

Marcas & Negócios

ELA USA

Cosméticos com preços acessíveis

Até 2027, é previsto que o setor de beleza atinja cerca de US\$ 580 bilhões, crescendo 6% ao ano. A constatação foi feita pela empresa de consultoria McKinsey Global Institute, indicando a expansão mundial do segmento especialmente por conta dos hábitos dos consumidores, que estão cada vez mais preocupados com a aparência.

Considerado um mercado pujante, inovador e extremamente concorrido, a área de cosméticos tem movimentado a indústria de forma significativa. Segundo a Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC), nos últimos cinco anos, mais de 480 mil profissionais foram empregados direta ou indiretamente.

Em Brasília, a marca Ela Usa tem contribuído para esse resultado positivo. Distribuidora on-line voltada para o mercado de beleza e cosméticos, o negócio surgiu com o intuito de se tornar referência. “Em 2010, antes do Ela Usa, administrava um e-commerce voltado para o mercado de Nail Design. Esse projeto foi um verdadeiro fenômeno no Facebook, evidenciando a importância da experiência digital e o impacto das redes sociais”, conta Alex Nakanishi, fundador e diretor de compras.

O empreendedor indicou que, ao perceber o protagonismo do público

feminino nessas plataformas, ele deu um grande passo, em 2018, para assumir a gestão de revenda dos salões Hélio, H.ex e H. Compre e Aplique. Quando fundou o e-commerce, Alex trouxe à tona uma comunidade para inspirar e transformar o futuro do mundo da beleza.

“Somos, antes de tudo, uma comunidade. Nossas clientes usam os produtos, recomendam para outras pessoas e compartilham suas experiências. Trabalhamos para oferecer produtos de alta performance com preços acessíveis. Nosso grande diferencial é a curadoria: selecionamos marcas com base no feedback de cabeleireiros e influencers especializados em beleza”, destaca Alex.

Para o fundador, o mercado on-line é extremamente desafiador devido à presença de muitos players relevantes. “Em 2019, chegamos a considerar suspender as operações digitais para focar no crescimento das operações físicas”, confessa. No entanto, a diretora de Marketing, Dany Schnabel, defendeu que o Ela Usa deveria manter a sua atuação, mas também ir além de um e-commerce.

Alex conta que, nesse processo, o maior desafio foi criar as rotinas necessárias para um crescimento contínuo. “Durante a pandemia, tivemos que redirecionar nosso foco do varejo físico para o digital. Trabalhamos intensamente para compreender e nos adaptar

Três perguntas para Alex Nakanishi, fundador e diretor de compras do Ela Usa:



Quais são os valores fundamentais da Ela Usa?

Acreditamos que o futuro da beleza será global e inclusivo. O padrão de beleza será definido pelo bem-estar das pessoas consigo mesmas. Queremos que as nossas clientes consumam beleza como uma realização pessoal, com acesso aos melhores produtos do mundo a preços acessíveis.

Como você enxerga o aumento das compras virtuais?

O digital promove transparência e acessibilidade, impulsionando o crescimento do mercado de beleza no ambiente virtual. Tendências como inteligência artificial, redes sociais e o metaverso estão transformando a forma como nos conectamos com os consumidores.

Por isso, focamos em oferecer uma experiência mais humana, valorizando momentos simples, como o prazer de usar nossos produtos e os resultados que eles entregam. O futuro será omnichannel, integrando diferentes canais de forma fluida, mas sempre com um toque humano que cria conexões genuínas.

Como a empresa avalia o papel do e-commerce no futuro do mercado de cosméticos e cuidados pessoais?

O e-commerce traz transparência e acessibilidade. Por meio dele, nossos clientes têm acesso a produtos de alta qualidade, preços competitivos e uma experiência alinhada às melhores práticas globais.

às transformações sociais e tendências globais. No início, nosso principal objetivo era construir uma comunidