causa um impacto negativo na ciclagem de nutrientes<sup>(5)</sup>.

**Meio antrópico<sup>(6)</sup>** – Impacto positivo, principalmente relacionado com a fixação do trabalhador rural, a geração de empregos e a contribuição com o desenvolvimento local. O aspecto cultural é fortalecido, pois se valoriza um complexo de conhecimentos adquiridos pela tradição herdada.

Dois processos são adotados para assegurar o uso sustentável dos recursos naturais: a identificação da origem dos insumos e o programa de certificação de ativos para dois tipos de manejo, o florestal não-madeireiro e o agrícola.

**Manejo florestal não-madeireiro** – Tem como premissa garantir o fornecimento contínuo de matéria-prima e minimizar os impactos ambientais dessa atividade, mantendo a capacidade de produção sustentável.

Uma certificação florestal é estruturada 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, que consideram aspectos sociais, econômicos e ambientais.

**Manejo agrícola** – Privilegia as boas práticas de produção incluindo conceitos agroecológicos.

Uma certificação agrícola é estruturada 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 nessa fase a tipologia dos produtores, a organização da comunidade e o tipo de manejo existente (agrícola ou florestal).

**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.

1. Meio biótico: Flora (vegetação original, banco de sementes no solo, regeneração natural), fauna (vertebrados e insetos) e microrganismos.
2. Sucessão florestal: É um processo de modificação progressiva na proporção e composição dos indivíduos de uma comunidade vegetal até que esta atinja um estado de equilíbrio dinâmico com o ambiente.
3. Conservação *on farm*: É uma estratégia complementar à conservação *ex situ*, caracterizando-se como uma das formas de conservação genética da agrobiodiversidade: apresenta como particularidade o fato de envolver recursos genéticos cultivados pelas populações tradicionais, detentoras de grande diversidade de recursos fitogenéticos e de um amplo conhecimento sobre eles.
4. Meio físico: Ar, recurso hídrico e recurso edáfico.
5. Ciclagem de nutrientes: Movimentos de elementos e compostos inorgânicos, do ambiente aos organismos e destes, novamente, ao ambiente, por meio dos ciclos biogeoquímicos.
6. Meio antrópico: Fixação do trabalhador rural no campo, empregos, desenvolvimento regional, paisagismo.

**Status dos ativos**

Ativos	Estado	FASE I		FASE II		FASE III		Observações
		Início	Final	Início	Final	Início	Final	
Andiroba	Amazonas							Manejo tradicional
<i>Carapa guianensis</i>								
Buriti	Piauí							Manejo tradicional
<i>Mauritia flexuosa</i>								
Cacau	Bahia							Sistema agroflorestal
<i>Theobroma cacao</i>								
Capim-limão	São Paulo							Cultivo
<i>Cymbopogon citratus</i>								
Camomila	Paraná							Cultivo
<i>Chamomilla recutita</i>								
Castanha-do-brasil	Amapá							Manejo tradicional
<i>Bertholletia excelsa</i>								
Copaiba	Amapá							Manejo tradicional
<i>Copaifera spp</i>								
Breu	Amapá							Manejo tradicional
<i>Protium pallidum</i>								
Cumarú	Em avaliação							Manejo tradicional
<i>Dipteryx odorata</i>								
Cupuacu	Rondônia							Sistema agroflorestal
<i>Theobroma grandiflorum</i>								
Guaraná	Bahia							Cultivo orgânico
<i>Paullinia cupana</i>								
Louro-rosa	Amazonas							Manejo tradicional
<i>Aniba ferrea</i>								
Macela	Paraná							Manejo tradicional
<i>Achyroclines satureoides</i>								
Maracujá	Minas Gerais							Cultivo
<i>Passiflora edulis</i>								
Mate verde	Rio Grande do Sul							Manejo tradicional
<i>Ilex paraguariensis</i>								
Murumuru	Amazonas							Manejo tradicional
<i>Astrocaryum murumuru</i>								
Pitanga	São Paulo							Cultivo orgânico
<i>Eugenia uniflora</i>								
Pripioca	Pará							Cultivo
<i>Cyperus articulatus</i>								

**Meta 2005** Do total de 35 espécies nativas ou exóticas obtidas no Brasil, as quais produzem os ativos vegetais utilizados pela Natura (óleos essenciais, óleos fixos e extratos), foi finalizada em 2004 a certificação de oito (23% do total). Em 2005 a meta é incluir mais cinco na fase III do processo de certificação, atingindo o total de 13 certificações (37% do total).

**25. Quantidade total de terras possuídas, arrendadas ou administradas, para atividades de produção ou uso extrativo.**  
A linha Natura Ekos adquire suas matérias-primas vegetais em áreas arrendadas, alugadas ou administradas por comunidades ou produtores rurais. Preocupada com que a exploração seja feita de forma responsável, a Natura procura, além de garantir um modelo de exploração sustentável, caracterizar a importância ambiental dessas áreas.

Em 2004 a empresa não adquiriu nenhuma área adicional para suas atividades produtivas.

**26. Quantidade de superfície impermeável em relação a terras compradas ou arrendadas, em porcentagem.**

**Nas operações Brasil**

Em 2004, em função da construção de novo armazém vertical, houve um pequeno aumento da área construída do Espaço Natura Cajamar, que passou a ser de 81.573 m<sup>2</sup>. Com isso, a superfície impermeável passou a representar aproximadamente 12,6% do total do terreno. No Espaço Itapeperica da Serra não houve mudança de área construída, que se manteve em 14.366 m<sup>2</sup> (aproximadamente 15% do total do terreno).

**Nas outras operações**

Não se aplica.

**27. Impactos de atividades e operações sobre áreas protegidas ou sensíveis.**

Após análise da lista das seis categorias de áreas protegidas da IUCN – The World Conservation Union, identifica-se que duas áreas onde atuam parceiros da Natura respondem às características da sexta categoria, denominada “Recursos manejados em áreas protegidas: áreas protegidas para uso sustentável de ecossistemas naturais”. Esses parceiros são a Reserva Extrativista do Médio Juruá (localizada no Amazonas) e a Reserva de Desenvolvimento Sustentável do Iratapuru (no

Amapá). Ambas são áreas criadas pelos governos federal e estaduais visando a exploração sustentável dos recursos lá disponíveis, gerando riquezas e empregos para as populações locais.

As atividades relacionadas à compra de ativos desenvolvidas em áreas protegidas e sensíveis, citadas no indicador 25, são acompanhadas pelos órgãos ambientais responsáveis (Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis, Ibama, e secretarias de Estado de Meio Ambiente) e estão sendo complementadas pelo programa de certificação. Além da elaboração de planos de manejo, o processo de certificação traz como maior benefício o acompanhamento dos impactos das atividades de manejo tradicional sobre um recurso disponível.

Essas estratégias colaboram para mitigar os impactos negativos e potencializar os positivos. Quanto às suas atividades produtivas, a Natura não evidenciou nenhum impacto ambiental em áreas protegidas e sensíveis em 2004.

**28. Mudanças nos habitats naturais resultantes de atividades e operações e percentual protegido ou restaurado.**

Conforme informações do indicador 27, a Natura não evidenciou nenhum impacto ambiental decorrente de suas atividades e operações em habitats naturais em 2004.

Mesmo assim, desenvolveu no ano um projeto de recomposição florestal dos espaços Cajamar e Itapeperica da Serra. O objetivo é iniciar o plantio de espécies arbóreas nativas a partir de 2005, com o intuito de valorizar e recompor a paisagem natural nas áreas em que a empresa mantém operações (veja mais detalhes no indicador 29).

A elaboração e a execução dos planos de manejo de duas áreas protegidas – a Reserva Extrativista do Médio Juruá e a Reserva de Desenvolvimento Sustentável do Iratapuru – com operações apoiadas pela Natura promovem a restauração do equilíbrio desses ecossistemas.

**29. Objetivos, programas e metas para proteger e restaurar ecossistemas e espécies nativas em áreas degradadas.**

A Natura utiliza ativos oriundos de áreas degradadas e reconhece a importância dos projetos de recuperação como um fator essencial de conservação e manejo do solo. Um dos ativos utilizados pela Natura, o cupuacu, é proveniente de Rondônia, do projeto de Reflorestamento Econômico Consorciado e Adensado, Reca, caracterizado como um sistema produtivo (agroflorestal) que beneficia a recuperação de áreas degradadas e simultaneamente promove a conservação da biodiversidade.

Além disso, a Natura dá preferência ao trabalho com comunidades tradicionais, reconhecendo a importância dessas populações como agentes do processo de conservação da biodiversidade.

**Nas operações Brasil**

Em 2004 a empresa iniciou o Projeto de Recomposição Florestal nos espaços Cajamar e Itapeperica da Serra, onde mantém suas operações, visando a modificar a estrutura da paisagem e aumentar a diversidade de espécies e as relações ecológicas:

- Em Cajamar o objetivo é estabelecer um zoneamento ecológico-econômico (ecozoneamento)<sup>(1)</sup> de uma área verde, atualmente ocupada por eucaliptos provenientes das operações do antigo proprietário do terreno. São consideradas algumas premissas: a conservação dos recursos naturais, a utilização futura para expansão das operações e o aproveitamento da área verde para atividades de educação ambiental. Visando substituir a partir de 2005 parte da floresta plantada, serão utilizadas algumas espécies da flora brasileira, destacando-se a embaúba (*Cecropia pachystachya*), o ipê-amarelo (*Tabebuia chrysotricha*) e a peroba-rosa (*Aspidosperma polyneuron*).
- Em Itapeperica da Serra o propósito é enriquecer uma área verde que já contempla exuberante diversidade de espécies nativas. Dentre as espécies a ser plantadas a partir de 2005 destacam-se a cabreúva (*Myroxylum periferum*), o guapuruvu (*Schizolobium parahyba*) e o jatobá (*Hymenaea courbaril* var. *stilbocarpa*).
- Além desses projetos a Natura promove, por meio de parcerias, os seguintes: Expedição Energia Positiva para o Brasil, Projeto de Educação e Recuperação Ambiental da Mata Atlântica no Vale do Rio Doce, Projeto Canguçu, Jardim Botânico do Rio de Janeiro e Projeto Pomar.

1. Zoneamento ecológico-econômico (ecozoneamento): diz respeito a delimitar geograficamente áreas territoriais para estabelecer regimes especiais de uso, a fim de promover uma harmoniosa integração entre os interesses econômicos, ambientais e sociais.

**Nas outras operações**

Não há iniciativas similares nas outras operações, uma vez que a empresa não mantém áreas próprias de proteção no exterior. Além disso, a política de apoios e patrocínios a projetos de conservação ambiental para outros países não foi definida.

**30. Números de espécies na Lista Vermelha da IUCN com habitats em áreas afetadas pelas operações.**

As duas espécies utilizadas pela Natura que fazem parte da Lista Vermelha da IUCN – The World Conservation Union e da Lista Oficial da Flora Ameaçada de Extinção do Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis, Ibama, são o mate verde (*Ilex paraguariensis*) e a castanha-do-brasil (*Bertholletia excelsa*).

As áreas fornecedoras dessas matérias-primas são certificadas pelo Forest Stewardship Council, FSC, garantindo uma colheita sustentável.

**31. Unidades de negócios operando ou planejando operações em áreas protegidas ou sensíveis ou ao seu redor.**

Conforme informações do indicador 23, a Natura mantém operações em duas regiões de relevância ambiental, em São Paulo: Itapeperica da Serra, situada em local de proteção de mananciais, e Cajamar, em área de proteção ambiental, ambas dentro do bioma da Mata Atlântica. No entanto, suas operações atendem aos requisitos legais aplicáveis e buscam mitigar possíveis impactos ambientais causados pela operação (veja também indicadores 25 e 27).

## Emissões, Efluentes e Resíduos

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

Durante a avaliação de aspectos e impactos ambientais, não foi identificada durante o processo produtivo a existência de fontes significativas de emissões de gases que provocam efeito estufa. No tocante ao modelo de negócio (venda direta), percebe-se que a distribuição de produtos por meio viário é fonte a ser monitorada. Assim, em 2005 será iniciado o processo de apuração dessas emissões atmosféricas, visando conhecer o estágio atual e identificar medidas que possam ser tomadas para minimizá-las.

### 33. Usos e emissões de substâncias destruidoras da camada de ozônio.

	2002	2003	2004
Emissão de substâncias que destroem a camada de ozônio	N.D.	N.D.	N.A.

**Nota:** Foi realizada a troca dos gases HCFC, R12 e R22 (que em 2003 representavam 1% do total de gases utilizados na Natura) por gás Isceon, não prejudicial à camada de ozônio.

### 34. NO<sub>x</sub>, SO<sub>x</sub> e outras emissões atmosféricas significativas, pelo tipo.

#### Na operação Brasil

Em função de 75,5% do consumo de energia da Natura ser proveniente de fonte hidrelétrica e 23,6% do uso de GLP, a emissão de substâncias como NO<sub>x</sub> e SO<sub>x</sub> foi considerada "não-significativa".

#### Nas outras operações

Não se aplica. Como as operações são de natureza comercial, a energia utilizada nesses locais provém da rede pública e a emissão de gases é considerada insignificante.

### 35. Quantidade total de resíduos por tipo e destino (t).

#### Na operação Brasil

##### Tipo de resíduo

	2002	2003	2004
Resíduos de classe I	1.022,08	753,13	909,09
Resíduos de classe II-A	1.626,18	2.501,98	3.225,53
Resíduos de classe II-B	532,98	377,58	832,98

**Nota:** De acordo com a NBR 10004/2004: os resíduos de classe I são os perigosos (produtos cosméticos obsoletos, resíduo ambulatorial e de laboratório e álcool); os de classe II-A são os não-inertes (lodo físico-químico e biológico de estação de tratamento de efluentes, papel, papelão, resíduos de varrição, resíduos orgânicos e resíduos domésticos); e os de classe II-B são os inertes (vidros, metais, plásticos e entulhos).

##### Destinação

	2002	2003	2004
Incinerados <sup>(1)</sup>	5,52%	6,40%	5,43%
Descarregados em aterro <sup>(1)</sup>	31,91%	24,40%	21,20%
Reciclados <sup>(2)(3)</sup>	62,58%	69,20%	73,41%

1. A redução da incineração de resíduos e do envio para aterro foi resultado das ações de priorização da reciclagem.
2. A partir deste Relatório, os dados referentes a resíduos reutilizados e reciclados estão agrupados e os históricos ajustados.
3. O aumento da reciclagem de resíduos em 2004 se deve às ações de melhoria implementadas – envio dos resíduos do restaurante, podas, varrição e lodo biológico para compostagem –, como também à segregação de outros resíduos recicláveis do Espaço Itapeperica da Serra.

	2002	2003	2004
Resíduos sólidos por item vendido (gramas)	2,99	2,92	2,56

**Meta 2005** Reduzir a geração de resíduos por unidade vendida de 2,56 g em 2004 para 2,38 g.

#### Nas outras operações

Os valores não foram considerados significativos em comparação à atividade produtiva, realizada somente no Brasil.

### 36. Descargas significativas na água (especificar por tipo).

#### Na operação Brasil

	2002	2003	2004
Volume total de efluentes tratados (m <sup>3</sup> )	65.647	79.580	82.786

**Nota:** O aumento de 4,03% na descarga de água em 2004, em relação ao ano anterior, deve-se ao crescimento de 28% na produção da Natura, principalmente nas fábricas de xampu e cremes, grandes geradoras de efluentes em seus processos de limpeza.

**Meta 2005** Manter acima de 90% a eficiência média mensal na remoção de carga orgânica do lançamento de efluentes em Itapeperica da Serra, tendo o índice de 80% como o mínimo de eficiência (taxa de remoção requerida por legislação).

#### Nas outras operações

Não se aplica. Como as atividades realizadas nessas operações são de natureza comercial, os escritórios utilizam a rede pública de tratamento de efluentes.

### 37. Derramamento significativo de produtos químicos, óleos e combustíveis pelo número total de ocorrências e pelo volume total.

Em 2004 não houve nenhuma ocorrência de derramamento significativo de produtos ou substâncias químicas que comprometessem a qualidade do solo e das águas superficiais e/ou subterrâneas no sítio produtivo da empresa.

**Nota:** O Plano de Atendimento Natura a Emergências atua no sítio, que fornece, registra e monitora informações que promovam ações corretivas e preventivas. Não foi acionado para atender nenhuma ocorrência de derramamento significativo.

### 38. Outras emissões indiretas relevantes de gases causadores do efeito estufa (CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, NO<sub>2</sub>, HFCs, PFCs e SF<sub>6</sub>) (t)<sup>(1)(2)</sup>

#### Na operação Brasil

	2002	2003	2004 <sup>(3)</sup>
Emissão de CO <sub>2</sub> na distribuição – gasolina	434,33	521,20	N.D.
Emissão de CO <sub>2</sub> na distribuição – diesel	6.633,86	7.960,63	N.D.
Emissão de CO <sub>2</sub> na distribuição – álcool	20,97	25,16	N.D.
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. A Natura entende que as emissões indiretas relevantes de gás são provenientes de sua distribuição. A empresa possui frota terceirizada. Os dados são obtidos por meio do consumo de combustível informado pelas transportadoras para a distribuição dos produtos.

3. Como adotamos uma nova estratégia de transportes em 2004, algumas métricas de consumo de combustível e emissão de poluentes precisam ser reestruturadas, atividade que será priorizada em 2005, já com o novo modelo de transportes estabelecido e consolidado.

#### Nas outras operações

A Natura não fez esse tipo de levantamento com suas transportadoras no exterior.

### 39. Fontes de água (e ecossistemas ou habitats relacionados) significativamente afetadas pela descarga e escoamento de água.

#### Na operação Brasil

O Espaço Natura Cajamar realiza a descarga de seus efluentes no Rio Juqueri, principal afluente da margem direita do Rio Tietê, no estado de São Paulo. 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, artigo 21, e Decreto Estadual 8468/76, artigos 12 e 18). O Espaço Natura Itapeperica da Serra, por se encontrar em área de preservação de mananciais e gerar apenas efluente sanitário, realiza a infiltração no solo, após tratamento em uma estação convencional, que reduz significativamente a carga orgânica do efluente gerado.

#### Nas outras operações

Não se aplica. Como as operações são de caráter comercial e realizadas somente em meio urbano, não há fontes de água afetadas.

#### Fornecedores

### 40. Desempenho dos fornecedores relativo aos componentes ambientais de programas e procedimentos referentes a estrutura de governança e sistemas de gestão.

#### Na operação Brasil

A avaliação do desempenho dos fornecedores com relação às questões críticas para a sustentabilidade tem ocorrido por meio de um programa de relacionamento que teve início em 2003. Em 2004 esse programa passou a se chamar QLICAR, englobando os quesitos de Qualidade, Logística, Inovação, Custo/Contrato, Atendimento e Rastreabilidade. Os quesitos de meio ambiente e responsabilidade corporativa são abordados no aspecto Qualidade.

O objetivo desse programa, também extensivo às transportadoras, é estabelecer um processo de trabalho mais próximo dos fornecedores. A Natura também estabelece com seus fornecedores compromissos em contrato, com cláusulas sobre cumprimento de requisitos ambientais legais.

Além disso, o processo de certificação NBR ISO 14001, concluído no início de 2004 para as operações nos espaços Cajamar e Itapeperica da Serra, orientou a Natura a definir o sistema de gestão de riscos ambientais da companhia e de seus fornecedores. Como um dos resultados desse processo, no mesmo ano a Natura iniciou a avaliação ambiental dos novos fornecedores e dos considerados "críticos ambientais" (fornecedores de matérias-primas e embalagens, prestadores de serviços ambientais, transportadoras com frota a diesel, entre outros). Isso foi feito por meio da análise de toda a documentação relacionada a licenciamento ambiental e dos questionários preenchidos por eles.

Do total de fornecedores analisados:

- 19% foram avaliados como A – atendem entre 90% e 100% dos requisitos.
- 24% foram avaliados como AB – atendem entre 80% e 89% dos requisitos.
- 29% tiveram avaliação B – atendem entre 60% e 79% dos requisitos.

Nenhum fornecedor foi avaliado como C (atendem menos de 60% dos requisitos).

Há ainda 28% dos fornecedores que não foram avaliados, por não terem ainda enviado toda a documentação solicitada. A Natura concentrará esforços em 2005 para obter a documentação restante e concluir a avaliação ambiental. (Veja também: Principais Indicadores Ambientais, pág. 22, e meta assumida no Relatório Anual Natura 2003, pág. 90.)

**Meta 2005** a) Divulgar e praticar os procedimentos do sistema de qualidade estabelecido com os fornecedores. b) Avaliar 100% da documentação de todos os fornecedores "críticos ambientais" e dos novos. c) Dos fornecedores avaliados em 2004, aumentar em 30% os classificados como A.

**Nas outras operações**

A partir de 2005 a Natura estudará iniciativas similares para as outras operações.

**Produtos e Serviços**

**41. Impactos ambientais significativos dos principais produtos e serviços.**

Crescer de modo sustentável implica mudar padrões de produção e consumo. Consciente de que suas embalagens representam um grande impacto no ciclo de vida de seus produtos, a Natura finalizou, em 2002, a primeira etapa do projeto de inventário ambiental de embalagens, por meio do uso da metodologia de Análise de Ciclo de Vida, ACV<sup>(1)</sup>. Em 2003 o projeto de ACV foi inserido no processo formal de lançamentos de produtos da empresa. Em 2004, seguindo um dos procedimentos do Sistema de Gestão Ambiental da Natura, nenhuma decisão de *design* de embalagem para lançamento de produtos foi tomada sem que houvesse uma avaliação do impacto comparativo das alternativas.

Assim, antes de ser lançado, qualquer novo tipo de embalagem é submetido a um estudo preliminar de impacto ambiental pela metodologia de ACV, a fim de se obterem subsídios para a tomada de decisão.

Em 2004 foi criada, dentro da Diretoria de Inovação, a Gerência de Modelo de Impacto Ambiental, que passou a ser responsável pela condução de projetos relacionados com determinação, avaliação e mitigação dos maiores impactos ambientais gerados ao longo do ciclo de vida dos produtos da Natura.

A evolução de alguns indicadores de impacto ambiental é acompanhada mensalmente pela empresa.

Em 2004 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 *portfolio* de produtos com ACV de embalagens calculada e documentada:** A meta para 2004 era de 100% do *portfolio* e a empresa concluiu o ano com 100%.

**Impacto total Natura:** A Natura utiliza em seus estudos de ACV o Inventário de Ciclo de Vida, de bancos de dados disponíveis tratados pela metodologia Eco-Indicator 99<sup>(2)</sup>. A meta da Natura para 2004 era diminuir o impacto ambiental médio das embalagens, reduzindo a média ponderada, medida por unidade de negócio, bem como o valor total, que deveria ser menor ou igual ao de 2003. A análise 2004 *versus* 2003 demonstra que:

- O impacto médio ponderado por unidade vendida diminuiu 1%.
- O impacto total (valor absoluto) aumentou 45%.

O aumento do impacto total se deve principalmente ao crescimento do número de itens vendidos, da ordem de 36%.

1. A Natura utiliza-se do Pensamento de Ciclo de Vida (Life Cycle Thinking), que é fundamentado na Análise de Ciclo de Vida (Life Cycle Assessment) do produto e no conceito de *Design for Environment*, DfE. Trata-se de 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. O DfE (*ecodesign*) orienta sobre a integração sistemática de considerações ambientais no projeto de produtos e processos.
2. Referência bibliográfica: GOEDKOOP, Mark; SPRIENSMA, Renilde: The Eco-Indicator 99 – A *damage oriented method for Life Cycle Impact Assessment*, 2nd edition. Pré Consultants B.V., 2000.

**Meta 2005** a) Garantir que 100% dos produtos lançados tenham suas embalagens analisadas pela ferramenta de Análise de Ciclo de Vida (ACV). b) Reduzir em 2%, em relação a 2004, a média ponderada do impacto ambiental das embalagens dos produtos Natura. c) Definir indicadores de *performance* ambiental para os produtos e colocar informações relativas a esses indicadores nos rótulos. d) Como não há modelo disponível para análise de ciclo de vida de matérias-primas na indústria de cosméticos, a Natura desenvolverá um modelo em 2005. Ele será aplicado à linha de xampus Ekos e submetido a avaliação internacional.

**42. Porcentagem recuperável dos produtos vendidos ao final do seu ciclo de vida e porcentagem efetivamente recuperada.**

**Na operação Brasil**

	2002	2003	2004
Porcentagem recuperável do peso dos produtos vendidos ao fim do seu ciclo de vida	N.D.	N.D.	38% <sup>(1)</sup>
Porcentagem efetivamente recuperada <sup>(2)</sup>	N.D.	N.D.	N.D.

1. De toda a massa de embalagens dos produtos comercializados pela Natura, 97,5% são recicláveis e, portanto, poderiam ser recuperados, tanto no Brasil quanto no exterior. Isso equivale a 38% de toda a massa vendida (conteúdo e embalagem). O conteúdo dos produtos da Natura é rinsável ou de perfumação, não podendo ser reaproveitado ao final de sua vida útil.
2. A empresa não tem um programa para quantificar a porcentagem do que é realmente recuperado.

**Nas outras operações**

Não foram consolidadas informações sobre recuperação de embalagens nos outros países.

**Concordância**

**43. Incidentes ou multas por não-cumprimento das declarações, convenções, tratados internacionais e legislações nacional, regional e local sobre assuntos ambientais.**

	2002	2003	2004
Incidentes ou multas	0	0	0

**Nota:** A Natura não sofreu nenhuma penalidade em 2004 pelo não-cumprimento de requisitos legais aplicáveis à questão ambiental. Através do Sistema de Gerenciamento Ambiental Natura, Sigan, são monitorados na operação Brasil todos os requisitos legais relativos aos aspectos e impactos ambientais significativos. Isso permite uma interação constante entre as áreas para o controle das atividades, prevenindo a empresa contra quaisquer ilegalidades. Além disso, a Natura também monitora o andamento dos projetos de lei, com a criação de fóruns internos de discussão, permitindo uma postura proativa da empresa em relação a situações futuras.

**Transporte**

**44. Impactos ambientais significativos de transporte utilizado.**

A Natura entende que um dos principais impactos ambientais de suas atividades é decorrente da emissão atmosférica proveniente da distribuição de seus produtos.

**Na operação Brasil**

A empresa continua evoluindo na revisão do modelo de transportes, por meio da contratação de transportadoras com frota mais novas (para reduzir o nível de emissões atmosféricas), inspeção do nível de fumaça preta dos veículos contratados, novas definições de roteiro, consolidações de carga e, conseqüentemente, menor número de viagens. O resultado é maior eficácia no uso de combustíveis (*os dados resultantes da emissão de gases na distribuição de produtos da empresa podem ser verificados no indicador 38*).

**Nas outras operações**

A partir de 2005 a Natura definirá, nessas operações, a apuração do impacto ambiental da distribuição de seus produtos.

**Geral**

**45. Total de gastos ambientais e especificação por tipo (R\$ mil).**

A Natura informa os valores investidos em responsabilidade corporativa no Brasil, incluindo os investimentos ambientais relativos a 2004 de maneira diferente da adotada nos últimos anos. A intenção é apresentar dados mais completos. Os valores estão discriminados na pág. 25 deste Relatório.



## Metas ambientais assumidas no Relatório Anual Natura 2003

Indicador	Meta assumida em 2003	Resultados
15	Reduzir em 15% o consumo de energia por itens separados na expedição.	☺ Meta atingida. Em 2004 a Natura obteve redução de 21,3% no consumo relativo de energia por itens separados na expedição, pelas seguintes razões: economia de escala, menor uso de ar-condicionado e implementação de alternativas de redução de consumo.
22	Aumentar de 29% para 39% a porcentagem de reúso de água tratada.	☺ Meta atingida. Foram utilizados 39,5% de água reciclada. O aumento de 10,5 pontos percentuais deve-se, principalmente, ao aumento de reúso de água tratada na rega dos jardins e na limpeza de estruturas metálicas, paredes externas e ruas do Espaço Cajamar.
24	Assegurar fontes sustentáveis para 14 plantas e para oito dessas com certificação em campo (fase III finalizada).	☺ Meta atingida. Foi assegurada fonte sustentável para 14 plantas e também certificadas em campo oito espécies (fase III finalizada).
30	Substituir ou descontinuar o uso da espécie illipê ( <i>Shorea stenoptera</i> ).	☺ Meta atingida. Foi descontinuado o uso da espécie.
35	Reduzir em 5% o valor de resíduos sólidos por item separado (em 2003 a Natura gerava 2,4 gramas de resíduos sólidos por item separado).	☺ Meta atingida. Em 2004 ocorreu aumento de 32% na quantidade de itens separados e de apenas 19% na geração total de resíduos, o que significou redução de 10% no peso de resíduos por item separado.
36	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 Itapeçerica da Serra.	☺ Meta atingida. A eficiência de remoção de carga orgânica do lançamento de efluentes em Itapeçerica da Serra foi aumentada em 11,5%, atingindo-se, no último trimestre, 92,2%.
40	Atendendo ao requisito do Sistema de Gerenciamento Ambiental da Natura, Sigan, serão avaliados 100% da documentação ambiental dos fornecedores cujas atividades podem causar impacto no meio ambiente.	☺ Meta parcialmente atingida. Do total de fornecedores críticos, 60% entregaram a documentação completa, que foi analisada, 29% entregaram somente parte da documentação e 8% estão sendo desativados. A Natura concentrará esforços em 2005 para obtenção da documentação restante e consequente avaliação ambiental.
41	a) Realizar estudo de Análise de Ciclo de Vida (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 por Unidade de Negócio, bem como o valor total, que deve ser menor ou igual ao de 2003.	☺ Meta parcialmente atingida. a) Do total de produtos lançados em 2004, 100% tiveram um estudo de AVC de embalagens e 100% dos produtos comercializados no final do ano já apresentavam estudo de avaliação de ciclo de vida de suas embalagens; b) O grupo foi formado e vem sendo coordenado pelo Comitê de Matérias-Primas, na área de pesquisa e desenvolvimento, para coordenar todos os assuntos da empresa referentes a matérias-primas. Estudos referentes às diferentes classes de matérias-primas estão sendo conduzidos. Já foram levantadas as principais informações a respeito de biodegradabilidade e verificado que não há metodologias padronizadas para algumas classes. c) O impacto médio ponderado por unidade vendida diminuiu 1% e o impacto total (valor absoluto) aumentou 45%. O maior impacto total deve-se principalmente ao crescimento do volume de itens vendidos, da ordem de 36%.

## Indicadores de Desempenho Social

As respostas a esses indicadores levam em conta a operação Brasil e as internacionais da Natura (Argentina, Chile e Peru). Vale lembrar que somente em território brasileiro a empresa tem operação produtiva. No exterior atua com centrais de venda e distribuição de produtos. Isso significa que a operação no Brasil, por seu tamanho e sua complexidade, ainda é o centro dos esforços da empresa. Nas respostas que não explicitarem o país a que se referem, o leitor deve considerar o conteúdo válido para todas as operações.

## Práticas de Trabalho e Trabalho Decente

## Emprego

46. Especificar a mão-de-obra, se possível por região ou país, status (empregados ou não), tipo de emprego (tempo integral ou parcial) e tipo de contrato de trabalho (permanente, por tempo determinado ou temporário).

	2002	2003	2004
<b>Brasil</b>			
Colaboradores	2.641	2.696	3.177
Temporários	88	230	259
Terceiros <sup>(1)</sup>	752	780	1.000
Estagiários	24	13	37
<b>Peru</b>			
Colaboradores	60	72	103
Terceiros <sup>(1)</sup>	7	5	25
Estagiários	0	0	2
<b>Chile</b>			
Colaboradores	54	61	70
Terceiros <sup>(1)</sup>	5	13	24
Estagiários	0	0	0
<b>Argentina</b>			
Colaboradores	129	157	205
Terceiros <sup>(1)</sup>	5	4	2
Estagiários	0	1	0

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

## 47. Criação de empregos e rotatividade, por região ou país.

## Postos de trabalho – Brasil

	2002	2003	2004
Postos de trabalho em Cajamar	1.685	1.681	2.044
Postos de trabalho em Itapeçerica da Serra	956	1.015	1.133
<b>Total</b>	<b>2.641</b>	<b>2.696</b>	<b>3.177</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 Itapeçerica da Serra.

## Geração de empregos e retenção de funcionários

	2002	2003	2004
<b>Brasil</b>			
Empregos gerados no período	-400	55	481
Índice de turnover dos colaboradores	6,04%	6,53%	7,81%
<b>Peru</b>			
Empregos gerados no período	0	12	31
Índice de turnover dos colaboradores	16%	16%	15,53%
<b>Chile</b>			
Empregos gerados no período	-4	7	9
Índice de turnover dos colaboradores	7,40%	7,40%	20,20%
<b>Argentina</b>			
Empregos gerados no período	-5	28	48
Índice de turnover dos colaboradores	N.D.	7,1%	16%

## Oportunidades internas

	2002	2003	2004
Percentual de vagas oferecidas ocupadas por colaboradores	56%	54%	38%

Geração de oportunidades de trabalho – número de Consultoras Natura<sup>(1)</sup> (em milhares)

	2002	2003	2004
Brasil	307	355	407
Argentina	8	10	13
Chile	3	3	5
Peru	4	7	8

1. Os números referem-se às Consultoras disponíveis – aquelas que passaram pelo menos um pedido nos últimos quatro ciclos de vendas.



#### 48. Benefícios de colaboradores além dos previstos por lei.

##### Na operação Brasil

- Programa Natura Educação: subsídio na forma de bolsas universitárias, técnicas e de idiomas para os colaboradores; subsídio por meio de bolsas universitárias e técnicas para filhos de colaboradores; subsídio na forma de vale-transporte e material escolar para os terceiros que desejarem completar o ensino fundamental e o médio.
- Programa Construindo o Futuro: orientação e preparação para aposentadoria e incentivo à poupança; a empresa deposita mensalmente para o colaborador 60% do valor estipulado por ele, que vai de 1% a 5% de seu salário.
- Programa Prosperar: educação financeira para o colaborador.
- Apoio aos colaboradores nos processos de adoção.
- Berçário para filhos de colaboradoras, que inclui crianças de até 3 anos e 11 meses.
- Serviço de pediatria para as crianças do berçário.
- Plano de saúde.
- 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, para prevenção das patologias metabólicas (diabetes, colesterol e triglicérides) e cardiovasculares (hipertensão).
- Serviço de prevenção de patologias ligadas ao trabalho: ortopedia, fisioterapia, reeducação postural global, psicoterapia breve e audiometria, na própria empresa.
- Programa de auto-ajuda para quem pretende parar de fumar.
- Telemedicina (diagnóstico de eletrocardiograma por telefone nos casos de emergência).
- Programa de Saúde da Mulher: atendimento de ginecologista na própria empresa.
- Programa de Relacionamento com Gestante: acompanhamento pré-natal no ambulatório da empresa e curso para gestantes que são colaboradoras, terceiras e esposas de colaboradores. Também se realizam exames laboratoriais, sem custos para colaboradoras e esposas de colaboradores.
- Avaliação física: realizada antes do início de uma atividade física sistemática na academia da empresa.
- Terapias alternativas: acupuntura, na própria empresa.
- Fonoaudiologia.
- Dermatologia.
- Massagens terapêuticas.
- Programa de Reeducação Alimentar: atendimento de nutricionista na empresa.
- Ginástica laboral.
- Academia de ginástica na própria empresa para todos os colaboradores associados ao Clube Natura de Cajamar e de Itapeverica da Serra.
- Centro de Estética no Clube Natura (Cajamar e Itapeverica): serviços de manicure, cabeleireiro, massagem e depilação para colaboradores e terceiros.
- Serviços e facilidades: no espaço de conveniência são oferecidos aos colaboradores serviços de costura, lavanderia, sapataria, ótica, seguros, correio, farmácia e locação de vídeos.
- Assistência funeral.

##### Nas outras operações

As condições públicas de atendimento médico, odontológico e terapêutico difere bastante entre os países. A Natura proporciona assistências complementares de acordo com a realidade local, portanto os benefícios são distintos dos oferecidos no Brasil:

- Argentina: assistência médica empresarial e seguro de vida coletivo.
- Chile: a Natura não oferece benefícios além dos previstos em lei neste país.
- Peru: assistência médica empresarial, convênio odontológico e seguro contra acidentes pessoais.

#### Trabalho e Relações de Administração

#### 49. Porcentagem de colaboradores representados por organizações sindicais independentes ou outros representantes legítimos, ou porcentagem de colaboradores amparados por acordos de negociação coletiva, por região ou país.

##### Na operação Brasil

	2002	2003	2004
Colaboradores representados	100%	100%	100%

**Nota:** O Brasil é signatário das convenções da Organização Internacional do Trabalho, OIT, que determinam a necessidade de existirem organizações sindicais que representem os empregados nas negociações de seu interesse com os empregadores. A Natura segue a legislação pertinente ao tema, que exige que seus colaboradores sejam sindicalizados.

##### Nas outras operações

A Natura segue o estabelecido na legislação dos países em que tem operações.

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

##### Na operação Brasil

**Informação:** As mudanças nas operações são informadas a todos os colaboradores por meio dos veículos de comunicação interna – murais espalhados em pontos estratégicos da empresa, intranet, jornal mensal (*Ser Natura Colaborador*) e *e-mail*. Na intranet há uma página, atualizada periodicamente, com as informações sobre a estrutura organizacional da empresa.

A Natura também divulga informações relevantes sobre mudanças na organização em encontros dos colaboradores com a Presidência, dos quais participam todos os gestores, e nos Encontros Marcados, da alta gestão com suas equipes.

**Consulta:** A possibilidade de mudança é amplamente discutida nos diversos comitês e fóruns de decisão (descritos no indicador 51).

**Negociação:** A Natura estabelece um amplo processo de comunicação e envolvimento com seus colaboradores quando ocorrem grandes mudanças nas operações. Pequenas mudanças são negociadas nos fóruns das áreas.

##### Nas outras operações

Como as operações são menores, os fóruns de informação (mural e intranet), consulta e negociação têm formato bastante simplificado e acontecem na forma de pequenas reuniões.

#### 51. Provisões para representação formal de colaboradores em tomadas de decisão ou na administração, incluindo governança corporativa.

##### Na operação Brasil

Os colaboradores são incentivados a opinar, sugerir e criticar de forma livre. Isso pode ocorrer nos Encontros Marcados ou por outros canais, como o Fale com a Natura (*veja indicadores 50 e 70*).

O Grupo da Qualidade e Redução de Custos tem o objetivo de redução de custos nos processos, produtos e serviços mantendo a qualidade. Todos os colaboradores podem enviar sugestões, para discussão, à área da Qualidade.

Voltada para a área operacional, há a estrutura conhecida por Gerenciamento da Satisfação do Cliente Interno, GSCI, formada por colaboradores legitimamente escolhidos pelos colegas e pela área de 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.

##### Nas outras operações

Como as operações são bem menores, os fóruns têm formato simplificado e acontecem na forma de pequenas reuniões.

#### Saúde e Segurança

#### 52. Práticas sobre registro e notificação de acidentes e doenças ocupacionais e como elas estão relacionadas com o código de prática da OIT sobre registro e notificação de acidentes e doenças profissionais.

##### Na operação Brasil

Todos os acidentes, resultem ou não em afastamento do trabalho, são registrados e contabilizados, além de analisados para que se determinem suas causas e se implementem 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 ou engenheiro de segurança do trabalho, médico do trabalho, chefias, acidentado (se possível), testemunhas, pessoal de manutenção e representantes dos colaboradores na Comissão Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho. O relatório da análise é divulgado às chefias e aos colaboradores para que tomem ciência e promovam a implementação de ações corretivas ou preventivas, o que é discutido nas reuniões da comissão. Há também o Programa Quase Acidente, que registra eventos os quais não causaram nenhuma lesão a colaboradores mas constituíram risco, e por isso também são analisados, implementando-se medidas corretivas ou preventivas. Esse tipo de evento também é divulgado e discutido pelos colaboradores por meio da Comissão Interna de Prevenção de Acidentes. Na Semana Interna de Prevenção de Acidentes, Sipat, realizam-se várias atividades direcionadas tanto à conscientização quanto à prevenção. O objetivo da semana é a mudança de atitude, valorizando-se o comportamento preventivo em todas as situações: no trabalho, em casa e no trânsito. As atividades contemplam palestras, teatro, seminários, jogos e gincanas. A Sipat envolve os colaboradores da Natura e das empresas contratadas.

##### Nas outras operações

Nas operações internacionais, as atividades dos colaboradores são exclusivamente comerciais. Nestas, questões de saúde e segurança são menos críticas do que em sítios produtivos. Não há registro de afastamento por doenças profissionais.

#### 53. Descrição de comitês formais sobre saúde e segurança, incluindo representantes da administração e dos trabalhadores e parcela da mão-de-obra atendida por qualquer um desses comitês.

##### Na operação Brasil

Cada unidade de negócios da Natura possui uma Comissão Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho. Essas comissões seguem as determinações da legislação – Norma Regulamentadora nº 5 da Portaria 3214/78 do Ministério do Trabalho e Emprego – e são assim operacionalizadas:

- Os membros têm mandato de um ano.
- O número de participantes é proporcional ao total de empregados da empresa vinculados ao grau de risco da atividade.
- Metade dos membros é eleita pelos próprios colaboradores, e os sindicatos da categoria são informados e convidados a participar ativamente do processo eleitoral. A outra metade é indicada pela empresa.
- Os membros e os suplentes eleitos possuem garantia de emprego pelo tempo do mandato mais um ano.
- Os membros dessas comissões participam da análise de acidentes, identificam e propõem melhorias para eliminação ou neutralização de riscos, além de auxiliar na divulgação dos conceitos de prevenção e segurança, visando à maior conscientização dos colaboradores.
- Os relatórios e as atas das reuniões ordinárias ou extraordinárias são enviados às chefias e à diretoria e divulgados entre os colaboradores.

##### Nas outras operações

Não se aplica. As atividades são de natureza comercial.

#### 54. Lesões típicas, dias perdidos, índice de absenteísmo e número de óbitos relacionados ao trabalho (incluindo trabalhadores subcontratados).

##### Na operação Brasil

	2002	2003	2004
Número de acidentes com colaboradores (com afastamento)	3	5	6
Número de acidentes com colaboradores (sem afastamento)	8	15	12
Média de acidentes de trabalho por colaborador	0,004	0,007	0,007
Número de acidentes com subcontratados (com afastamento) <sup>(1)</sup>	N.D.	5	16
Número de acidentes com subcontratados (sem afastamento) <sup>(1)</sup>	N.D.	34	7
Absenteísmo	2,83	2,06 <sup>(2)</sup>	3,14
Dias de trabalho perdidos	38	16	57
Investimento na prevenção de doenças por colaborador (R\$)	255,00	285,00	408,00
Investimento na prevenção de acidentes por colaborador (R\$)	56,08	121,05	428,93
Número de comunicações ao Instituto Nacional de Seguridade Social sobre doenças ocupacionais – Cajamar	3 <sup>(2)</sup>	3	2
Número de comunicações ao Instituto Nacional de Seguridade Social sobre doenças ocupacionais – Itapeverica da Serra	N.A.	0	0
Número de comunicações ao Instituto Nacional de Seguridade Social sobre doenças ocupacionais – Santo Amaro <sup>(3)</sup>	5 <sup>(2)</sup>	0	0

1. Os números referem-se a terceiros residentes.

2. Os números da edição 2003 deste Relatório, que apresentavam incorreções em razão de falha no controle interno da área, estão agora corrigidos.

3. A unidade de Santo Amaro foi desativada em dezembro de 2002.

##### Nas outras operações

Esse indicador não se aplica às operações no exterior, uma vez que as atividades são de natureza comercial.

#### 55. Descrição de políticas ou programas (para o ambiente de trabalho ou fora dele) a respeito de HIV/Aids.

##### Na operação Brasil

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

O programa de prevenção e combate à Aids da Natura tem como objetivo fornecer informações para combater a discriminação e a segregação e levar a mudanças de comportamento.

A empresa adota uma política que envolve atendimento e tratamento de colaboradores e seus dependentes soropositivos, além de parceria com órgãos públicos. Periodicamente realizam-se campanhas de prevenção, principalmente no Carnaval, Dia do Trabalho, Dia dos Namorados e Dia Internacional da Luta Contra a Aids (1º de dezembro).

Em 2004 a Natura foi reconhecida pela Joint United Nations Programme on HIV/Aids, Unaid, pela sua contribuição no combate à doença no Brasil.

##### Nas outras operações

A Natura não tem iniciativas similares às descritas nas operações internacionais.

#### 56. Descrição de acordos formais com sindicatos ou outros representantes legítimos dos colaboradores, envolvendo saúde e segurança no trabalho; proporção da força de trabalho amparada por qualquer desses acordos.

##### Na operação Brasil

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 15 dias do auxílio-doença, complementação do auxílio previdenciário, fornecimento de Comunicado de Acidente de Trabalho, 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.

##### Nas outras operações

A Natura respeita a legislação trabalhista dos países onde tem operações.

#### Treinamento e Educação

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

##### Na operação Brasil

	2002	2003	2004 <sup>(1)</sup>
Colaboradores em cargos de produção	41	33	78
Colaboradores em cargos administrativos	19	36	61
Colaboradores em cargos gerenciais	53	66	86
Colaboradores em cargos de diretoria	32	40	68
<b>Total (média de horas/ano/colaborador)</b>	<b>34</b>	<b>37</b>	<b>70</b>

1. Em 2004 esse indicador passou a contemplar também o treinamento do público de promotoras de vendas e o Programa Natura Educação, não considerados em 2002 e 2003.

##### Nas outras operações

Informação não disponível.

#### 58. Descrição de programas para apoiar a continuidade da empregabilidade de colaboradores e para gerenciar fim de carreira.

##### Na operação Brasil

##### Programa Natura Educação

O objetivo do programa é ampliar o acesso dos colaboradores, de seus familiares e de terceiros residentes à educação formal e à capacitação para o trabalho. Foram oferecidas 80 bolsas para cursos técnicos, 90 para cursos de idiomas e 100 para cursos universitários, como subsídio à mensalidade dos participantes (*para saber mais, veja capítulo Destaques do Investimento em Responsabilidade Corporativa, pág 66*).

##### Programa de Educação Executiva

Subsidia até 80% do custo de cursos de MBA e pós-graduação para colaboradores e programas de formação executiva para diretores.

##### Centros de Apoio

Nos processos de reestruturação organizacional, a Natura disponibiliza centros de apoio para os 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 currículo; orientação a respeito de alternativas de recolocação; análise das perspectivas pessoais diante da aposentadoria; facilidades de acesso a novos planos de assistência médica, ao seguro-desemprego e ao Fundo de Garantia por 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.

##### Programa Construindo o Futuro – preparação para a aposentadoria

O programa foi lançado em julho de 2004 com o objetivo de preparar e orientar o colaborador no seu projeto de vida após a aposentadoria. Está dividido em três vertentes: qualidade de vida, planejamento financeiro e extensão de carreira.

O Construindo o Futuro se utiliza das ações já existentes no Programa Natura de Qualidade de Vida, que é voltado para todos os colaboradores. No planejamento financeiro, a empresa lançou para todos os colaboradores a Poupança Incentivada, que os estimula a poupar de 1% a 5% do salário por mês. Ao valor poupado a Natura adiciona 60%. As atividades voltadas à extensão de carreira são destinadas aos colaboradores com mais de 58 anos. O objetivo é apoiá-los na busca por uma segunda carreira, que pode passar pela abertura de uma empresa ou pela atuação em voluntariado, por exemplo. Ao final do ano, 72% dos colaboradores já haviam se inscrito no programa.

##### Nas outras operações

A Natura ainda não promove no exterior programas similares aos que realiza no Brasil. Vale lembrar que as condições do serviço público em relação ao apoio à formação profissional e à preparação para a aposentadoria diferem entre os países.

#### 59. Políticas e programas específicos para gestão de habilidades ou aprendizado para toda a vida.

##### Na operação Brasil

A política da Natura é fornecer aos colaboradores 100% da formação técnica necessária ao exercício das suas funções, bem como apoiar o desenvolvimento pessoal e profissional de todos. Foi desenvolvida uma ferramenta na intranet que contém todas as oportunidades internas ou externas de educação e treinamento, reunidas em um *Guia de Aprendizagem*.

Em 2004 reforçou-se o foco na disseminação do conceito de sustentabilidade. Foi oferecido o programa Desenvolvimento Sustentável – Visão Geral com o objetivo de sensibilizar os colaboradores para a importância do tema, e o programa Desenvolvimento Sustentável – Visão Geral II, específico para gerentes.

Outro foco importante foi o Programa de Meio Ambiente, que treinou aproximadamente 2.000 pessoas, entre colaboradores e terceiros, para atuar em conformidade com os requisitos da NBR ISO 14001. Além disso, os temas ligados ao meio ambiente continuam tendo destaque nos diversos programas de educação corporativa. São abordados desde a integração dos novos colaboradores, terceiros e temporários, estendendo-se às atividades do dia-a-dia organizadas pelos participantes da Comissão Interna de Meio Ambiente.

Há ainda os programas Natura Educação e Educação Executiva, que oferecem oportunidades de aprendizado para toda a vida (*veja indicador 58*); o curso para gestantes, que aborda temas como fisiologia da gravidez, aspectos posturais e emocionais da gestação, amamentação e cuidados com o bebê (*veja indicador 65*); e o Workshop Prosperar – Educação Financeira, que tem como objetivo facilitar e ajudar na administração e no planejamento do orçamento pessoal e familiar dos colaboradores, para quem é disponibilizado treinamento com consultoria externa.

##### Nas outras operações

A Natura ainda não promove no exterior atividades similares a essas. Vale lembrar que as condições do serviço público em relação a apoio para a habilitação e treinamento diferem entre países.

#### Diversidade e Oportunidade

#### 60. Descrição de políticas ou programas de iguais oportunidades, bem como de sistemas de monitoramento para garantir seu cumprimento.

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

##### Na operação Brasil

##### Programa 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 dos seus filhos.

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

O programa é constituído pelas seguintes etapas:

- Revisão dos postos de trabalho das diversas áreas em conjunto com entidades especializadas.
- No processo de contratação, as áreas de Recrutamento e Seleção, Ergonomia e Serviço Social fazem, em conjunto, a avaliação do tipo de deficiência e da função a ser desempenhada.
- O Serviço Social promove ações de sensibilização com o pessoal da área que receberá o novo colaborador, com foco na integração e no tipo de deficiência em relação à autonomia e à dependência.
- Alguns colaboradores desempenham um papel importante e voluntário de "padrinhos", auxiliando na integração dos colaboradores com deficiência e orientando-os sempre que necessário.

Os materiais de treinamento foram adaptados para atender os colaboradores com deficiência. A linguagem de sinais é utilizada nos cursos que têm a participação de deficientes auditivos. Para colaboradores com deficiência visual, disponibiliza-se um *software* de voz.

Durante o ano houve dois cursos de linguagem de sinais para líderes, padrinhos, pessoal do ambulatório, do berçário e de recursos humanos visando à melhoria da comunicação. A empresa também disponibilizou um programa de telefonia para os colaboradores com deficiência visual e instalou telefones públicos para aqueles com deficiência auditiva.

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 pessoas com deficiência, calculada proporcionalmente ao total de colaboradores da empresa. Em 2003 informou, semestralmente, ao Ministério Público as providências no sentido de buscar o cumprimento da reserva. Atualmente, há 114 colaboradores deficientes na empresa (o que corresponde a 3,69% do total de colaboradores). O ajuste firmado com o Ministério do Trabalho determina que em 2005 essa proporção seja de 5%.

### 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.

### Nas outras operações

A Natura não tem iniciativas similares nas outras operações. A partir de 2005 a Bolsa de Oportunidades será global, estendendo-se a todas elas.

## Direitos Humanos

### Estratégia e Administração

61. Composição do corpo diretivo e do grupo responsável pela governança corporativa (incluindo o quadro de diretores), observando-se proporção homem/mulher e outros indicadores de diversidade culturalmente apropriados.

### Na operação Brasil

#### Composição<sup>(1)</sup>

	2002	2003	2004
<b>Total de colaboradores</b>	<b>2.641</b>	<b>2.696</b>	<b>3.177</b>
<b>Portadores de deficiência<sup>(2)</sup></b>			
Percentual em relação ao total de colaboradores	2,2%	3,9%	3,6%
Percentual em cargos gerenciais em relação ao total de cargos gerenciais	0	0	0
Percentual em cargos de diretoria em relação ao total de cargos de diretoria	0	0	0
<b>Mulheres</b>			
Percentual em relação ao total de colaboradores	62%	62,4%	62%
Percentual em cargos gerenciais em relação ao total de cargos gerenciais	55,2%	56,4%	53,75%
Percentual em cargos de diretoria em relação ao total de cargos de diretoria	10%	16,7%	17,64%
<b>Mulheres negras e pardas<sup>(3)(4)</sup></b>			
Percentual em relação ao total de colaboradores	N.D.	N.D.	12%
Percentual em cargos gerenciais em relação ao total de cargos gerenciais	N.D.	N.D.	0,05%
Percentual em cargos de diretoria em relação ao total de cargos de diretoria	N.D.	N.D.	0
<b>Homens negros e pardos<sup>(3)(4)</sup></b>			
Percentual em relação ao total de colaboradores	N.D.	N.D.	11,33%
Percentual em cargos gerenciais em relação ao total de cargos gerenciais	N.D.	N.D.	0,07%
Percentual em cargos de diretoria em relação ao total de cargos de diretoria	N.D.	N.D.	0
<b>Acima de 45 anos</b>			
Percentual em relação ao total de colaboradores	9%	9,2%	11%
Percentual em cargos gerenciais em relação ao total de cargos gerenciais	8,2%	7,9%	12%
Percentual em cargos de diretoria em relação ao total de cargos de diretoria	40%	25%	23,53%

### Perfil de salários (R\$)<sup>(5)</sup>

	2002	2003	2004
<b>Mulheres – total<sup>(6)</sup></b>			
Salários médios mensais em cargos de produção	770,66	860,64	824,00
Salários médios mensais em cargos administrativos	3.052,59	3.608,05	4.330,00
Salários médios mensais em cargos gerenciais	7.494,96	8.872,45	9.901,00
Salários médios mensais em cargos de diretoria	N.A.	N.D.	23.272,00
<b>Homens – total<sup>(6)</sup></b>			
Salários médios mensais em cargos de produção	991,38	1.088,90	1.084,00
Salários médios mensais em cargos administrativos	2.660,40	3.177,31	4.068,00
Salários médios mensais em cargos gerenciais	9.055,62	9.979,63	11.059,00
Salários médios mensais em cargos de diretoria	26.733,04	34.081,84	33.084,07 <sup>(4)</sup>
<b>Mulheres negras e pardas</b>			
Salários médios mensais em cargos de produção	N.D.	N.D.	900,00
Salários médios mensais em cargos administrativos	N.D.	N.D.	4.509,00
Salários médios mensais em cargos gerenciais	N.D.	N.D.	10.956,00
Salários médios mensais em cargos de diretoria	N.D.	N.D.	N.A.
<b>Mulheres não-negras e não-pardas</b>			
Salários médios mensais em cargos de produção	N.D.	N.D.	868,53
Salários médios mensais em cargos administrativos	N.D.	N.D.	4.482,75
Salários médios mensais em cargos gerenciais	N.D.	N.D.	9.409,60
Salários médios mensais em cargos de diretoria	N.D.	N.D.	23.272,30
<b>Homens negros e pardos<sup>(7)</sup></b>			
Salários médios mensais em cargos de produção	N.D.	N.D.	1.071,00
Salários médios mensais em cargos administrativos	N.D.	N.D.	3.211,00
Salários médios mensais em cargos gerenciais	N.D.	N.D.	10.153,00
Salários médios mensais em cargos de diretoria	N.D.	N.D.	N.A.
<b>Homens não-negros e não-pardos<sup>(7)</sup></b>			
Salários médios mensais em cargos de produção	N.D.	N.D.	1.148,87
Salários médios mensais em cargos administrativos	N.D.	N.D.	4.713,93
Salários médios mensais em cargos gerenciais	N.D.	N.D.	10.938,06
Salários médios mensais em cargos de diretoria	N.D.	N.D.	33.084,07

1. A origem racial dos colaboradores foi estabelecida por autotranscrição. Utilizou-se a classificação de raça definida pelo IBGE, por ser a única oficialmente disponível no país: "raça: branca, amarela, indígena, preta ou parda". Sob a denominação "não-negros e não-pardos" está a soma do número de colaboradores que assinalaram as alternativas branca, amarela ou indígena. A empresa reconhece que essa forma de classificar raça não atende às reivindicações de diversos movimentos sociais do país.

2. O número total de colaboradores com deficiência elevou-se de 105 para 114. A meta para 2005 é atingir 5% de portadores de deficiência com relação ao total de colaboradores.

3. A reclassificação de raça foi feita em dezembro de 2004. Os registros de 2002 e 2003 não estavam corretos.

4. Independentemente do gênero, o percentual de colaboradores que se autotranscreveram como "negros" ou "pardos" em relação ao total é praticamente o mesmo. Dentro do nível gerencial, a proporção de negros e pardos é bastante baixa. A Natura considera essa uma questão que exigirá planos de ação específicos que ainda não foram definidos.

5. Foram considerados para efeito de cálculo desse indicador os prêmios pagos aos gerentes de vendas e às promotoras de vendas.

6. Na área de produção, que contém sete níveis salariais, a diferença de média salarial entre homens e mulheres é consequência do fato de que 98,5% das mulheres estão nos níveis salariais 1, 2 e 3 (mais baixos), enquanto a proporção de homens nesses patamares é de 79,8%. Os cargos de eletricitista, manipulador, mecânico, preparador de máquina e torneiro mecânico, em que os salários são mais elevados, são ocupados predominantemente por homens, seguindo padrão social dessas funções. No grupo gerencial, que contém seis níveis salariais, a diferença de média entre homens e mulheres é consequência do fato de que 71,2% das mulheres estão nos três níveis gerenciais mais baixos enquanto 51% dos homens se encontram nestas faixas.

7. No grupo administrativo, que contém 15 níveis salariais, verificou-se uma diferença de média salarial entre os homens negros ou pardos e os outros. O grupo de homens não-negros ou não-pardos concentra 39,4% dos colaboradores nos cinco níveis mais altos, enquanto o outro grupo contém 30% dos colaboradores nas cinco faixas superiores.

**Meta 2005** Atingir a proporção de 5% de colaboradores portadores de deficiência em relação ao total de colaboradores.

### Nas outras operações

Informação não disponível. A Natura pretende apresentar esses dados em 2005.

### 62. Descrição de políticas, diretrizes, estrutura corporativa e de procedimentos para lidar com todos os aspectos de direitos humanos relevantes às 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, sem distinção de raça, cor, sexo, língua, religião, origem étnica ou social. Suas diversas políticas e práticas – por exemplo, a Política de Recursos Humanos – contemplam o direito à vida, à liberdade, à segurança pessoal, coíbem o trabalho infantil e garantem a liberdade de reunião e de associação. Contemplam também condições equitativas de trabalho e de salário e proteções sociais, como alimentação e assistência médica, especiais para a maternidade e a infância. Em seus documentos institucionais, a Natura explicita os compromissos com os colaboradores, entre os quais merecem destaque: estimular a diversidade e respeitar a individualidade; aperfeiçoar as relações e as formas de trabalho; investir na educação e no treinamento dos colaboradores; garantir a absoluta segurança das 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. Todos têm como item das suas avaliações de desempenho o alinhamento de seu comportamento profissional com os princípios da empresa.

A Natura é uma das primeiras organizações brasileiras signatárias do Pacto Global, 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, meio ambiente e combate à corrupção. A Natura assume publicamente o compromisso com os princípios propostos por essa iniciativa.

Em 2004 a Natura buscou divulgar internamente e em seu canal de vendas os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio. Eles foram assunto de materiais de comunicação feitos para colaboradores e Consultoras.

**63. Evidência de consideração dos impactos sobre os direitos humanos como parte de investimentos e tomadas de decisão de compra, incluindo a seleção de fornecedores ou contratados.**

#### **Na operação Brasil**

##### **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. Exige que o vínculo empregatício dos colaboradores da contratada esteja perfeita e legalmente registrado, de acordo com a Consolidação das Leis do Trabalho. Isso também é realizado para prestadores de serviços eventuais.

##### **Contratos com fornecedores**

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

#### **Nas outras operações**

A Natura não tem iniciativas similares nas outras operações.

**64. Descrição de políticas e procedimentos para avaliar e abordar o desempenho em direitos humanos dentro da cadeia de fornecedores e contratados, incluindo sistemas e resultados de monitoramento.**

#### **Na operação Brasil**

##### **Qualificação de novos fornecedores**

A Natura adota processo de qualificação de novos fornecedores, que são avaliados conforme questionário específico. O processo inclui questões de responsabilidade social.

##### **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. Outros quesitos serão agregados a partir de 2005.

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

A Natura estabelece com seus fornecedores de ativos vegetais que a extração não comprometa o equilíbrio ambiental, que não haja trabalho infantil e que as tradições e o estilo de vida das comunidades sejam preservados, além da garantia de uma parceria justa e equitativa.

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 (*veja capítulo Destaques do Investimento em Responsabilidade Corporativa, pág. 66, e indicador 24*).

#### **Nas outras operações**

Em 2005 a Natura pretende desenvolver iniciativas similares às realizadas no Brasil.

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

#### **Na operação Brasil**

A Natura realizou em 2004 algumas atividades de sensibilização de colaboradores sobre temas relacionados com o respeito aos direitos humanos, conforme detalhado abaixo.

**Amamentação** – A consciência sobre a importância da amamentação faz parte do conteúdo do curso de gestantes, realizado duas vezes ao ano. Anualmente, são treinadas cerca de 40 gestantes, entre colaboradoras, esposas de colaboradores, terceiras, esposas de terceiros e mulheres da comunidade local.

**Acolhimento de pessoas com deficiência** – A Natura já adotava a política de contratação de pessoas com deficiência antes mesmo de ela ser obrigatória por lei. O acolhimento dessas pessoas é planejado desde antes da admissão. A avaliação das atividades que elas irão desempenhar e das áreas em que serão alocadas é feita por uma instituição especializada em pessoas com 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 Seleção, Ergonomia e Serviço Social participam do processo de seleção, de forma a avaliar se a deficiência impede o desempenho da atividade. Quando da contratação, o Serviço Social atua na sensibilização das áreas que receberão o colaborador com deficiência e na adaptação dele ao ambiente de trabalho (*veja indicador 60*).

Para facilitar a comunicação com os colaboradores com deficiência auditiva, 70 colaboradores ouvintes foram formados em 2004 para o curso de Libras (de Língua Brasileira de Sinais, ou "linguagem de sinais").

#### **Nas outras operações**

Em 2005 a Natura pretende desenvolver iniciativas similares às realizadas no Brasil.

#### **Não-Discriminação**

**66. Descrição de política global e procedimentos ou programas que previnam todas as formas de discriminação, incluindo sistemas de monitoramento e resultados.**

Veja indicador 60.

#### **Liberdade de Associação e Negociação Coletiva**

**67. Descrição da política de liberdade de associação e a extensão pela qual essa política é universalmente aplicada, independentemente das leis locais, bem como descrição de procedimentos ou programas para tratar do assunto.**

A Natura valoriza toda forma de expressão de cidadania e democracia, reconhecendo 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 técnicos 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 acompanhado pelo sindicato.

#### **Trabalho infantil**

**68. Descrição de políticas que excluam o trabalho infantil, conforme definido pela convenção 138 da OIT, e das evidências da determinação e aplicação dessas políticas, bem como a descrição de procedimentos ou programas para tratar do assunto, incluindo sistemas de monitoramento e resultados.**

#### **Na operação Brasil**

A empresa respeita o Estatuto da Criança e do Adolescente, que proíbe o trabalho infantil, e inclui esse preceito em cláusula dos contratos com todos os fornecedores. Além disso, é filiada e parceira da Fundação Abrinq, organização não-governamental de defesa dos direitos das crianças, e possui o Selo Empresa Amiga da Criança, outorgado por essa instituição.

Para qualificação e certificação de fornecedores em qualidade assegurada, realiza-se uma avaliação que inclui, entre outros tópicos, a questão do trabalho infantil.

#### **Nas outras operações**

A empresa cumpre a legislação dos locais em que tem operações.

#### **Trabalho forçado e compulsório**

**69. Descrição de políticas para prevenir o trabalho forçado e compulsório e das evidências da aplicação dessas políticas, bem como descrição de procedimentos ou programas para tratar do assunto, incluindo sistemas de monitoramento e resultados.**

#### **Na operação Brasil**

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.

#### **Nas outras operações**

A empresa cumpre a legislação dos locais em que opera.

#### **Práticas de disciplina**

**70. Descrição de políticas de não-retaliação e de sistema efetivo e confidencial de recebimento das queixas dos colaboradores (incluindo seus impactos sobre os direitos humanos).**

#### **Na operação Brasil**

A Natura disponibiliza para seus colaboradores diversos canais de comunicação com a empresa, para que eles possam encaminhar suas sugestões, queixas ou reclamações e para que elas 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, o qual permite a livre expressão de dúvidas, elogios, reclamações, solicitações, críticas e sugestões, que podem ser enviadas a um endereço eletrônico. Cada área é responsável pela resposta ao tema que foi questionado ou proposto.

Outro canal de comunicação importante é o Gerenciamento de Satisfação do Cliente Interno, GSCL, criado para monitorar as ações da pesquisa anual de clima organizacional. Os colaboradores que participam desse grupo são eleitos por seus colegas de trabalho. Nos encontros do GSCL, levam sugestões, críticas e propostas.

**Meta 2005** a) Desenvolver um código de relacionamento. b) Criar uma ouvidoria Natura.

#### **Nas outras operações**

A Natura não tem iniciativas similares nas outras operações.

#### **Práticas de Segurança**

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

#### **Na operação Brasil**

Toda a equipe de segurança passa por um curso de formação de 120 horas de duração que abrange, entre outros conteúdos, questões de ética, disciplina e direito penal. Além disso, recebe periodicamente treinamentos de reciclagem.

#### **Nas outras operações**

Informação não disponível.

#### **Direitos Indígenas**

**72. Descrição de políticas, diretrizes e procedimentos para tratar das necessidades de indígenas.**

A Natura não desenvolve atividades com povos indígenas, mas reconhece e respeita as diferentes culturas e os direitos dos diversos grupos socioculturais presentes no território nacional.

## Sociedade

### Comunidade

73. Descrição de políticas para gerenciar impactos sobre as comunidades que vivem em áreas afetadas pelas atividades da organização, bem como descrição de procedimentos ou programas para tratar do assunto, incluindo sistemas de monitoramento e resultados desse monitoramento.

#### Na operação Brasil

##### Comunidades de entorno – Cajamar e Itapeperica da Serra, São Paulo

Criado em 2003, o Grupo de Trabalho Interno Natura Cajamar estruturou-se em quatro frentes de trabalho: educação e capacitação, geração de trabalho e renda, meio ambiente, relacionamento. Em cada uma dessas frentes, foram implementados projetos objetivando aprimorar o relacionamento da Natura com a comunidade de Cajamar e apoiar o desenvolvimento e a implementação de projetos.

O Grupo de Trabalho Interno implementou sete projetos ao longo do ano, com a participação de 16 colaboradores, cerca de 9 mil pessoas da comunidade dos diversos bairros de Cajamar, dez instituições do poder público, cinco instituições não-governamentais e uma empresa fornecedora de serviços.

Em 2004 formalizou-se, também, o Grupo de Trabalho Tripartite (formado pela Natura, Prefeitura de Cajamar e ONG Mata Nativa), por meio da assinatura de um termo de cooperação. O objetivo é promover a articulação de lideranças da sociedade civil e do setor público governamental para planejamento e implantação da Agenda 21 em Cajamar. Um fórum com este fim foi realizado em dezembro de 2004, contando com centenas de participantes da cidade.

Também em 2004 foi criado em Potuverá, bairro de Itapeperica da Serra, um outro grupo de trabalho interno, para aprimorar o relacionamento da Natura com a comunidade. Como em Cajamar, o grupo trabalha projetos em quatro frentes: educação e capacitação, geração de trabalho e renda, meio ambiente, relacionamento.

O grupo implementou sete projetos ao longo do ano, nos quais estiveram envolvidos 60 colaboradores, cerca de 3.100 pessoas da comunidade de Itapeperica, 17 instituições do poder público, 11 entidades não-governamentais e oito empresas parceiras fornecedoras de serviços.

Para formalizar o relacionamento Natura-Comunidade, foi disponibilizada, em dezembro de 2004, uma linha 0800 para os moradores de Potuverá e de Cajamar. Assim se constituiu um canal de comunicação e registro de temas levantados pela comunidade.

O Sistema de Gerenciamento Ambiental Natura também conta com um canal aberto para registro e resposta das comunicações com partes interessadas, incluindo as comunidades de entorno, sobre a questão ambiental.

#### Comunidades fornecedoras

Para acompanhar as condições de cumprimento do contrato de fornecimento estabelecido entre essas comunidades e os fornecedores da Natura (que preparam os ativos provenientes delas), existe um programa de relacionamento que envolve visitas a essas comunidades. Em alguns casos, o programa também promove o desenvolvimento de projetos locais e o acompanhamento para efeito de avaliação de impactos socioambientais.

Laudos antropológicos são feitos segundo as exigências do Conselho de Gestão do Patrimônio Genético, CGEN. Laudos socioambientais estão sendo elaborados com as comunidades do Iratapuru, no Amapá, e do entorno de Belém, no Pará.

Nas áreas de coleta de matérias-primas vegetais, a Natura complementa o monitoramento já existente no processo de certificação do Forest Stewardship Council, FSC, e do Instituto Biodinâmico, IBD.

**Meta 2005** a) Instalar um fórum multipartite que defina linhas para o plano de desenvolvimento de Cajamar, seguindo os princípios da sustentabilidade. b) Constituir um grupo de trabalho tripartite para implantação da Agenda 21 em Potuverá, Itapeperica da Serra. c) Realizar diagnóstico do bairro de Potuverá. d) Relatar impacto socioambiental das atividades da Natura nas comunidades fornecedoras consideradas mais relevantes.

#### Nas outras operações

As operações apresentam projetos sociais locais, que não estão necessariamente ligados ao bairro ou à região onde está localizado o escritório.

**Chile** – A Natura Chile arrecada um fundo para ação social, proveniente da venda de alguns produtos<sup>(1)</sup>. Em 2004 foram obtidos R\$ 22.200, investidos em diversas ações da Escuela Santiago de Guayaquil. Além disso, a Natura Chile doa papel usado para reciclagem à Fundación San José, na ação “Bota por la Vida”.

**Peru** – A Natura Peru realiza doações periódicas de equipamentos de informática (não envolve gastos).

**Argentina** – A Natura Argentina desenvolve um projeto de voluntariado, que promove visitas periódicas a um orfanato local. Em 2004 foram gastos R\$ 6.205 nesse projeto.

1. Tarjeta Navidad, Caja de Regalo, Bolsa Plástica, Kit Tarjeta Visita, Bolsa Regalo Grande, Bolsa Natura Blanca Grande, Bolsa Natura Blanca Mediana, Bolsa Natura Blanca Chica.

#### 74. Prêmios recebidos que sejam relevantes para o desempenho social, ético e ambiental.

Reconhecimento	Organização	Objetivo	Categoria premiada	2002	2003	2004
As Empresas Mais Admiradas do Brasil	Revista <i>CartaCapital</i> e <i>InterScience</i>	Reconhecer as organizações que mais se destacaram por comportamento ético, compromisso social, responsabilidade ambiental e consciência cidadã.	Empresa mais admirada do setor	2º	1º	1º
As Melhores de Dinheiro	Revista <i>ISTO É Dinheiro</i> e Deloitte	Mostrar ao mercado as melhores organizações empresariais em gestão do país, com base em indicadores de sustentabilidade financeira, recursos humanos, inovação, meio ambiente e responsabilidade social.	Higiene, Saúde e Cosméticos	3º	2º	1º
As Melhores Empresas para Você Trabalhar na América Latina	Great Place to Work Institute	Destacar empresas que foram referência nas edições das Melhores Empresas para Você Trabalhar em países da América Latina onde o Great Place to Work Institute realiza a pesquisa.	Uma das 100 melhores empresas para trabalhar na América Latina			

Reconhecimento	Organização	Objetivo	Categoria premiada	2002	2003	2004
As Três 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	
Eleição da Marca que Mais Respeita o Consumidor	Rádio Bandeirantes e Omni Marketing	Eleger as 11 marcas mais lembradas pelos ouvintes no quesito “respeito ao consumidor”.				4º
Empresas Mais Desejadas para Trabalhar	Revista <i>Forbes Brasil</i>		Ranking geral Ranking do setor		2º 1º	
<i>Financial Times</i> CEOs World Research	<i>Financial Times</i> e Pricewaterhouse-Coopers	Pesquisa do jornal britânico <i>Financial Times</i> , realizada com 1.000 CEOs 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 utiliza os recursos ambientais em todo o mundo		9º	35º
<i>Guia Exame de Boa Cidadania Corporativa</i>	Revista <i>Exame</i> e Instituto Ethos	A publicação tem como principal objetivo a divulgação das melhores práticas de responsabilidade social empresarial, com base em critérios como abrangência, inovação, sustentabilidade, formação de parcerias e resultados de projetos.	Empresa-modelo em responsabilidade social			
<i>Guia Exame-Você S.A. As Melhores Empresas para Você Trabalhar</i>	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 de 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 150 melhores empresas para trabalhar A melhor empresa para a mulher trabalhar		7º	1º 1º
Las 25 Mejores Empresas para Trabajar en El Peru	Great Place to Work Institute Peru e <i>El Comercio</i>	Destacar as 25 melhores empresas para trabalhar no Peru por meio de pesquisa de clima organizacional.	Uma das 25 melhores empresas para trabalhar			9º
Marcas de Confiança no Brasil	Revista <i>Seleções do Reader's Digest</i>	A pesquisa detecta o vínculo duradouro estabelecido entre os leitores e suas marcas prediletas, com base na forte relação de confiança no produto.	A empresa mais confiável do setor de cosméticos			
<i>Melhores e Maiores de Exame</i>	Revista <i>Exame</i>	Mostrar a mais completa e abrangente radiografia do Brasil corporativo por meio de dados obtidos pelas empresas – crescimento, rentabilidade, saúde financeira, investimentos no imobilizado, participação de mercado e produtividade por empregado.	Farmacêutica, Higiene e Cosméticos			1º
Prêmio Aberje	Aberje	Destacar revistas, jornais, vídeos e projetos de comunicação empresarial que melhor atenderam às demandas estratégicas das organizações no ano.	Relatório de Administração Jornal Mural (estado de São Paulo e Brasil)			1º
Prêmio Abrasca Melhor Relatório Anual	Abrasca	Incentivar o aprimoramento da elaboração de relatórios com maior clareza, transparência, qualidade e quantidade de informações, como também o caráter inovador, tanto na apresentação expositiva quanto no projeto gráfico.	Companhia fechada		1º	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 deles. Pretende, ainda, difundir a importância do balanço social como instrumento de transparência das ações das empresas e de diálogo com a sociedade como ferramenta de gestão corporativa, além de gerar referência de práticas de excelência na gestão da responsabilidade corporativa.	Nacional Regional SP			1º
Prêmio DCI – Empresas do Ano	Jornal <i>DCI</i>	Premiar as empresas mais admiradas pelos executivos e pelos empresários.	Empresa mais admirada Cosméticos, higiene e limpeza			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.	Meio Ambiente: Projeto Biodiversidade Brasil			
Prêmio Ecodesign	Fiesp/Ciesp, IPT	Incentivar o desenvolvimento de produtos com matéria reciclada e que consumam menos energia.	Design de Embalagem, case “Sacolinas Natura”			1º
Prêmio Fiesp de Mérito Ambiental	Fiesp/Ciesp	Distinguir e homenagear, anualmente, a empresa industrial, extrativa, manufatureira ou agroindustrial que mais tenha se destacado na implementação de projeto ambiental, com resultado significativo para a melhoria da qualidade do meio ambiente.	Vencedora da 10ª edição com o case “Espaço Natura Cajamar”			1º
Prêmio Ford Motor Company de Conservação Ambiental	Ford e 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 PNBE de Cidadania	PNBE	Conferir reconhecimento público a iniciativas de empresários, entidades e cidadãos que contribuíram para melhorar as condições de vida de outros cidadãos brasileiros.	“O empresário que queremos” (Guilherme Peirão Leal)			
Prêmio Qualidade de Vida	ABVO – 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 Valor Social	Jornal <i>Valor Econômico</i> , Instituto Ethos de Responsabilidade Social e Instituto Akatu	Divulgar e disseminar as práticas de responsabilidade social corporativa por meio do reconhecimento público de programas desenvolvidos por empresas que possam ser tomados como referência e inspirem a multiplicação de ações nesse sentido.	Respeito ao Meio Ambiente, com o case “Sacolinas Natura” – Juri Popular			1º
Prêmio Viagem	Revista <i>Viagem e Turismo</i>	Destacar os melhores entre diversos itens relacionados ao turismo.	Mérito Ecológico: trabalho com a biodiversidade brasileira			

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

## Suborno e Corrupção

75. Descrição de políticas, procedimentos, sistemas gerenciais e mecanismos de conformidade para organizações e colaboradores com relação a corrupção e suborno.

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

**Meta 2005** Elaborar política sobre os temas.

## Contribuições Políticas

76. Descrição de políticas, procedimentos, sistemas gerenciais e mecanismos de conformidade para a administração de lobbies e contribuições políticas.

A Natura não tem elaborada uma política específica para esse tema.

**Meta 2005** Elaborar política sobre os temas.

## Competição e Preços

77. Decisões legais com respeito a casos referentes a legislação antitruste e de regulamentação 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.

### Na operação Brasil

A empresa é signatária do código de conduta diante dos consumidores e do código de conduta diante dos vendedores diretos e entre empresas da Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas, ABEVD. Os códigos de conduta da ABEVD estão de acordo com o modelo proposto pela World Federation of Direct Selling Associations, WFDSA.

### Nas outras operações

A Natura é signatária dos códigos de ética das Câmaras de Venda Direta da Argentina e do Chile.

## Responsabilidade sobre o Produto

### Saúde e Segurança do Consumidor

79. Descrição de políticas para preservar a saúde e a segurança do consumidor durante o uso de produtos e serviços e a extensão na qual essas políticas são visivelmente estabelecidas e aplicadas, bem como descrição de procedimentos ou programas para tratar do assunto, incluindo sistemas de monitoramento e resultados.

A Natura tem estruturado um Comitê de Segurança de Produtos, cuja missão é manter atualizada a Política sobre Segurança de Produtos Natura e emitir pareceres mandatórios. A política estabelece os critérios e as avaliações pré-clínicas e clínicas para todos os produtos em desenvolvimento antes do seu lançamento no mercado. O comitê emite pareceres sobre o desenvolvimento de todos os produtos no que diz respeito à sua segurança de uso por humanos. Somente após essa análise a área responsável pelo registro na Agência Nacional de Vigilância Sanitária, Anvisa, requer as autorizações competentes.

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. 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 Européia. Possui um Centro do Consumidor, no qual são realizados testes de eficácia de diversos produtos existentes, além de avaliações de desempenho dos novos. Por fim, a Natura 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 que comercializa. Os consumidores que têm algum tipo de reação na vigência de utilização de algum produto são atendidos por equipe especializada ou por dermatologistas, para estabelecimento de relação causal clara. Com essas informações, são dadas orientações às áreas pertinentes da empresa, a fim de aprimorar o produto em questão ou alinhar um sistema de informações que auxilia na melhoria do discurso comercial e na confecção de futuros produtos.

### Testes em animais

#### Testes em animais de produtos cosméticos

Apesar de o indicador não exigir explicitamente, a Natura considera importante reafirmar sua posição contrária à realização de testes de laboratório em animais. Faz somente aqueles exigidos por lei.

Há mais de seis anos, a empresa busca alternativas a testes dessa natureza, os quais eliminou totalmente em 2003 para produtos cosméticos acabados. Mas faz ainda algumas avaliações em animais no caso de matéria-prima nova, desde que não haja métodos alternativos capazes de eliminar riscos à saúde dos usuários.

A empresa segue os mais rigorosos critérios técnicos e científicos internacionais, com base no princípio conhecido internacionalmente como 3R, de *reduction, refinement and replacement* (redução, refinamento e substituição). Esse princípio norteia as maiores indústrias de cosméticos do mundo com o objetivo de analisar e desenvolver métodos alternativos aos ensaios com animais.

A Natura, alinhada à legislação européia, mantém o compromisso de eliminar experiências em animais com cosméticos. Além disso, investe em testes alternativos como parte do desenvolvimento de novos ativos. Em 2000 criou o laboratório *in vitro* para avaliações de matérias-primas e produtos em células humanas ou de animais cultivadas artificialmente. Esses

esforços contínuos permitem a redução paulatina do uso de animais nessas avaliações, visando a eliminação conforme o prazo definido na Sétima Diretiva Européia para Cosméticos.

#### Testes em animais de produtos fitoterápicos

A Natura, por exigência das autoridades competentes (Anvisa), necessita realizar testes de comprovação de segurança e eficácia de produtos da classe dos fitoterápicos em animais.

#### Número de testes em animais

	2002	2003	2004
Produtos cosméticos	1.263	308	66
Produtos fitoterápicos	118	249	200

**Nota:** A Natura realiza testes em animais para avaliar eventuais efeitos toxicológicos de novos ativos da biodiversidade brasileira dos quais não existe descrição científica sobre esses efeitos. Embora não haja por parte das autoridades brasileiras (Anvisa) nenhuma obrigatoriedade de realização de testes em animais de novas matérias-primas, o *Guia de Segurança para Cosméticos* da Anvisa orienta no sentido da caracterização dos efeitos de matérias-primas antes de avaliar sua ação em seres humanos.

Para tal caracterização, a Natura segue a Declaração de Helsinque da Comunidade Européia, segundo a qual a pesquisa biomédica envolvendo seres humanos deve obedecer a princípios científicos geralmente aceitos e ser baseada em experiências laboratoriais, *in vitro* e em animais, adequadamente realizadas sob conhecimento profundo da literatura científica.

**Meta 2005** Manter abaixo de 170 o número de animais utilizados em testes de matérias-primas para produtos cosméticos (o que representa diminuição de 32% em relação à meta de 2004). Isso significa aumento de 158% sobre o realizado em 2004. Tal aumento deve-se ao fato de que alguns testes previstos para 2004 não foram feitos, ficando para 2005.

80. Número e tipo de instâncias de não-conformidade com a legislação referente à saúde e à segurança do consumidor, incluindo penalidades e multas impostas por essas violações.

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 organizações oficiais similares, para inspecionar ou regular a garantia de saúde e segurança no uso de produtos e serviços.

#### Na operação Brasil

	2002	2003	2004
Reclamações	0	4	1

**Nota:** Não há julgamento sobre as reclamações de 2003 ou de 2004. Tampouco foi constatada qualquer irregularidade nos produtos da empresa.

#### Nas outras operações

Não há registro de notificações desse tipo.

82. Conformidade voluntária a um código de conduta, selos nos rótulos dos produtos que a organização está qualificada para utilizar ou prêmios referentes a responsabilidade social ou ambiental que recebeu.

A Natura:

- Reafirmou seu compromisso com os princípios do Pacto Global (*saiba mais pelo site do Pacto Global: www.pactoglobal.org.br*).
- É signatária do código de conduta diante dos consumidores e do código de conduta diante dos vendedores diretos e entre empresas da Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas, ABEVD. Os códigos foram elaborados de acordo com o modelo proposto pela World Federation of Direct Selling Associations, WFDSA.
- Respeita integralmente o Estatuto da Criança e do Adolescente, lei brasileira que dispõe sobre a proteção a esse público.
- Segue a Carta de Princípios do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, ONG brasileira que objetiva orientar as organizações na gestão socialmente responsável (*saiba mais pelo site do Instituto Ethos: www.ethos.org.br*).
- Em 2004 a Natura tornou-se uma Organisational Stakeholder da Global Reporting Initiative, GRI, sendo a única empresa brasileira a fazer parte desse grupo. Ao tornar-se uma Organisational Stakeholder, a Natura passa a ter uma série de benefícios e compromissos com a instituição, que permitem um relacionamento mais próximo e ativo (*saiba mais pelo site da GRI: www.globalreporting.org*).
- É reconhecida como empresa ética, social e ambientalmente responsável por representantes da sociedade civil e do governo, tanto no Brasil como no exterior. Esse reconhecimento é exemplificado na forma de prêmios, como pode ser constatado na tabela do indicador 74 deste Relatório.
- Os seguintes prêmios recebidos pela Natura possuem selos que podem ser utilizados: *Guia Exame da Boa Cidadania Corporativa*, Prêmio Balanço Social, Prêmio Fiesp de Mérito Ambiental e Prêmio Ecodesign (*veja detalhes sobre esses prêmios no indicador 74 deste Relatório*).
- É reconhecida no Brasil com as seguintes menções: Empresa Amiga da Criança, outorgada pela Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança; Empresa Cidadã, outorgada pela Câmara Municipal de São Paulo; Empresa que Educa, outorgada pelo Senac de São Paulo.
- Em 2004 a Natura recebeu a certificação NBR ISO 14001.

#### Produtos e Serviços

83. Descrição das políticas, procedimentos, sistemas gerenciais e mecanismos de conformidade relacionados a informações sobre o produto e sua rotulagem.

#### Na operação Brasil

Os textos de rotulagem dos produtos cosméticos Natura estão de acordo com as resoluções nº 79, de 28 de agosto de 2000, e nº 335, de 22 de julho de 1999, da Agência Nacional de Vigilância Sanitária, Anvisa, e respeitam as diretrizes do

Código de Proteção e Defesa do Consumidor. Também são observadas as normas do Instituto Nacional de Metrologia, Inmetro. A empresa utiliza seus rótulos e prospectos como veículos de conhecimento, nos quais os consumidores encontram, além de informações detalhadas sobre os produtos e seus benefícios, reflexões sobre temas relacionados aos conteúdos que os originaram.

#### Nas outras operações

A rotulagem respeita as normas de cada país.

#### 84. Número e tipo de instâncias de não-conformidade com a legislação referente a informações e rotulagem do produto, incluindo qualquer penalidade ou multa imposta por 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 do consumidor, incluindo resultados de pesquisas sobre o assunto.

##### Na operação Brasil

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 para prestar informações e oferecer indicações de produtos, bem como receber sugestões e críticas, tratando todas as manifestações e acompanhando o processo até a resolução final.

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

##### Serviço Natura de Atendimento ao Consumidor

	2002	2003	2004
Total de ligações atendidas pelo Snac (em milhares)	1.142	1.804	1.905
Percentual de reclamações em relação ao total de ligações atendidas pelo Snac	26%	31%	32%
Percentual de reclamações não atendidas <sup>(1)</sup>	3,2%	7%	2,3%
<b>Total de denúncias envolvendo o Código de Defesa do Consumidor:</b>			
Processos administrativos (Procon)	94	68	23
Processos judiciais (cíveis e criminais) <sup>(2)</sup>	24	45	72
Total de denúncias envolvendo a saúde e a segurança do consumidor	2	4	0

1. Número de ligações de reclamação abandonadas devido à fila de espera sobre o número total de ligações de reclamação.

2. Os números do Relatório Anual de 2003 apresentavam incorreções em razão de falha no controle interno da área, porém estão corrigidos na presente edição.

##### Satisfação dos Consumidores

	2002	2003	2004
Muito Satisfeitos/Satisfeitos	95%	96%	N.D. <sup>(1)</sup>

1. O resultado da pesquisa de satisfação de consumidores não estava disponível até o fechamento da versão impressa deste Relatório. O número referente a 2004 constará da versão on-line ([www.natura.net](http://www.natura.net)).

#### Nas outras operações

Informação não disponível.

#### Propaganda

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

##### Na operação Brasil

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 de Anunciantes e de Defesa do Consumidor, 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 pautam sua atuação pela ética e pela responsabilidade corporativa. Suas práticas são alinhadas com as entidades que regulamentam o mercado – o Conselho Executivo das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, a Associação Brasileira das Agências de Publicidade e o Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária. Também trabalham no desenvolvimento de campanhas para ONGs e buscam a ética na linguagem e no conteúdo de suas campanhas, respeitando os direitos do consumidor.

##### Nas outras operações

Informação não disponível.

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

##### Na operação Brasil

	2002	2003	2004
Penalidades ou multas	0	0	1

Nota: A empresa encontra-se em conformidade com a regulamentação existente, razão pela qual apresentou recurso administrativo contra multa indevidamente aplicada em 2004. Não há qualquer decisão sobre o recurso interposto.

#### Nas outras operações

Nenhuma violação foi registrada.

#### 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 Vendas Diretas, ABEVD, elaborado de acordo com o modelo proposto pela World Federation of Direct Selling Associations, WFDSA, que aborda o respeito à privacidade.

A Natura também possui uma política de privacidade para internet, publicada em sua página na web. O site [natura.net](http://natura.net) assegura a privacidade e a confidencialidade das informações referentes às pessoas que nele se cadastram.

No Brasil, o Sistema Natura de Atendimento ao Consumidor, Snac, possui uma política de confidencialidade das informações, que consta do contrato firmado entre a Natura e as empresas terceiras que realizam o atendimento ao consumidor.

#### 89. Número de reclamações registradas com respeito à violação da privacidade de consumidores.

##### Na operação Brasil

	2002	2003	2004
Reclamações	0	0	0

#### Nas outras operações

Não há registro de reclamações.

#### Metas sociais assumidas no Relatório Anual Natura 2003

Indicador	Meta assumida em 2003	Resultados
51	Manter-se no grupo de <i>benchmark</i> 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.	☺ Meta atingida. A Natura mantém-se no grupo de <i>benchmark</i> da Hay Group.
54	a) Investir 10% a mais que em 2003, por colaborador, na prevenção de doenças. b) Aumentar 4,7 vezes os investimentos por colaborador na prevenção de acidentes. c) Manter estabilizados os casos de doenças ocupacionais em Cajamar e em Itapeçerica da Serra.	☺ Meta parcialmente atingida. a) Os investimentos na prevenção de doenças, por colaborador, tiveram aumento significativo, da ordem de 43%. b) Os investimentos na prevenção de acidentes, por colaborador, aumentaram 3,5 vezes. Apesar de bastante significativo, este aumento foi menor que o proposto no ano passado. c) Não houve caso novo de doença ocupacional em Itapeçerica da Serra. Em Cajamar houve dois, número inferior ao de 2003 (três casos).
57	Investir 40 horas de treinamento, em média, por colaborador ao ano.	☺ Meta atingida. Em 2004 a média de treinamento por colaborador foi de 70 horas, incluindo as promotoras de vendas.
58	Iniciar a implantação de um programa de preparação para a aposentadoria para os colaboradores.	☺ Meta atingida. Em 2004 foi implantado o Programa Construindo o Futuro, com o objetivo de preparar e orientar o colaborador no seu projeto de vida após a aposentadoria (veja detalhes no indicador 58).
73	Criar canal direto de diálogo com as comunidades do entorno.	☺ Meta atingida. Foi institucionalizado um canal de diálogo com as comunidades de entorno de Cajamar e Potuverá (bairro do município de Itapeçerica da Serra), por meio da disponibilização de uma linha 0800 para registro de reclamações, opiniões e sugestões da comunidade.
79	Diminuir em 25% o número de testes em animais com matérias-primas para produtos cosméticos.	☺ Meta atingida. Houve redução de 78,5% no número de testes com animais em matérias-primas para produtos cosméticos.
85	a) Reduzir para 30% a parcela de reclamações em relação ao total de ligações atendidas pelo Snac. b) Reduzir para 3% a parcela de reclamações não atendidas.	☺ Meta parcialmente atingida. a) A parcela de reclamações em relação ao total de ligações atendidas pelo Snac foi 32%. b) A parcela de reclamações não atendidas foi reduzida para 2,3%.

índice remissivo  
global reporting initiative



Ao incorporar integralmente as diretrizes da Global Reporting Initiative, GRI, a Natura inclui no Relatório Anual 2004 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	10	Clientes	EC1(1)	78			Práticas de Trabalho e Trabalho Decente	LA1(46)	91	LA12(48)	92
1.2	2		EC2(2)	*				LA2(47)	91		
<b>Perfil</b>											
2.1	14	Fornecedores	EC3(3)	78	EC11	**	Relações de Trabalho e Gerenciais	LA3(49)	92	LA13(51)	93
2.2	14		EC4(4)	78				LA4(50)	92		
2.3	14, 28	Colaboradores	EC5(5)	78			Saúde e Segurança	LA5(52)	93	LA14	**
2.4	N.A.		EC6(6)	78				LA6(53)	93	LA15(56)	94
2.5	14	Financiadores e Acionistas	EC7(7)	79			Treinamento e Educação	LA7(54)	94		
2.6	14, 28		EC8(8)	79	EC12(11)	79		LA8(55)	94	LA16(58)	95
2.7	14	Setor Público	EC9(9)	79			Diversidade e Oportunidade	LA9(57)	94	LA17(59)	95
2.8	21-25		EC10(10)	79				LA10(60)	95		
2.9	50-58	Impactos Econômicos Indiretos			EC13(12)	79	Estratégia e Sistemas de Gestão	LA11(61)	96		
2.10	75							HR1(62)	97	HR8(65)	98
2.11	20	Indicadores de Desempenho Ambiental					Não-Discriminação	HR2(63)	98		
2.12	20							HR3(64)	98		
2.13	14	Tema					Liberdade de Associação e Negociações Coletivas	HR4(66)	98		
2.14	28							HR5(67)	99		
2.15	N.A.										
2.16	N.A.	Essenciais					Trabalho Infantil				
2.17	N.A.							HR6(68)	99		
2.18	20, 78, 81, 91	Materiais	EN1(13)	81			Trabalho Forçado e Obrigatório				
2.19	20, 25		EN2(14)	81				HR7(69)	99		
2.20	20, 77	Energia	EN3(15)	81	EN17(17)	82	Práticas Disciplinares			HR9	**
2.21	N.A.		EN4(16)	81	EN18	**		HR10(70)	99		
2.22	77			EN19(18)	82	Práticas de Segurança			HR11(71)	99	
<b>Estrutura de Governança e Sistemas de Gestão</b>											
3.1	28	Água	EN5(19)	82	EN20(20)	82	Direitos Indígenas			HR12(72)	99
3.2	28				EN21(21)	82		HR13	**		
3.3	28	Biodiversidade			EN22(22)	83	Comunidade			HR14	**
3.4	50		EN6(23)	83	EN23(25)	84		SO1(73)	100	SO4(74)	100
3.5	28			EN24(26)	84	Corrupção e Suborno					
3.6	14, 28	EN7(24)	83	EN25(27)	84		SO2(75)	102			
3.7	11, 59	Emissões, Efluentes e Resíduos	EN8(32)	86	EN30(38)	87	Contribuições Políticas			SO5	**
3.8	29		EN9(33)	86	EN31	**		SO3(76)	102		
3.9	50-58	Fornecedores	EN10(34)	86	EN32(39)	87	Competição e Preço			SO6(77)	102
3.10	50-58							SO7(78)	102		
3.11	50-58	Produtos e Serviços	EN11(35)	86			Saúde e Segurança do Cliente	PR1(79)	102	PR4(80)	103
3.12	50-58		EN12(36)	86	EN33(40)	87		PR5(81)	103	PR6(82)	103
3.13	56	Produtos e Serviços	EN13(37)	87			Produtos e Serviços			PR7(84)	104
3.14	59							PR2(83)	103	PR8(85)	104
3.15	74	Conformidade	EN14(41)	88			Propaganda			PR9(86)	104
3.16	23, 52, 54		EN15(42)	88				PR10(87)	104		
3.17	66-75	Transporte	EN16(43)	89	EN34(44)	89	Respeito à Privacidade			PR3(88)	105
3.18	N.A.							PR11(89)	105		
3.19	50, 66-105	Geral			EN35(45)	89					
3.20	50										

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 nos indicadores deste 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 esta 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 2004 e 2003  
(em milhares de reais – R\$)

ATIVO	Controladora		Consolidado	
	2004	2003	2004	2003
<b>CIRCULANTE</b>				
Disponibilidades	26.656	30.801	29.592	34.072
Aplicações financeiras	158.631	26.482	202.020	102.039
Contas a receber de clientes	236.453	172.123	250.066	180.118
Estoques	1.634	354	121.961	79.254
Impostos a recuperar	3.009	715	18.158	8.525
Adiantamentos a funcionários	4.084	3.558	6.949	4.938
Partes relacionadas	833	25.837	-	1.275
Imposto de renda e contribuição social diferidos	12.198	11.035	21.630	22.096
Outras contas a receber	358	2.180	6.063	5.214
<b>Total do circulante</b>	<b>443.856</b>	<b>273.085</b>	<b>656.439</b>	<b>437.531</b>
<b>REALIZÁVEL A LONGO PRAZO</b>				
Partes relacionadas	-	3.382	-	3.382
Adiantamento para futuro aumento de capital	770	9.503	-	-
Valores a receber de acionista	172	-	172	-
Incentivos fiscais	1.122	635	1.162	641
Imposto de renda e contribuição social diferidos	12.624	7.978	21.301	9.447
Impostos a recuperar	876	-	3.848	-
Depósitos judiciais	20.370	7.548	24.256	14.595
Outras contas a receber	-	-	1.716	1.715
<b>Total do realizável a longo prazo</b>	<b>35.934</b>	<b>29.046</b>	<b>52.455</b>	<b>29.780</b>
<b>PERMANENTE</b>				
Investimentos	373.748	332.698	8.707	2.809
Imobilizado	13.231	10.744	298.822	253.739
<b>Total do permanente</b>	<b>386.979</b>	<b>343.442</b>	<b>307.529</b>	<b>256.548</b>
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>866.769</b>	<b>645.573</b>	<b>1.016.423</b>	<b>723.859</b>

PASSIVO	Controladora		Consolidado	
	2004	2003	2004	2003
<b>CIRCULANTE</b>				
Empréstimos e financiamentos	11.879	72.240	62.407	75.102
Fornecedores nacionais	6.755	4.578	76.971	55.384
Fornecedores estrangeiros	-	-	4.172	2.139
Fornecedores - partes relacionadas	102.151	18.948	-	5.304
Salários, participações e encargos sociais	28.272	21.765	65.265	41.563
Obrigações tributárias	52.776	51.850	62.382	64.297
Debêntures a pagar	-	102.170	-	102.170
Partes relacionadas	94	939	-	964
Dividendos a distribuir	113.644	20.000	113.644	20.000
Juros sobre o capital próprio a pagar	13.623	8.541	13.623	8.541
Outras contas a pagar	35.356	20.054	42.331	24.243
Provisão para perdas em contratos de "swap"	4.544	9.012	6.138	9.012
<b>Total do circulante</b>	<b>369.094</b>	<b>330.097</b>	<b>446.933</b>	<b>408.719</b>
<b>EXIGÍVEL A LONGO PRAZO</b>				
Empréstimos e financiamentos	19.549	31.052	71.982	32.986
Debêntures a pagar	-	130.656	-	130.656
Provisão para contingências	39.769	24.870	59.559	28.381
Provisão para perdas com controladas	64	6.282	-	-
Outras contas a pagar	841	-	1.885	1.809
<b>Total do exigível a longo prazo</b>	<b>60.223</b>	<b>192.860</b>	<b>133.426</b>	<b>193.832</b>
<b>PARTICIPAÇÃO DOS MINORITÁRIOS</b>				
	-	-	7	(30)
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>				
Capital social	230.762	56.387	230.762	56.387
Reservas de capital	112.016	9.998	112.016	9.998
Reservas de lucros	94.674	56.231	93.279	54.953
<b>Total do patrimônio líquido</b>	<b>437.452</b>	<b>122.616</b>	<b>436.057</b>	<b>121.338</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO</b>	<b>866.769</b>	<b>645.573</b>	<b>1.016.423</b>	<b>723.859</b>

**Demonstrações do Resultado**

para os exercícios findos em 31 de dezembro de 2004 e de 2003 (em milhares de reais – R\$, exceto o lucro líquido por ação)

	Controladora		Consolidado	
	2004	2003	2004	2003
Vendas Brutas no mercado interno	2.457.891	1.840.014	2.472.046	1.860.287
Vendas Brutas no mercado externo	-	-	66.782	47.876
Outras Vendas	5	72	829	1.957
<b>RECEITA OPERACIONAL BRUTA</b>	<b>2.457.896</b>	<b>1.840.086</b>	<b>2.539.657</b>	<b>1.910.120</b>
Impostos sobre vendas, devoluções e abatimentos	(576.564)	(439.013)	(769.993)	(581.210)
<b>RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA</b>	<b>1.881.332</b>	<b>1.401.073</b>	<b>1.769.664</b>	<b>1.328.910</b>
Custo dos produtos vendidos	(776.170)	(634.815)	(575.260)	(458.405)
<b>LUCRO BRUTO</b>	<b>1.105.162</b>	<b>766.258</b>	<b>1.194.404</b>	<b>870.505</b>
<b>RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS</b>				
Com Vendas	(458.913)	(374.060)	(535.909)	(403.018)
Administrativas e gerais	(248.006)	(147.360)	(216.900)	(180.545)
Participação dos colaboradores e administradores no lucro	(13.418)	(10.810)	(34.990)	(20.466)
Remuneração dos administradores	(6.977)	(4.595)	(8.422)	(5.934)
Resultado da equivalência patrimonial	2.788	18.571	-	-
<b>LUCRO OPERACIONAL ANTES DOS EFEITOS FINANCEIROS</b>	<b>380.636</b>	<b>248.004</b>	<b>398.183</b>	<b>260.542</b>
Despesas financeiras	(18.301)	(61.478)	(38.156)	(64.439)
Receitas financeiras	21.125	25.834	35.414	34.339
<b>LUCRO OPERACIONAL</b>	<b>383.460</b>	<b>212.360</b>	<b>395.441</b>	<b>230.442</b>
Resultado não operacional líquido	1.098	669	(868)	1.455
<b>LUCRO ANTES DA PARTICIPAÇÃO DAS DEBÊNTURES</b>	<b>384.558</b>	<b>213.029</b>	<b>394.573</b>	<b>231.897</b>
Participação das debêntures	(7.178)	(127.709)	(7.178)	(127.709)
<b>LUCRO ANTES DO IMPOSTO DE RENDA E DA CONTRIBUIÇÃO SOCIAL</b>	<b>377.380</b>	<b>85.320</b>	<b>387.395</b>	<b>104.188</b>
Imposto de renda e contribuição social	(76.969)	(20.158)	(87.102)	(40.364)
<b>LUCRO LÍQUIDO ANTES DA PARTICIPAÇÃO DOS MINORITÁRIOS</b>	<b>300.411</b>	<b>65.162</b>	<b>300.293</b>	<b>63.824</b>
Participação de minoritários	-	-	1	60
<b>LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO</b>	<b>300.411</b>	<b>65.162</b>	<b>300.294</b>	<b>63.884</b>
<b>LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO POR AÇÃO - R\$</b>	<b>3,516</b>	<b>1,812,321</b>		

**Demonstrações das Mutações do Patrimônio Líquido**

para os exercícios findos em 31 de dezembro de 2004 e de 2003 (em milhares de reais – R\$)

CONTROLADORA	Reservas de capital				Reservas de lucros				TOTAL
	Capital Social	Ações em tesouraria	Agio na emissão/vendas de ações	Subvenções para investimentos	Legal	Retenção	Lucros Acumulados		
<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>91.171</b>	
Complemento de dividendos de 2002	-	-	-	-	-	(3.668)	-	(3.668)	
Dividendos distribuídos	-	-	-	-	-	-	-	-	
Lucro líquido do exercício	-	-	-	-	-	-	65.162	65.162	
<b>Destinação do lucro líquido:</b>									
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	-	-	-	-	-	-	(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>122.616</b>	
<b>Aumentos de capital:</b>									
Por capitalização de debêntures	138.569	-	100.000	-	-	-	-	238.569	
Pela incorporação da Natura Empreendimentos S.A.	1.415	-	-	-	-	-	-	1.415	
Por subscrição de ações	34.391	-	-	-	-	-	-	34.391	
Aquisição de ações	-	(1.415)	-	-	-	-	-	(1.415)	
Venda de ações em tesouraria pelo exercício de opções de compra de ações	-	309	5.177	-	-	-	-	5.486	
Valores a receber de acionista	-	(3.029)	-	-	-	-	-	(3.029)	
Realização de lucro na venda de ações	-	480	496	-	-	-	-	976	
Absorção dos passivos excedentes pela incorporação da Natura Empreendimentos S.A. após a eliminação do investimento da incorporada na Sociedade	-	-	-	-	-	(23.367)	-	(23.367)	
Absorção dos passivos excedentes pela incorporação da Natura Participações S.A. após a eliminação do investimento da incorporada na Sociedade	-	-	-	-	-	(29.235)	6.986	(22.249)	
Absorção de reserva	-	-	-	-	(7.058)	7.058	-	-	
Lucro líquido do exercício	-	-	-	-	-	-	300.411	300.411	
<b>Destinação do lucro líquido:</b>									
Reserva legal	-	-	-	-	15.021	-	(15.021)	-	
Reserva de retenção de lucros	-	-	-	-	-	76.024	(76.024)	-	
Dividendos	-	-	-	-	-	-	(186.910)	(186.910)	
Juros sobre o capital próprio	-	-	-	-	-	-	(29.442)	(29.442)	
<b>SALDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2004</b>	<b>230.762</b>	<b>(3.655)</b>	<b>105.673</b>	<b>9.998</b>	<b>18.650</b>	<b>76.024</b>	-	<b>437.452</b>	

**Demonstrações das Origens e Aplicações de Recursos**

para os exercícios findos em 31 de dezembro de 2004 e de 2003 (em milhares de reais – R\$)

	Controladora		Consolidado	
	2004	2003	2004	2003
<b>ORIGEM DE RECURSOS</b>				
Das operações:				
Lucro líquido do exercício	300.411	65.162	300.294	63.884
Itens que não afetam o capital circulante:				
Depreciações e amortizações	3.809	3.887	34.340	33.673
Variações monetárias e cambiais líquidas dos itens a longo prazo	(6.772)	(6.544)	(1.307)	(10.136)
Complemento da provisão para contingências	17.796	14.050	33.052	16.551
Complemento de outras provisões	1.168	919	1.420	906
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(4.233)	(1.138)	(9.196)	5.017
Resultado da equivalência patrimonial	(2.788)	(18.571)	-	-
Valor do resultado na venda de ativo permanente	1.333	669	1.828	1.596
Participação dos minoritários	-	-	(1)	(60)
	<u>310.724</u>	<u>58.434</u>	<u>360.430</u>	<u>111.431</u>
De Acionistas:				
Capitalização das debêntures	107.913	-	107.913	-
Aumento de capital pela subscrição de ações	34.391	-	34.391	-
Venda de ações em tesouraria	630	-	630	-
<b>Dividendos recebidos</b>	-	<b>25.722</b>	-	-
De terceiros:				
Transferência do realizável a longo prazo para o circulante	-	-	20.122	1.222
Aumento do exigível a longo prazo	-	17.054	-	17.025
Participação dos minoritários	-	-	37	(28)
<b>Total das origens</b>	<b>453.658</b>	<b>101.210</b>	<b>523.523</b>	<b>129.650</b>
<b>APLICAÇÕES DE RECURSOS</b>				
Adições ao imobilizado	7.629	5.414	76.886	23.891
Adições aos investimentos	34.975	12.966	6.179	-
Aumento do realizável a longo prazo	9.070	17.913	15.289	5.910
Redução do exigível a longo prazo	18.656	-	-	-
Transferência do exigível a longo prazo para o circulante	11.809	73.750	24.740	75.686
Dividendos propostos e distribuídos	186.910	23.668	186.910	23.668
Juros sobre o capital próprio	29.442	10.049	29.442	10.049
<b>Total das aplicações</b>	<b>298.491</b>	<b>143.760</b>	<b>339.446</b>	<b>139.204</b>
Incorporação da Natura Empreendimentos S.A. e Natura Participações S.A. Via Acervo Líquido	23.393	-	3.383	-
<b>AUMENTO (REDUÇÃO) DO CAPITAL CIRCULANTE LÍQUIDO</b>	<b>131.774</b>	<b>(42.550)</b>	<b>180.694</b>	<b>(9.554)</b>
<b>VARIAÇÕES DO CAPITAL CIRCULANTE REPRESENTADAS POR:</b>				
Aumento no ativo circulante	170.771	37.169	218.908	91.895
Aumento no passivo circulante	38.997	79.719	38.214	101.449
<b>AUMENTO (REDUÇÃO) DO CAPITAL CIRCULANTE LÍQUIDO</b>	<b>131.774</b>	<b>(42.550)</b>	<b>180.694</b>	<b>(9.554)</b>

**Notas Explicativas às Demonstrações Contábeis para os exercícios findos em 31 de dezembro de 2004 e de 2003**  
(Valores expressos em milhares de reais – R\$, exceto se de outra fonte indicado)

**1. CONTEXTO OPERACIONAL**

As atividades da Sociedade e de suas controladas compreendem o desenvolvimento, a industrialização, a distribuição e a 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.

Em Assembléia Geral Extraordinária realizada em 5 de março de 2004 foram deliberadas as incorporações 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. Tais incorporações não modificaram as atividades descritas no parágrafo anterior.

Os montantes dos acervos líquidos incorporados pela Sociedade, levantados na data-base 31 de janeiro de 2004, foram de R\$104.951 referentes à Natura Empreendimentos S.A. e R\$75.716 referentes à Natura Participações S.A.

Na contabilização dos ajustes das incorporações dos acervos líquidos foram consideradas as eliminações dos saldos a pagar e a receber existentes entre as empresas incorporadas e a Sociedade, bem como foram considerados os investimentos societários e os patrimônios líquidos de acordo com o requerido pelas práticas contábeis adotadas no Brasil.

Decorrentes do mencionado anteriormente, foram absorvidos os passivos da Natura Empreendimentos S.A. e Natura Participações S.A. nos montantes de R\$23.367 e R\$29.235, respectivamente.

Os valores dos acervos líquidos são demonstrados a seguir:

**NATURA EMPREENDIMENTOS S.A.**

<b>ATIVO</b>	
<b>Circulante</b>	
Disponibilidades	24.105
Impostos a recuperar	645
Outras contas a receber	33.338
Total do circulante	58.088
<b>Realizável a longo prazo</b>	
Partes relacionadas	10.544
Total do realizável a longo prazo	10.544
<b>Permanente</b>	
Investimentos	136.522
Total do permanente	136.522
<b>Total do Ativo</b>	<b>205.154</b>
<b>PASSIVO</b>	
<b>Circulante</b>	
Empréstimos e financiamentos	17.566
Obrigações tributárias	660
Dividendos a distribuir	61.215
Outras contas a pagar	3.747
Total do circulante	83.188
<b>Exigível a longo prazo</b>	
Empréstimos e financiamentos	17.004
Outras contas a pagar	11
Total do exigível a longo prazo	17.015
<b>Patrimônio Líquido</b>	
Capital social	86.950
Reservas de capital	5.347
Reservas de lucros	12.654
Total do patrimônio líquido	104.951
<b>Total do Passivo</b>	<b>205.154</b>

**NATURA PARTICIPAÇÕES S.A.**

<b>ATIVO</b>	
<b>Circulante</b>	
Disponibilidades	307
Impostos a recuperar	129
Partes relacionadas	61.215
Total do circulante	61.651
<b>Realizável a longo prazo</b>	
Contas a receber por venda de ações	5.506
Total do realizável a longo prazo	5.506
<b>Permanente</b>	
Investimentos	104.951
Ágio de investimentos	1.208.041
(-) Provisão para preservação da distribuição de dividendos futuros	(1.208.041)
Total do permanente	104.951
<b>Total do Ativo</b>	<b>172.108</b>
<b>PASSIVO</b>	
<b>Circulante</b>	
Outras contas a pagar	86.001
Total do circulante	86.001
<b>Exigível a longo prazo</b>	
Partes relacionadas	10.391
Total do exigível a longo prazo	10.391
<b>Patrimônio Líquido</b>	
Capital social	1.107.776
Reservas de capital	5.450
Reservas de lucros	5.550
Prejuízos acumulados	(1.043.060)
Total do patrimônio líquido	75.716
<b>Total do Passivo</b>	<b>172.108</b>

**2. APRESENTAÇÃO DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS**

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 do resultado em uma conta específica denominada "Correção monetária de balanço". Essa correção monetária foi vedada pela Lei nº 9.249, de 26 de dezembro de 1995, a partir do exercício iniciado em 1º de janeiro de 1996.

**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, 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 e das eventuais perdas, 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) Diferido** – Representado pelo ágio gerado na incorporação de ações da Natura Empreendimentos S.A., pela Natura Participações S.A., deduzido da provisão para ajuste ao valor de realização, conforme descrito na nota explicativa nº 13.

**h) Passivos circulante e exigível a longo prazo** – Demonstrados por valores conhecidos ou calculáveis, acrescidos, quando aplicável, dos correspondentes encargos e variações monetárias e cambiais incorridos até as datas dos balanços.

**i) Imposto de renda e contribuição social** – 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 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, monetárias 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 e apoiada na opinião dos consultores jurídicos da Sociedade. 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 22.b).

**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** – Para fins societários, os juros sobre o capital próprio estão demonstrados como destinação do resultado diretamente no patrimônio líquido. Para fins fiscais, estes foram tratados como despesa financeira, reduzindo a base de cálculo do imposto de renda e da contribuição social.

**o) Lucro por ação** – Calculado com base na quantidade de ações na data de encerramento dos balanços.

**p) Informações suplementares** – Com o objetivo de permitir análises adicionais, a Sociedade apresenta, como informações suplementares, as demonstrações, consolidadas, do fluxo de caixa e do valor adicionado.

**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 2004 e de 2003 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 - %	
	2004	2003
<b>Participação direta:</b>		
Indústria e Comércio de Cosméticos		
Natura Ltda.	99,76	99,76
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.	100,00	99,43
Natura Inovação e Tecnologia de Produtos Ltda.	100,00	-
Natura Europa SAS	100,00	-
<b>Participação indireta:</b>		
Natura Logística e Serviços Ltda.	99,99	99,99
Flora Medicinal J. Monteiro da Silva Ltda.	100,00	100,00
Ybios S.A.	31,93	-

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, líquidos de imposto de renda e contribuição social, 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.

Após a incorporação da Natura Empreendimentos S.A. ocorrida em março de 2004, conforme descrito na nota explicativa nº 1, a Sociedade passou a ser controladora da Natura Inovação e Tecnologia de Produtos Ltda. até então controlada pela empresa incorporada.

Durante o exercício de 2004, a Sociedade adquiriu participação nas empresas Ybios S.A. e Natura Europa SAS, constituídas no mesmo ano.

O patrimônio líquido e o lucro líquido apresentados em 31 de dezembro de 2004 e de 2003 pela controladora são diferentes em R\$1.395 e R\$1.278 e R\$117 e R\$1.278, respectivamente, 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:

	Lucro líquido do exercício		Patrimônio líquido	
	2004	2003	2004	2003
Controladora	300.411	65.162	437.452	122.616
Eliminação de lucros não realizados auferidos pela controlada Indústria e Comércio de Cosméticos Natura Ltda. com as demais controladas	(117)	(1.278)	(1.395)	(1.278)
<b>Consolidado</b>	<b>300.294</b>	<b>63.884</b>	<b>436.057</b>	<b>121.338</b>

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.

**Natura Cosméticos S.A. - Chile, Natura Cosméticos S.A. - Peru, Natura Cosméticos S.A. - Argentina, Natura Brasil Cosmética Ltda. - Portugal, Commodities Trading S.A. - Uruguai** – 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 Inovação e Tecnologia de Produtos Ltda.** – Suas atividades concentram-se em pesquisa e desenvolvimento de produtos.

**Natura Europa SAS** – Suas atividades concentram-se na compra, venda, importação, exportação e distribuição de cosméticos, fragrâncias em geral e produtos de higiene e saúde.

**Natura Logística e Serviços Ltda.** – Suas atividades concentram-se na prestação de serviços administrativos e logísticos.

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

**Ybios S.A.** – Suas atividades concentram-se na pesquisa, na gestão, no desenvolvimento de projetos, produtos e serviços voltados para área de biotecnologia, podendo, inclusive, firmar acordos e parcerias com universidades, fundações, empresas, cooperativas e associações, entre outras entidades públicas e privadas, na prestação de serviços na área de biotecnologia e na participação em outras sociedades.

##### 5. APLICAÇÕES FINANCEIRAS

	Controladora		Consolidado	
	2004	2003	2004	2003
Certificados de Depósitos Bancários - CDBs	128.841	26.482	165.583	57.527
Fundos de investimento	29.790	-	36.437	44.512
<b>158.631</b>	<b>26.482</b>	<b>202.020</b>	<b>102.039</b>	

Em 31 de dezembro de 2004, os CDBs estão sendo remunerados por taxas que variam entre 100% e 101,8% do Certificado de Depósito Interbancário – CDI (100% e 101,5% em 2003). As aplicações em fundos de investimentos estão sendo remuneradas por taxas que variam entre 99,5% e 105,5% do CDI (100% e 106% em 2003).

##### 6. CONTAS A RECEBER DE CLIENTES

	Controladora		Consolidado	
	2004	2003	2004	2003
Contas a receber de clientes	250.246	187.670	265.048	197.845
Provisão para créditos de liquidação duvidosa	(13.793)	(15.203)	(14.982)	(17.383)
Provisão para devolução de vendas	-	(344)	-	(344)
<b>236.453</b>	<b>172.123</b>	<b>250.066</b>	<b>180.118</b>	

##### 7. ESTOQUES

	Controladora		Consolidado	
	2004	2003	2004	2003
Produtos acabados	1.604	354	57.105	35.163
Matérias-primas e materiais de embalagem	2	-	62.327	42.486
Produtos em elaboração	-	-	7.617	5.931
Material promocional	28	-	9.308	2.239
Importações em andamento	-	-	-	824
Provisão para perdas na realização dos estoques	-	-	(14.396)	(7.389)
<b>1.634</b>	<b>354</b>	<b>121.961</b>	<b>79.254</b>	

##### 8. IMPOSTOS A RECUPERAR

	Controladora		Consolidado	
	2004	2003	2004	2003
IRPJ a compensar	2.701	-	8.984	2.688
Contribuição social a compensar	-	-	1.420	583
ICMS a recuperar	1.184	715	6.129	1.827
IPI a recuperar	-	-	-	1.063
PIS/COFINS/CSLL – retidos na fonte	-	-	1.896	-
Outros	-	-	3.577	2.364
<b>3.885</b>	<b>715</b>	<b>22.006</b>	<b>8.525</b>	
Longo prazo	876	-	3.848	-
Curto prazo	<b>3.009</b>	<b>715</b>	<b>18.158</b>	<b>8.525</b>

##### 9. IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL

**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 ativo 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	
	2004	2003	2004	2003
<b>Curto prazo:</b>				
Prejuízos fiscais e base negativa de contribuição social	-	-	691	6.468
<b>Diferenças temporárias:</b>				
Provisão para perdas nos estoques	-	-	4.895	2.512
Provisão para créditos de liquidação duvidosa	4.829	5.169	4.829	5.169
Provisão para perdas em contratos de "swap"	1.545	3.064	2.087	3.064
Provisões diversas	5.824	2.802	9.128	4.883
Imposto de renda e contribuição social diferidos	<b>12.198</b>	<b>11.035</b>	<b>21.630</b>	<b>22.096</b>
<b>Longo prazo:</b>				
Prejuízos fiscais e base negativa de contribuição social	-	-	2.032	-
<b>Diferenças temporárias:</b>				
Provisão para contingências	12.058	7.368	18.399	8.562
Provisões diversas	566	610	870	885
Imposto de renda e contribuição social diferidos	<b>12.624</b>	<b>7.978</b>	<b>21.301</b>	<b>9.447</b>

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:

	Consolidado	
	2004	2003
2005	-	5.514
2006	1.644	1.102
2007	3.207	1.143
2008	9.796	1.688
2009	6.654	-
<b>21.301</b>	<b>9.447</b>	

**b) Corrente** – Reconciliação do imposto de renda e da contribuição social sobre o lucro:

	Controladora		Consolidado	
	2004	2003	2004	2003
Lucro antes do imposto de renda e da contribuição social	377.380	85.320	387.395	104.188
Imposto de renda e contribuição social à alíquota de 34%	(128.309)	(29.009)	(131.714)	(35.424)
Equivalência patrimonial	948	6.314	-	-
Prejuízos gerados nas controladas	-	-	(6.317)	(7.430)
Variação cambial diferida	-	(1.290)	-	(1.290)
Juros sobre o capital próprio	10.011	3.417	10.011	3.417
Reversão de provisão para preservação da distribuição de dividendos futuros	41.611	-	41.611	-
Outros	(1.230)	410	(693)	363
Imposto de renda e contribuição social	<b>(76.969)</b>	<b>(20.158)</b>	<b>(87.102)</b>	<b>(40.364)</b>
Imposto de renda e contribuição social correntes	(81.497)	(28.494)	(96.736)	(43.892)
Imposto de renda e contribuição social diferidos	<b>4.528</b>	<b>8.336</b>	<b>9.634</b>	<b>3.528</b>
<b>(76.969)</b>	<b>(20.158)</b>	<b>(87.102)</b>	<b>(40.364)</b>	

##### 10. PARTES RELACIONADAS

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

	Controladora		Consolidado	
	2004	2003	2004	2003
<b>Ativo circulante:</b>				
Contas a receber:				
Indústria e Comércio de Cosméticos Natura Ltda. <sup>(a)</sup>	-	49	-	-
Natura Logística e Serviços Ltda. <sup>(a)</sup>	-	58	-	-
Natura Inovação e Tecnologia de Produtos Ltda. <sup>(a)</sup>	-	8	-	1.234
Nova Flora Participações Ltda. <sup>(b)</sup>	833	-	-	-
Natura Participações S.A. <sup>(c)</sup>	-	-	-	14
Natura Empreendimentos S.A. <sup>(c)</sup>	-	-	-	27
Dividendos a receber:				
Indústria e Comércio de Cosméticos Natura Ltda.	-	25.722	-	-
<b>833</b>	<b>25.837</b>	<b>-</b>	<b>1.275</b>	
<b>Realizável a longo prazo:</b>				
Contratos de mútuo:				
Natura Participações S.A. <sup>(d)</sup>	-	3.382	-	3.382
Adiantamento para futuro aumento de capital:				
Nova Flora Participações Ltda. <sup>(e)</sup>	770	9.503	-	-
Contas a receber por venda de ações <sup>(f)</sup>	172	-	172	-
<b>Passivo circulante:</b>				
Fornecedores:				
Indústria e Comércio de Cosméticos Natura Ltda. <sup>(g)</sup>	85.874	10.379	-	-
Natura Logística e Serviços Ltda. <sup>(h)</sup>	8.028	3.265	-	-
Natura Inovação e Tecnologia de Produtos Ltda. <sup>(i)</sup>	8.249	5.304	-	5.304
<b>102.151</b>	<b>18.948</b>	<b>-</b>	<b>5.304</b>	
Mútuo:				
Natura Empreendimentos S.A. <sup>(d)</sup>	-	791	-	816
Contas a pagar:				
Natura Inovação e Tecnologia de Produtos Ltda.	94	-	-	-
Natura Participações S.A. <sup>(j)</sup>	-	148	-	148
<b>94</b>	<b>939</b>	<b>-</b>	<b>964</b>	
Dividendos a distribuir:				
Natura Empreendimentos S.A. Acionistas	-	20.000	-	20.000
<b>113.644</b>	<b>20.000</b>	<b>113.644</b>	<b>20.000</b>	
Juros sobre o capital próprio a pagar:				
Natura Empreendimentos S.A. Acionistas	-	8.541	-	8.541
<b>13.623</b>	<b>8.541</b>	<b>13.623</b>	<b>8.541</b>	

As transações com partes relacionadas estão demonstradas a seguir:

	Venda de produtos		Compra de produtos	
	2004	2003	2004	2003
Natura Cosméticos S.A. Indústria e Comércio de Cosméticos Natura Ltda.	949.674	783.541	-	-
Natura Cosméticos S.A. – Argentina	-	-	13.353	9.292
Natura Cosméticos S.A. – Peru	-	-	6.800	4.899
Natura Cosméticos S.A. – Chile	-	-	4.374	2.803
Natura Europa SAS	-	-	317	-
Natura Inovação e Tecnologia de Produtos Ltda.	-	-	164	390
Flora Medicinal J. Monteiro da Silva Ltda.	-	-	17	368
	<u>949.674</u>	<u>783.541</u>	<u>949.674</u>	<u>783.541</u>

	Venda de serviços		Contratação de serviços	
	2004	2003	2004	2003
Comissão de avais: <sup>(l)</sup>				
Natura Empreendimentos S.A.	-	1.904	-	-
Natura Cosméticos S.A. Indústria e Comércio de Cosméticos Natura Ltda.	-	-	-	1.692
Natura Logística e Serviços Ltda.	-	-	-	201
	-	-	-	11
	<u>-</u>	<u>1.904</u>	<u>-</u>	<u>1.904</u>
Estrutura administrativa: <sup>(k)</sup>				
Natura Logística e Serviços Ltda.	118.749	87.043	-	-
Natura Cosméticos S.A. Indústria e Comércio de Cosméticos Natura Ltda.	-	-	84.297	60.793
Natura Inovação e Tecnologia de Produtos Ltda.	-	-	24.355	17.671
Flora Medicinal J. Monteiro da Silva Ltda.	-	-	-	30
	<u>118.749</u>	<u>87.043</u>	<u>118.749</u>	<u>87.043</u>

Pesquisa e desenvolvimento de produtos: <sup>(l)</sup>				
Natura Inovação e Tecnologia de Produtos Ltda.	71.914	52.247	-	-
Natura Cosméticos S.A. Ybios S.A.	-	-	71.865	52.247
	-	-	49	-
	<u>71.914</u>	<u>52.247</u>	<u>71.914</u>	<u>52.247</u>

	Locação de imóveis e encargos comuns: <sup>(m)</sup>			
	2004	2003	2004	2003
Indústria e Comércio de Cosméticos Natura Ltda.	8.627	5.031	116	-
Natura Cosméticos S.A.	136	-	1.049	-
Natura Logística e Serviços Ltda.	-	-	5.804	3.238
Natura Inovação e Tecnologia de Produtos Ltda.	-	-	1.753	1.301
Natura Empreendimentos S.A.	-	-	27	323
Natura Participações S.A.	-	-	14	169
	<u>8.763</u>	<u>5.031</u>	<u>8.763</u>	<u>5.031</u>

Total venda e contratação de serviços	<u>199.426</u>	<u>146.225</u>	<u>199.426</u>	<u>146.225</u>
---------------------------------------	----------------	----------------	----------------	----------------

(a) Referem-se a valores a receber pela venda de produtos Natura aos colaboradores.

(b) Valor a receber pela redução de capital efetuada em 30 de janeiro de 2004, aprovada em reunião dos sócios cotistas realizada na mesma data.

(c) Valores a receber pela locação do imóvel conforme descrito no item (m).

(d) Contrato de mútuo com a Natura Cosméticos S.A.

(e) Refere-se a remessas à Nova Flora Participações Ltda. determinadas substancialmente para a manutenção do capital de giro.

(f) Em 29 de setembro de 2000, 30 de abril e 30 de dezembro de 2002 e 5 de janeiro de 2004, foram concedidos financiamentos, no montante total de R\$6.174, à taxa de 3% ao ano, com vencimentos entre 30 de abril de 2009 e 30 de setembro de 2010, a dois dos diretores da Sociedade, para que estes pudessem adquirir ações ordinárias de emissão da Natura Empreendimentos S.A. e Natura Participações S.A. Na reorganização societária ocorrida em março de 2004, essas ações foram trocadas por ações ordinárias de emissão da Natura Cosméticos S.A. A amortização dos financiamentos, que montam em R\$4.823 em 31 de dezembro de 2004 (R\$5.492 em 2003), é feita com a totalidade dos dividendos e juros sobre o capital próprio, distribuídos pela Sociedade, a esses diretores.

(g) Valores a pagar pela compra de produtos. Os valores e prazos são os geralmente praticados no mercado.

(h) Contas a pagar pela prestação dos serviços descritos no item (k).

(i) Contas a pagar pela prestação dos serviços descritos no item (l).

(j) Trata-se de avais das empresas Natura Empreendimentos S.A. e Natura Participações S.A., incorporadas pela Sociedade conforme nota explicativa nº 1.

(k) Prestação de serviços de logística e administrativos em geral.

(l) Prestação de serviços de desenvolvimento de produtos, pesquisa e mercado.

(m) Referem-se à locação do complexo industrial situado em Cajamar e de outras localidades que compõem o espaço Natura.

Os principais saldos de ativos e passivos em 31 de dezembro de 2004 e de 2003, bem como as transações que influenciaram os resultados dos exercícios relativos às 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

	Controladora		Consolidado	
	2004	2003	2004	2003
Investimentos em controladas	373.748	332.698	-	-
Ágio na aquisição de investimento – Nova Flora	-	-	8.015	8.015
Amortização do ágio	-	-	(5.487)	(5.206)
Ágio na aquisição de investimento – Natura Europa	-	-	6.179	-
	<u>373.748</u>	<u>332.698</u>	<u>8.707</u>	<u>2.809</u>

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.

O ágio gerado na compra do ponto comercial onde se localiza a Natura Europa SAS está fundamentado no potencial de rentabilidade do local.

Os investimentos nas controladas diretas estão demonstrados como segue:

	Indústria e Comércio de Cosméticos Ltda.	Natura Cosméticos S.A. Chile	Natura Cosméticos S.A. Peru	Natura Cosméticos S.A. Argentina	Natura Brasil Cosméticos S.A. Portugal	Commodities Trading S.A. Uruguai	Nova Flora Participações Ltda	Natura Inovação e Tec. de Prod. Ltda	Natura Europa SAS	Total
Cotas (ações) do capital social das controladas	328.992	43.780	22.016	65.285	18	297	2.413	5.008	14.115	
Quantidade de cotas (ações ordinárias) possuídas	328.202	43.762	21.983	65.278	18	297	2.413	5.008	14.115	
Percentual de participação	99,76%	99,96%	99,85%	99,99%	99,99%	100%	100%	100%	100%	
Capital social	328.992	43.780	22.016	65.285	18	297	2.413	5.008	14.115	
Patrimônio líquido das controladas	349.223	346	2.940	2.966	(64)	20	1.028	8.214	9.854	374.527
Participação no patrimônio líquido	348.385	346	2.936	2.965	(64)	20	1.028	8.214	9.854	373.684
Lucro líquido (prejuízo) do exercício das controladas	19.859	(4.171)	(431)	(6.333)	(74)	(2)	(1.360)	9	(4.664)	2.833
<b>Valor contábil do investimento na controladora:</b>										
Saldos em 31 de dezembro de 2003	328.574	639	1.921	1.531	11	22	-	-	-	332.698
Aumento em investimentos	-	3.876	1.445	7.766	-	-	9.503	-	14.518	37.108
Adições ao investimento pela incorporação da Natura Empreendimentos S.A.	-	-	-	-	-	-	-	8.205	-	8.205
Resultado da equivalência patrimonial	19.811	(4.169)	(430)	(6.332)	(75)	(2)	(1.360)	9	(4.664)	2.788
Diluição de cotas da Natura Cosméticos S.A.	-	-	-	-	-	-	(833)	-	-	(833)
Constituição (reversão) de provisão para perdas	-	-	-	-	64	-	(6.282)	-	-	(6.218)
Saldos em 31 de dezembro de 2004	<u>348.385</u>	<u>346</u>	<u>2.936</u>	<u>2.965</u>	<u>-</u>	<u>20</u>	<u>1.028</u>	<u>8.214</u>	<u>9.854</u>	<u>373.748</u>
<b>Provisão para perdas demonstrada no passivo a longo prazo:</b>										
Saldos em 31 de dezembro de 2003	-	-	-	-	-	-	(6.282)	-	-	(6.282)
Reversão de provisão	-	-	-	-	-	-	6.282	-	-	6.282
Constituição de provisão	-	-	-	-	(64)	-	-	-	-	(64)
Saldos em 31 de dezembro de 2004	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>(64)</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>(64)</u>

A provisão para perdas em investimentos, constituída em virtude do passivo a descoberto na controlada Nova Flora Participações Ltda., foi revertida em 31 de janeiro de 2004, como consequência da capitalização ocorrida nessa empresa.

## 12. IMOBILIZADO

	Controladora						
	2004			2003			Valor residual
	Taxa anual de depreciação - %	Custo	Depreciação acumulada	Custo	Depreciação acumulada		
Máquinas e equipamentos	10	960	610	350	888	700	188
Veículos	20	13.071	4.788	8.283	9.143	3.577	5.566
Móveis e utensílios	10	3.929	3.031	898	3.844	2.726	1.118
Equipamentos de informática	20	6.868	5.624	1.244	6.497	5.006	1.491
Cessão de direitos de uso de software	20	3.079	1.226	1.853	2.578	704	1.874
Benfeitorias em imóveis de terceiros	12	756	157	599	553	128	425
Adiantamentos a fornecedores	-	-	-	-	78	-	78
Outros	-	6	2	4	6	2	4
		<u>28.669</u>	<u>15.438</u>	<u>13.231</u>	<u>23.587</u>	<u>12.843</u>	<u>10.744</u>

	Consolidado						
	2004			2003			Valor residual
	Taxa anual de depreciação - %	Custo	Depreciação acumulada	Custo	Depreciação acumulada		
Edifícios	4	126.990	19.166	107.824	126.925	14.165	112.760
Instalações	10	64.486	24.757	39.729	62.809	18.872	43.937
Máquinas e equipamentos	10	76.549	32.305	44.244	66.137	25.622	40.515
Veículos	20	19.953	7.816	12.137	14.859	5.772	9.087
Moldes	33	26.879	20.703	6.176	21.084	12.876	8.208
Móveis e utensílios	10	12.809	6.825	5.984	11.114	5.812	5.302
Equipamentos de informática	20	31.910	19.094	12.816	25.765	16.159	9.606
Cessão de direitos de uso de software	20	12.477	5.379	7.098	8.981	2.881	6.100
Benfeitorias em imóveis de terceiros	12	774	175	599	571	147	424
Terrenos	-	15.910	-	15.910	15.910	-	15.910
Adiantamentos a fornecedores	-	19.742	-	19.742	1.534	-	1.534
Imobilizado em andamento	-	21.478	-	21.478	-	-	-
Outros	-	9.856	4.771	5.085	5.147	4.791	356
		<u>439.813</u>	<u>140.991</u>	<u>298.822</u>	<u>360.836</u>	<u>107.097</u>	<u>253.739</u>

## 13. DIFERIDO

Conforme mencionado na nota explicativa nº 1 em 5 de março de 2004 a Sociedade incorporou a empresa Natura Participações S.A. que possuía ágio sobre o investimento na então controlada Natura Empreendimentos S.A., no montante de R\$1.028.041, e correspondente provisão para preservação da distribuição de dividendos futuros no mesmo valor. Esse ágio foi gerado pela incorporação das ações da Natura Empreendimentos S.A. na Natura Participações S.A. em 27 de dezembro de 2000. A referida operação de incorporação das ações foi aprovada pela Assembléia Geral de Acionistas realizada naquela data e os valores estão fundamentados por laudo de avaliação econômica emitido por peritos independentes.

Os valores estão demonstrados como segue:

	Controladora	
	2004	2003
Ágio em investimentos	905.655	-
Provisão para preservação da distribuição de dividendos futuros	(905.655)	-
	<u>-</u>	<u>-</u>

A provisão para preservação da distribuição de dividendos futuros terá como consequência a distribuição de benefícios fiscais da amortização do ágio a todos os acionistas. O valor do ágio está sendo amortizado no prazo de sete anos.

## 14. EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS

Modalidade	Controladora		Consolidado		Vencimento	Encargos	Garantias
	2004	2003	2004	2003			
*Floating Rate Notes*	-	58.989	-	58.989	Março/2004	7,6% + variação cambial (dólar)	Notas promissórias e avais da Natura Empreendimentos S.A. e Natura Participações S.A.
FINEP	-	-	36.545	-	Dezembro/2008	Juros de 3% a.a. + TJLP	Aval, notas promissórias e recebíveis da Natura Cosméticos S.A.
BNDES	31.131	42.294	31.131	42.294	Agosto a outubro/2007	73% (71% em 2003) - juros de 4% a.a. + TJLP 27% (29% em 2003) - juros de 4% a.a. + UMBNDES (**)	Hipoteca e fiança bancária
Empréstimos (repasse *IFC – International Finance Corporation*)	-	-	26.654	-	Dezembro/2011	LIBOR semestral + 6,1% a.a. + variação cambial (dólar)	Notas promissórias e aval da Natura Cosméticos S.A.
Resolução nº 2.770 e conta garantida	-	-	27.828	-	Março/2005	Juros de 105% do CDI	Notas promissórias e aval da Natura Cosméticos S.A.
Empréstimos – Argentina	-	-	6.706	-	Dezembro/2005	Juros de 9,5% a.a. + variação cambial (pesos)	Aval da Natura Cosméticos S.A.
BNDES-FINAME	-	-	3.768	2.786	Abril/2005 e junho/2009	Juros de 5,2% a.a. + TJLP	Alienação fiduciária e aval da Natura Empreendimentos S.A. e Natura Cosméticos S.A.
BNDES-Poc (*)	297	2.009	297	2.009	Fevereiro/2005	Juros de 4,5% a.a. + TJLP	Aval da Natura Cosméticos S.A.
BNDES	-	-	-	1.269	Março/2004	Juros de 3,5% a.a. + TJLP	Alienação fiduciária e aval da Natura Empreendimentos S.A. e Natura Cosméticos S.A.
Empréstimos – França	-	-	1.088	-	Março/2005	Euro Libor + 2% a.a. + variação cambial (euro)	Aval da Natura Cosméticos S.A.
Empréstimos – Chile	-	-	372	-	Janeiro/2005	Juros de 4,6% a.a. + variação cambial (pesos)	Aval da Natura Cosméticos S.A.
ACE	-	-	-	741	Dezembro/2004	Juros de 2,8% a.a. + variação cambial (dólar)	Notas promissórias e aval da Natura Empreendimentos S.A.
<b>Total</b>	<b>31.428</b>	<b>103.292</b>	<b>134.389</b>	<b>108.088</b>			
Curto prazo	<u>11.879</u>	<u>72.240</u>	<u>62.407</u>	<u>75.102</u>			
Longo prazo	<u>19.549</u>	<u>31.052</u>	<u>71.982</u>	<u>32.986</u>			

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

	Consolidado	
	2004	2003
2005	-	12.352
2006	25.359	11.572
2007	21.714	9.018
2008	13.470	44
2009	3.847	-
2010	3.790	-
2011	3.802	-
	<u>71.982</u>	<u>32.986</u>

Os financiamentos em moeda nacional oriundos do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES estão garantidos principalmente pela unidade de Cajamar.

Os empréstimos relativos ao "Floating Rate Notes" estavam representados por linhas de crédito de curto prazo, determinadas substancialmente para a manutenção do capital de giro, e foram liquidados em março de 2004.

## 15. OBRIGAÇÕES TRIBUTÁRIAS

	Controladora		Consolidado	
	2004	2003	2004	2003
ICMS	48.640	30.922	48.650	34.008
IPI	-	-	431	-
COFINS	382	284	4.424	6.159
PIS	84	88	960	1.386
Imposto de renda	-	687	159	876
Contribuição social	-	222	-	327
IRRF	2.873	19.647	4.084	20.319
PIS/COFINS/CSLL (Lei nº 10.633/03)	770	-	1.095	-
Outras	27	-	2.579	1.222
	<u>52.776</u>	<u>51.850</u>	<u>62.382</u>	<u>64.297</u>

Em 2003, os saldos registrados na rubrica "IRRF" referiam-se, substancialmente, ao imposto de renda retido sobre a remuneração das debêntures.

## 16. PROVISÃO PARA CONTINGÊNCIAS

A Sociedade e suas controladas são partes em ações judiciais de natureza tributária, trabalhista e cível e em processos administrativos de natureza tributária. A Administração acredita, apoiada na opinião de seus advogados e consultores legais, que a provisão para contingências é suficiente para cobrir perdas prováveis, baseadas em melhores estimativas, decorrentes de decisões desfavoráveis.

Os saldos das contingências são os seguintes:

	Controladora		Consolidado	
	2004	2003	2004	2003
Tributária	36.970	22.206	53.190	23.866
Trabalhista	2.198	2.411	3.244	2.935
Cível	601	253	3.125	1.580
	<u>39.769</u>	<u>24.870</u>	<u>59.559</u>	<u>28.381</u>

Contingências tributárias – As provisionadas são compostas pelos processos a seguir relacionados:

	Controladora		Consolidado	
	2004	2003	2004	2003
Dedutibilidade da CSLL (Lei nº 9.316/96) <sup>(a)</sup>	8.057	5.223	8.057	5.223
Correção UFIR sobre tributos federais (IRPJ/CSLL/LL) <sup>(b)</sup>	4.694	4.753	4.814	4.874
Auto de infração INSS <sup>(c)</sup>	4.371	3.836	4.371	3.836
IPI – execução fiscal <sup>(d)</sup>	3.353	2.954	3.353	2.954
PIS semestralidade - Decretos-lei nº 2.445/88 e nº 2.449/88 <sup>(e)</sup>	11.039	-	12.370	-
IPI alíquota zero <sup>(f)</sup>	-	-	13.604	-
Honorários advocatícios e outros	5.456	5.440	6.621	6.979
	<u>36.970</u>	<u>22.206</u>	<u>53.190</u>	<u>23.866</u>

(a) Refere-se à contingência de contribuição social sobre o lucro líquido discutida em mandado de segurança em que questiona a constitucionalidade da Lei nº 9.316/96 que proibiu a dedutibilidade da CSLL da sua própria base de cálculo e da base de cálculo do IRPJ. Parte da contingência, no montante de R\$3.245, encontra-se depositada judicialmente.

(b) Refere-se à contingência da incidência da correção monetária pela UFIR dos tributos federais (IRPJ/CSLL/LL) do ano 1991, discutida em mandado de segurança. O valor envolvido nessa contingência encontra-se depositado judicialmente.

(c) Refere-se à contingência de contribuição previdenciária exigida em autos de infração lavrados pelo INSS, em processo de fiscalização, que exigiu da Sociedade, na qualidade de contribuinte solidária, valores de contribuição devidos na contratação de serviços prestados por terceiros. Os valores são discutidos na ação anulatória de débito fiscal e encontram-se depositados judicialmente.

(d) Refere-se à execução fiscal através da qual se pretende cobrar o IPI referente ao mês de julho de 1989 quando da equiparação dos estabelecimentos comerciais atacadistas a estabelecimento industrial pela Lei nº 7.798/89. Os valores envolvidos nessa execução fiscal encontram-se garantidos através de bloqueio de saldo em conta corrente de empresa coligada.

(e) Refere-se à compensação do PIS pago na forma dos Decretos-lei nº 2.445/88 e nº 2.449/88, no período de 1988 a 1995, com impostos e contribuições federais devidos em 2003 e 2004.

(f) Refere-se a créditos de IPI das matérias-primas e materiais de embalagem adquiridos com alíquota zero. A Sociedade impetrou mandado de segurança e obteve liminar concedendo o direito do crédito.

**Contingências trabalhistas** – A Sociedade e suas controladas em 31 de dezembro de 2004 são partes em 163 reclamações trabalhistas movidas por ex-colaboradores e terceiros (168 em 2003), cujos pedidos se constituem em pagamentos de verbas rescisórias, adicionais salariais, horas extras e verbas devidas em razão da responsabilidade subsidiária.

**Contingências cíveis** – A Sociedade e suas controladas em 31 de dezembro de 2004 são partes em 571 ações e procedimentos cíveis (263 em 2003), no âmbito da justiça cível, do juizado especial cível e do PROCON, movidas por Consultoras, consumidores e ex-colaboradores, sendo a maioria referente a pedidos de indenização.

**Depósitos judiciais** – Os depósitos judiciais, que representam ativos restritos da Sociedade, são relacionados a quantias depositadas e mantidas em juízo até a solução dos litígios a que estão relacionadas. Os saldos desses créditos, que em 31 de dezembro de 2004 representavam R\$24.256 (R\$14.595 em 2003) – consolidado, estão classificados sob a rubrica "Depósitos judiciais" no ativo realizável a longo prazo.

**Perdas possíveis** – A Sociedade e suas controladas possuem ações de natureza tributária, cível e trabalhista, envolvendo risco de perda classificados pela Administração e seus advogados e consultores legais como possível, e são compostas pelos seguintes processos, para os quais não há provisão constituída:

	Controladora		Consolidado	
	2004	2003	2004	2003
<b>Tributárias:</b>				
Crédito de IPI sobre aquisições de ativo imobilizado <sup>(a)</sup>	-	-	9.245	4.702
Ação anulatória de débito fiscal de INSS <sup>(b)</sup>	4.199	3.686	4.199	3.686
Auto de infração – preço de transferência, sobre contratos de mútuo <sup>(c)</sup>	1.707	-	1.707	-
Execução fiscal ICMS – Pernambuco <sup>(d)</sup>	-	1.043	-	1.043
Auto de infração – débito fiscal PIS <sup>(e)</sup>	-	2.042	-	2.042
Outras	2.388	2.288	2.860	2.664
	8.294	9.059	18.011	14.137
Cíveis	6.109	5.462	7.799	9.438
Trabalhistas	7.933	2.216	19.094	3.296
<b>Total</b>	<b>22.336</b>	<b>16.737</b>	<b>44.904</b>	<b>26.871</b>

(a) A controlada Indústria e Comércio de Cosméticos Natura Ltda. discute através de mandados de segurança o direito ao crédito de IPI nas aquisições de bens para o ativo imobilizado e de materiais de consumo.

(b) Ação movida pela Sociedade que pretende declarar a inexistência do crédito fiscal cobrado pelo INSS, através de auto de infração lavrado com o objetivo de exigir a contribuição previdenciária sobre a ajuda de custo para a manutenção de veículos, paga às promotoras de venda.

(c) Refere-se a auto de infração lavrado contra a Sociedade no qual a Receita Federal exige IRPJ e CSLL sobre diferença de juros em contratos de mútuo com pessoa jurídica vinculada no exterior. Em 12 de julho de 2004, foi apresentado pedido de impugnação que ainda está pendente de julgamento.

(d) Trata-se de execução fiscal de ICMS em que a Fazenda Estadual pretendia cobrar valores já devidamente quitados pela Sociedade. Com a comprovação do efetivo recolhimento dos impostos, a Secretaria da Fazenda pediu, em 3 de novembro de 2004, a extinção do processo sem condenação da Sociedade no pagamento das custas processuais e dos honorários de sucumbência.

(e) Auto de infração referente à cobrança de PIS sobre as diferenças existentes entre a base de cálculo apurada de acordo com a Lei Complementar nº 7/70 e os Decretos-lei nº 2.445/88 e nº 2.449/88. Face aos precedentes jurisprudenciais existentes, tanto no Conselho de Contribuintes quanto no Supremo Tribunal Federal, a Sociedade e seus consultores jurídicos entendem que o risco de perda passou para remoto em 2004.

## 17. PARTICIPAÇÃO DOS COLABORADORES E ADMINISTRADORES NO LUCRO

A Sociedade e suas controladas concedem participação nos lucros a seus colaboradores e administradores, vinculada ao alcance de metas operacionais e objetivos específicos, estabelecidos e aprovados no início de cada exercício. Em 31 de dezembro de 2004, foi registrada como contas a pagar a título de participação nos lucros no montante de R\$34.990 (R\$20.466 em 2003), registrada na rubrica "Salários, Participações e Encargos Sociais" no consolidado, com contrapartida em "Despesas operacionais" nas demonstrações do resultado dos exercícios.

A parcela referente a participação dos administradores no lucro é de R\$5.758 em 31 de dezembro de 2004 (R\$3.776 em 2003).

## 18. DEBÊNTURES A PAGAR

	Consolidado	
	2004	2003
<b>Circulante:</b>		
Debêntures a pagar	-	102.170
Exigível a longo prazo:		
Debêntures a pagar	-	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 2003 foram subscritas 130.656.000 debêntures, que totalizaram 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 passou a ser 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.

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, apurado até 31 de janeiro de 2004, líquido do IRRF – o efeito no resultado do período foi de R\$7.178), fossem vertidas ao patrimônio líquido da Sociedade, sendo o montante de R\$138.569 como aumento de capital, no montante de 3.299 ações ordinárias, e o restante, R\$100.000, referente ao ágio gerado na emissão de ações e contabilizado como reserva de capital. Os efeitos de tal ato societário estão sendo mencionados na nota explicativa nº 19.b).

## 19. PATRIMÔNIO LÍQUIDO

**a) Incorporação de empresas** – 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.

**b) Capital social** – Em 31 de dezembro de 2003 o capital social era de R\$56.387, dividido em 25.000 ações ordinárias sem valor nominal e 10.955 ações preferenciais sem valor nominal.

Em 2 de março de 2004, os acionistas reunidos em Assembléia Geral Extraordinária deliberaram: (i) capitalizar os créditos resultantes do resgate das debêntures subordinadas de sua titularidade e da remuneração líquida das debêntures até 31 de janeiro de 2004; e (ii) desdobrar as ações de emissão da Sociedade na proporção de 2.099 ações para cada ação já existente. Os créditos capitalizados eram no valor total de R\$238.569 e foram aplicados na constituição de uma reserva de capital no valor de R\$100.000 e em um aumento de capital no valor de R\$138.569, mediante a emissão de 3.299 novas ações ordinárias ao preço de emissão de R\$72,3 mil por ação, as quais foram subsequentemente desdobradas, na proporção de 2.099 ações para cada ação já existente, resultando em um capital social de R\$194.956, dividido em 59.399.601 ações ordinárias e 22.994.545 ações preferenciais. Em Assembléia Geral de 5 de março de 2004, os acionistas aprovaram, entre outras matérias:

**b.1)** Incorporar as empresas Natura Participações S.A. e Natura Empreendimentos S.A., ambas controladoras da Sociedade naquela época.

**b.2)** Cancelar as ações da Sociedade detidas pelas controladoras incorporadas.

**b.3)** Alterar, conseqüentemente, o Estatuto Social, passando a ser R\$196.371, dividido em 83.266.061 ações.

Em 24 de maio de 2004 em Reunião do Conselho de Administração foi deliberado o aumento de capital da Sociedade, dentro do limite do capital autorizado, em virtude do exercício do direito de conversão das debêntures de emissão da Sociedade, integralmente subscritas pelo BNDES Participações S.A., em ações ordinárias da Sociedade, conforme previsto na Escritura Particular de Emissão de Debêntures Nominativas Conversíveis em Ações Ordinárias, datada de 23 de fevereiro de 2001.

Conseqüentemente, foram subscritas 2.172.550 ações ordinárias nominativas, sem valor nominal, totalizando R\$34.391, passando o capital social da Sociedade de R\$196.371, dividido em 83.266.061 ações ordinárias, para R\$230.762, dividido em 85.438.611 ações ordinárias.

Em 31 de dezembro de 2004, o capital social da Sociedade é de R\$230.762. O capital subscrito e integralizado está representado por 85.438.611 ações ordinárias sem valor nominal.

**c) Valores a receber de administradores** – Para o exercício de 2004 o montante de R\$3.029 foi reclassificado da rubrica "Valores a receber de acionista" para a rubrica "Reserva de capital" até que seja integralizado. Os detalhes estão divulgados na nota explicativa nº 10.f).

**d) Juros sobre o capital próprio** – A Administração da Sociedade, em reunião da 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. Em 31 de dezembro de 2004, o valor bruto de juros sobre o capital próprio é de R\$29.442 (R\$10.049 em 2003) e foi calculado observando-se os limites legais, inclusive quanto ao dividendo mínimo obrigatório de 30% (25% em 2003) 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.

**e) Política de distribuição de dividendos** – Os acionistas terão direito a receber, em cada exercício, a título de dividendos, o percentual mínimo obrigatório de 30% (25% em 2003) sobre o lucro líquido, considerando, principalmente os seguintes ajustes:

- Acréscimo das importâncias resultantes da reversão, no exercício, de reservas para contingências, anteriormente formadas.
- Decréscimo das importâncias destinadas, no exercício, à constituição da reserva legal e de reservas para contingências.

O Estatuto Social faculta à Sociedade levantar balanços semestrais e intermediários e, com base neles, autoriza a distribuição de dividendos mediante aprovação pelo Conselho de Administração.

A Sociedade pagou, em agosto de 2004, dividendos e juros sobre o capital próprio, em um montante de R\$73.266 e R\$11.403, respectivamente, sobre os resultados auferidos no primeiro semestre do corrente exercício. O saldo remanescente dos dividendos e juros sobre o capital próprio, no montante de R\$113.644 e R\$13.623, respectivamente, será pago em 2005.

Os dividendos foram calculados conforme demonstrado a seguir:

	Controladora	
	2004	2003
Lucro líquido do exercício	300.411	65.162
Reserva legal sobre o lucro	(15.021)	(3.258)
Base de cálculo para os dividendos mínimos	285.390	61.904
Dividendos mínimos obrigatórios	30%	25%
Dividendos anual mínimo	85.617	15.476
Dividendos complementares	-	3.668
Dividendos propostos	186.910	20.000
Juros sobre o capital próprio, líquidos de IRRF	25.026	8.542
IRRF	4.416	1.507
Total de juros sobre o capital próprio e dividendos	216.352	33.717
Valor excedente ao dividendo mínimo obrigatório	130.735	18.241
Dividendos por ação – R\$	2,204	0,658
Juros sobre o capital próprio por ação – R\$	0,347	0,279

**f) Ações em tesouraria** – Em 31 de dezembro de 2004, as ações ordinárias em tesouraria totalizavam 651.849, a um custo médio de R\$1,6970.

**g) Ágio na emissão de ações** – Refere-se ao ágio gerado na emissão das 3.299 ações ordinárias decorrente da capitalização das debêntures no montante de R\$100.000, conforme detalhes no item b) anterior.

**h) Reserva de retenção de lucros** – Em 31 de dezembro de 2004 e de 2003 a reserva de retenção de lucros foi constituída nos termos do artigo 196 da Lei nº 6.404/76 com o objetivo de aplicação em futuros investimentos, nos montantes de R\$76.024 e R\$31.855, respectivamente. A reserva constituída em 2003 foi utilizada em 5 de março de 2004, para absorção de passivos excedentes decorrentes das incorporações das empresas Natura Empreendimentos S.A. e Natura Participações S.A. conforme mencionado no item b) anterior.

## 20. PROGRAMAS DE OUTORGA DE OPÇÕES DE AÇÕES

Em 1998, a extinta Natura Empreendimentos S.A. aprovou uma política de incentivo a determinados diretores e gerentes das Empresas do Grupo, através do qual poderiam adquirir ações. Posteriormente, esse Programa foi assumido pela também extinta Natura Participações S.A., mantendo-se inalteradas as bases gerais do Programa de Outorga de Opções.

Em 5 de março de 2004, a Assembléia Geral de Acionistas da Natura Cosméticos S.A. aprovou incorporar a Natura Empreendimentos S.A. e a Natura Participações S.A., assumindo completamente o Programa de Outorga de Opções. Como tornou-se uma companhia aberta, a Natura Cosméticos S.A. alterou seu Programa de Outorga de Opção, que teve como principais mudanças, os critérios para fixação do preço da subscrição ou compra, e a obrigatoriedade de recompra das ações por parte da Sociedade, que deixou de existir.

O Conselho de Administração reúne-se anualmente para, dentro das bases gerais do Programa, estabelecer o Plano, indicando os diretores e gerentes que receberão as opções e a quantidade total a ser distribuída.

Anteriormente ao processo de abertura de capital, o valor para o exercício das opções era atualizado pela variação da inflação apurada pelo Índice de Preços ao Consumidor – Amplo (IPC-A). A Sociedade tinha a obrigação da recompra das ações. Dentro dessas regras, foram aprovados os Planos de 2000, 2001, 2002, 2003 e 2004.

Os planos de 2000 e 2001 possuem um prazo de três anos para o exercício das opções, ou seja, terá o direito de exercer

as opções à razão de 1/3 ao ano. Os planos de 2002, 2003 e 2004 possuem prazo de quatro anos para exercício das opções, sendo 50% ao final do terceiro ano e 50% ao final do quarto ano, do vencimento dos referidos planos.

Posteriormente ao processo de abertura de capital, a Administração da Sociedade, reunida em 26 de abril de 2004, alterou referidos Programas, nos quais a Sociedade não tem mais a obrigação de recomprar as ações adquiridas dentro do Programa, bem como alterou o critério de determinação do valor de compra ou subscrição de ações, que passou a ser o preço médio de mercado das ações ordinárias, da Sociedade, na BOVESPA nos últimos dez pregões, além de continuar a ser atualizado pelo IPC-A. O prazo máximo para o exercício das opções recebidas é de dois anos, contados da data em que todas as suas opções se tornarem maduras (passíveis de serem exercidas).

As informações relativas aos planos de opções de compra de ações estão resumidas a seguir:

#### Número de opções de compra (em ações):

Saldo de opções em 1º de fevereiro de 2004 (após incorporação da Natura Participações S.A.)	2.476.351
Opções canceladas	(75.146)
Opções exercidas (*)	(985.877)
Opções distribuídas	380.292
Saldo das opções em 31 de dezembro de 2004.	1.795.620

\* Abertura das opções exercidas até 31 de dezembro de 2004.

Opções convertidas e vendidas	841.064
Opções convertidas em ações e retidas	144.813
Total das opções exercidas	985.877

As opções convertidas e vendidas geraram desembolso de caixa no montante de R\$11.086, resultante da diferença entre o valor pago pelos opcionistas, no montante de R\$16.574, e o valor pago pela Natura Cosméticos S.A, na recompra, no montante de R\$27.660.

Saldo de opções de compra em ações por planos:

	Número de opções de compra (em ações)	Valor para exercício corrigido pelo IPC-A até 31 de dezembro de 2004
2000	10.348	17,65
2001	84.513	18,51
2002	743.439	25,69
2003	585.786	14,39
2004	371.534	35,41
<b>Total</b>	<b>1.795.620</b>	

Conforme já mencionado, a Sociedade, a partir da abertura de capital, não tem mais a obrigação de recomprar as ações adquiridas dentro do programa, e, tendo em vista a não-obrigatoriedade de contabilização da provisão relativa ao Programa de Outorga de opção conforme orientação constante no Ofício-Circular nº 01/04 da CVM e não-adoção dessa prática pelas empresas de capital aberto no Brasil, o montante de R\$9.564, relativo a essa provisão, foi revertido em 30 de junho de 2004, tendo como contrapartida as contas de despesas administrativas no montante de R\$2.578 e lucros acumulados no montante de R\$6.986. O montante de R\$6.986, contabilizado na conta "Lucros acumulados", deve-se

ao fato de a provisão ter sido originada na empresa Natura Participações S.A. e recebida pela Natura Cosméticos S.A. por meio de acervo líquido no processo de incorporação realizado em março de 2004, conforme divulgado na nota explicativa nº 1, e, portanto, sem reflexo no resultado da Sociedade.

Em 31 de dezembro de 2004, caso a Administração da Sociedade optasse em reconhecer contabilmente os efeitos dos planos, levando em consideração o prazo de maturidade e utilizando o método de valor intrínseco (a diferença entre o preço de mercado obtido em 31 de dezembro de 2004 e o valor da opção corrigido pelo IPC-A), o lucro líquido "pro forma", consolidado, para o exercício findo em 31 de dezembro de 2004 seria de R\$242.981, conforme demonstrado a seguir:

	2004
Lucro líquido do exercício – societário	300.294
Efeito dos planos levando em consideração o prazo de maturidade	(57.313)
Lucro líquido do exercício – "pro forma"	242.981

O lucro líquido "pro forma" inclui todos os efeitos estimados, para os acionistas, decorrentes do provável exercício das opções.

Em 31 de dezembro de 2004, o preço de mercado unitário da ação era de R\$77,50.

#### 21. PLANO DE PENSÃO

A partir de 1º de agosto de 2004 a Sociedade implantou um plano de previdência complementar na modalidade de contribuição definida, para todos os colaboradores admitidos pela Natura e suas controladas. Nos termos do regulamento desse plano, o custeio é paritário, de modo que a parcela da Sociedade equivale a 60% daquela efetuada pelo colaborador de acordo com uma escala de contribuição embasada em faixas salariais, que variam de 1,0% a 5,0% da remuneração do colaborador. O plano está sendo administrado pela Brasilprev Seguros e Previdência S.A. e as contribuições realizadas pela Sociedade totalizaram R\$1.313 em 31 de dezembro de 2004.

#### 22. 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 Sociedades 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" e "forward", 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. Essas operações consistem em "swaps" entre duas taxas variáveis: moeda estrangeira e CDI.

Em 31 de dezembro de 2004 e de 2003, a Sociedade manteve operações de "swap" e "forward" com instituições financeiras nos montantes de R\$74.007 e R\$65.558, respectivamente. Essas operações resultaram em ajustes negativos de R\$6.138 e R\$9.012, respectivamente, registrados no passivo circulante. A exposição cambial está preponderantemente indexada ao dólar norte-americano.

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 2004 e de 2003, os valores de mercado das disponibilidades, aplicações financeiras e contas a receber e a pagar aproximam-se dos valores registrados nas demonstrações contábeis devido à natureza de curto prazo destes. Os valores de mercado dos empréstimos e financiamentos aproximam-se substancialmente dos valores registrados nas demonstrações contábeis devido a esses instrumentos financeiros terem taxas de juros variáveis. Os valores de mercado das debêntures, em 31 de dezembro de 2003, eram iguais aos valores registrados nas demonstrações contábeis, pois a Sociedade tinha a opção de quitar essas debêntures a qualquer momento pelo valor contábil. Conforme mencionado na nota explicativa nº 18, em março de 2004, como parte da reestruturação societária, as debêntures foram vertidas ao patrimônio líquido da Sociedade.

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

	Consolidado			
	2004		2003	
	Valor contábil	Valor de mercado	Valor contábil	Valor de mercado
Operações de "swap" e "forward"	6.138	6.494	9.012	6.783

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

#### 23. 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 2004, é assim demonstrada:

Itens	Tipo de cobertura	Importância segurada
Complexo industrial/ estoques	Quaisquer danos materiais a edificações, instalações e máquinas e equipamentos	R\$ 384.862 mil
Veículos	Incêndio, roubo e colisão para 816 veículos	R\$ 16.891 mil
Lucros cessantes	Não-realização de lucros decorrentes de danos materiais em instalações, edificações e máquinas e equipamentos de produção	R\$ 558.270 mil



**Demonstrações do Fluxo de Caixa**

 para os exercícios findos em 31 de dezembro de 2004 e de 2003  
 (em milhares de reais – R\$)

(Em R\$ mil)	Consolidado	
	2004	2003
<b>ATIVIDADES OPERACIONAIS</b>		
Lucro líquido do exercício	300.294	63.884
Ajustes para reconciliar o lucro líquido ao caixa gerado pelas atividades operacionais:		
Depreciações e amortizações	34.340	33.673
Variações monetárias e cambiais líquidas	7.353	(14.076)
Provisão decorrente dos contratos de "swap"	4.243	36.581
Provisão para contingências	33.052	16.551
Provisão estoque obsoleto	7.007	588
Outras provisões	1.420	2.762
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(9.634)	(3.528)
Valor do resultado na venda de ativo permanente	1.828	1.596
Remuneração de debêntures, líquida dos impostos	5.743	102.170
Participação de minoritários	(1)	(60)
	<u>385.645</u>	<u>240.141</u>
<b>(AUMENTO) REDUÇÃO DOS ATIVOS</b>		
Circulante:		
Contas a receber	(68.455)	(23.042)
Estoques	(49.715)	(5.406)
Outros ativos	532	1.304
Realizável a longo prazo:		
Depósitos judiciais	(9.073)	(11.296)
Outros ativos	115	3.934
<b>Subtotal</b>	<u>(126.596)</u>	<u>(34.506)</u>
<b>AUMENTO (REDUÇÃO) DOS PASSIVOS</b>		
Circulante:		
Fornecedores	19.099	4.417
Salários e encargos sociais	21.691	8.498
Obrigações tributárias	(20.705)	6.183
Outros passivos	8.517	(21.769)
Exigível a longo prazo:		
Outros passivos	(1.448)	(1.432)
<b>Subtotal</b>	<u>27.154</u>	<u>(4.103)</u>
<b>CAIXA LÍQUIDO GERADO NAS ATIVIDADES OPERACIONAIS</b>	<u>286.203</u>	<u>201.532</u>
<b>ATIVIDADES DE INVESTIMENTO</b>		
Adições de imobilizado	(76.886)	(23.891)
Investimentos	(6.179)	-
<b>CAIXA LÍQUIDO UTILIZADO NAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTOS</b>	<u>(83.065)</u>	<u>(23.891)</u>
<b>ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO</b>		
Redução em empréstimos de curto e longo prazos	(9.130)	(82.458)
Pagamento de dividendos	(130.003)	(9.103)
Pagamento de juros sobre o capital próprio	(11.403)	(3.292)
Remuneração de debêntures	-	(4.080)
Venda de ações em tesouraria	630	-
<b>CAIXA LÍQUIDO UTILIZADO NAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO</b>	<u>(149.906)</u>	<u>(98.933)</u>
Incorporação da Natura		
Empreendimentos S.A. e Natura	42.269	-
Participações S.A. via acervo líquido	95.501	78.708
<b>AUMENTO LÍQUIDO NAS DISPONIBILIDADES</b>	<u>136.111</u>	<u>57.403</u>
Saldo inicial do caixa	231.612	136.111
<b>VARIAÇÃO NO CAIXA</b>	<u>95.501</u>	<u>78.708</u>
<b>INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES SOBRE O FLUXO DE CAIXA</b>		
Pagamentos de imposto de renda e contribuição social	84.378	13.468
Pagamentos de juros sobre empréstimos e financiamentos	12.061	9.657
Pagamento de contratos de "swap"	9.170	8.134

**Demonstrações do Valor Adicionado**

 para os exercícios findos em 31 de dezembro de 2004 e de 2003  
 (em milhares de reais – R\$)

(Em R\$ mil)	Consolidado			
	2004	2003		
<b>RECEITAS</b>	<u>2.509.073</u>	<u>1.879.961</u>		
Vendas de mercadorias, produtos e serviços	2.533.614	1.904.835		
Provisão para devedores duvidosos - reversão/constituição	(23.673)	(26.329)		
Não operacionais	(868)	1.455		
<b>INSUMOS ADQUIRIDOS DE TERCEIROS</b>	<u>(1.365.906)</u>	<u>(942.240)</u>		
Custo das mercadorias e dos serviços vendidos	(852.405)	(555.757)		
Materiais, energia, serviços de terceiros e outros	(513.501)	(386.483)		
<b>VALOR ADICIONADO BRUTO</b>	<u>1.143.167</u>	<u>937.721</u>		
<b>RETENÇÕES</b>	<u>(34.340)</u>	<u>(33.673)</u>		
Depreciação e amortização	(34.340)	(33.673)		
<b>VALOR ADICIONADO PRODUZIDO PELA SOCIEDADE</b>	<u>1.108.827</u>	<u>904.048</u>		
<b>VALOR ADICIONADO RECEBIDO EM TRANSFERÊNCIA</b>	<u>35.414</u>	<u>34.339</u>		
Receitas financeiras	35.414	34.339		
<b>VALOR ADICIONADO TOTAL A DISTRIBUIR</b>	<u>1.144.241</u>	<u>938.387</u>		
<b>DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO</b>	(1.144.241)	(938.387)	100%	100%
Pessoal e encargos	(247.291)	(177.783)	21%	19%
Impostos, taxas e contribuições	(547.804)	(502.084)	48%	53%
Despesas financeiras e aluguéis	(41.675)	(66.987)	4%	7%
Participação de debêntures no resultado	(7.178)	(127.709)	1%	14%
Dividendos	(186.910)	(23.668)	17%	3%
Juros sobre o capital próprio	(29.442)	(10.049)	2%	1%
Participação minoritária no resultado	1	60	0%	0%
Lucro retido*	(83.942)	(30.167)	7%	3%

\* Está sendo eliminado o lucro não realizado com controladas.

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

Dos valores registrados na rubrica "Impostos, taxas e contribuições" em 2004 e 2003, os montantes de R\$296.892 e R\$224.160, respectivamente, referem-se ao ICMS substituição tributária, incidente sobre a margem de lucro presumida definida pelas Secretarias das Fazendas Estaduais, obtida nas vendas realizadas pelas Consultoras Natura para o consumidor final.

Para a análise desse impacto tributário na demonstração do valor adicionado, tais valores devem ser deduzidos daqueles 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, nos montantes de R\$1.059.324 e R\$795.764, em 2004 e 2003, respectivamente, considerando-se a margem de lucro presumida de 30%.

## Parecer dos Auditores Independentes

Ao Conselho de Administração e 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 2004 e 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 2004 e 2003, o resultado de suas operações, as mutações de seu patrimônio líquido e as origens e aplicações de seus recursos referentes aos exercícios findos naquelas datas, 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.

São Paulo, 4 de fevereiro de 2005

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:** José David Vilela Uba, Vice-Presidência de Finanças e Informações, e Rodolfo Witzig Guttilla, Diretoria de Assuntos Corporativos e Relações Governamentais

**Coordenação Editorial:** Cynthia Rosenburg, Gerência de Comunicação Corporativa, Karen Cavalcanti e Juliana Nappo, Gerência de Comunicação Institucional

**Redação de Textos:** Antonio Felix, José Paulo Kupfer, Mauricio Lara e Renato Modernell

**Entrevistas com os Personagens:** Museu da Pessoa

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

**Revisão:** Lucy Guello e Ruy Azevedo

**Direção de Arte:** 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:** Alan Nascimento, Alesandra Quintão, Alessandro Carlucci, Alessandro Mendes, Aline de Oliveira, Ana Luiza Nossar, André Battaglia, Antonio Siqueira, Antonio Youssef, Aureo de Almeida, Camila Fornazari, Camila Souto, Carmen Nascimento, Carolina Pulizzi, Caroline Moreira, Claudia Falcão, Cláudia Granato, Cláudio Souza, Cristiane Barbosa, Cristiane de Moraes, Cristina Liberado, Cynthia Rosenburg, Daniela Galli, David Uba, Denise Asnis, Diana Sonobe, Ednalva Moreira, Eduardo Luppi, Elaine Lemes, Elenilza Amorim, Eliane dos Anjos, Eliane Munford, Elizabete Vicentini, Euclydes Filho, Fabiana de Almeida, Fernando Oliveira, Flavia Motta, Flávio Pesiguelo, Franci Sérgio Koja, Frederico Bandini, Gabriela Scannapieco, Georgia Bernardes, Gerardo Iglesias, Gilberto Batistão, Gisela Toledo, Gislaine Lima, Giuliana Ortega, Hector Avedano, Indramara Albuquerque, Isabel Ferreira, Itamar Correia da Silva, Janice Casara, Jean Gesztesi, Jorge Leyton, José Carlos Dias, Juan Rivadeneyra, Júlia Gianzanti, Juliana Fullmann, Juliene Piniano, Karen Cavalcanti, Karina Aguiar, Kyioco Kondo, Laura Gambeta, Leandro Machado, Lidia Pinto, Liliane Lima, Luciana Villa Nova, Lucilene Prado, Luiz Carlos, Luiz Foggetti, Luiza Cruz, Malu Garcia, Marcel Goya, Marcelo dos Santos, Marcelo Soderi, Márcio Mansur, Marcio Tomoyosi, Marcos Bianchi, Maria Amélia de Moraes, Maria Isabel Diniz Luz, Maria Rosa Meira, Marie Ywasaki, Mario de Oliveira, Mauricio Bellora, Moacir Salzstein, Mônica Gianotti, Mônica Gregori, Mônica Ogando, Natali Lima, Nelmara Arbex, Nivaldo Pizzinato, Olivia Hirakawa, Pedro Villares, Plínio Yasbek, Renata Sbardellini, Renato Wakimoto, Ricardo Capella, Ricardo Dessen, Ricardo Yoshida, Roberto Zardo, Rodolfo Guttilla, Rodrigo Onias, Rodrigo Roux, Rosana Pistoressi, Rosângela Brandão, Rosemeire Áquila, Sebastião Sampaio Alves, Sérgio Delarcina, Simoni Chitarra, Solange Rubio, Sônia Tuccori, Sophia Ribeiro, Soraia Pena, Stefania Valle, Susy Yoshimura, Tarcila Chiodin, Teresa Chiocchetti, Vinicius Dalben, William Lussier, Wilson Ergonomista, Yve Muniz

**Créditos Fotográficos:** 1ª capa e 4ª capa: Arnaldo Pappalardo; Orelha da 1ª capa: Eduardo Simões; Página 1: Arnaldo Pappalardo; Página 2: Eduardo Simões; Página 6 e 7: Montagem com fotos de Arnaldo Pappalardo (castanha-do-brasil e mãe e filha), Willy Biondani (praia) e Matthieu Belin; Páginas 12 e 13: Eduardo Simões; Página 15: Arnaldo Pappalardo; Páginas 18 e 19: Eduardo Simões; Página 21: Arnaldo Pappalardo; Páginas 26 e 27: Eduardo Simões; Páginas 29 a 33: Eduardo Simões; Páginas 35 a 37: Arnaldo Pappalardo; Páginas 38 e 39: Eduardo Simões; Página 41: Arnaldo Pappalardo; Páginas 44 e 45: Arnaldo Pappalardo; Página 46: Rafael Quintino; Páginas 48 e 49: Eduardo Simões; Página 51: Willy Biondani; Página 55: Montagem com fotos de Pedro Martinelli (reserva extrativista) e Arnaldo Pappalardo; Página 60: Fotos de Divulgação; Página 62: Willy Biondani; Páginas 64 e 65: Eduardo Simões; Página 70: Marcos Suguio; Página 80: Arnaldo Pappalardo; Página 89: Arnaldo Pappalardo; Página 127: Arnaldo Pappalardo.

**Monotipias sobre Fotos de:** Willy Biondani (páginas 10-11, 14, 34 e 106); Bob Wofenson (1ª capa e páginas 8-9); Marcos Suguio (páginas 28-29 e 108); Matthieu Belin (páginas 3, 4 e 40); Pedro Martinelli (4ª capa, páginas 20 e 50); Roberto Linsker (páginas 66 e 76).



*Este Relatório foi composto em GillSans e impresso em papel reciclado 240 g/m<sup>2</sup> na capa e 120 g/m<sup>2</sup> no miolo. Desta edição foram impressos 7.000 exemplares em português, 1.500 exemplares em inglês e 500 exemplares em espanhol.*

*As monotipias, processo de gravura que dá origem a uma única cópia, foram feitas por Rogério Trezza e Wilson Spinardi Junior sobre fotos de vários autores.*

São Paulo, 2005.

## Natura Brasil

Indústria e Comércio  
de Cosméticos Natura Ltda.  
Rod. Anhanguera, km 30,5 - s/nº  
CEP 07750 000 - Cajamar - SP  
Tel. (55 11) 4446 2000  
Fax (55 11) 4446 2093

Natura Cosméticos S.A.  
Rod. Régis Bittencourt, km 293 - s/nº  
CEP 06882 700 - Itapeceira da Serra - SP  
Tel. (55 11) 4147 8300  
Fax (55 11) 4147 8636

Centro de Distribuição - Matias Barbosa  
Rodovia BR 040, km 800, Lote 5  
Bairro Empresarial Parque Sul  
CEP 36120 000 - Matias Barbosa - MG  
Tel./Fax (55 32) 3273 2766

Centro de Distribuição - Uberlândia  
Rua Ignês Favato, 301, Distrito Industrial  
CEP 38402 340 - Uberlândia - MG  
Tel. (55 34) 3222 8202  
Fax (55 34) 3232 2126

## Natura Argentina

Av. del Libertador, 1295 - 1º piso  
Vicente López (1638)  
Capital Federal - Argentina  
Tel. (54 11) 4837 6100  
Fax (54 11) 4837 6005

## Natura Chile

Ricardo Lyon, 222 of 201  
Providencia - Santiago - Chile  
Tel. (56 2) 620 9200  
Fax (56 2) 620 9230

## Natura Peru

Av. Del Ejército, 801  
Miraflores - Lima 18 - Peru  
Tel. (51 1) 440 1362  
Fax (51 1) 440 1362 ex. 275

## Natura Europa

2, carrefour de La Croix-Rouge  
Saint Germain de Près  
75006 - Paris - France  
Tel. 33 (0) 1 42 22 12 59  
Fax 33 (0) 1 45 48 45 54



Este Relatório Anual está disponível também em braile e em tipografia para visão subnormal. Para ter acesso a esse documento, ligue para o telefone (11) 4446 2540



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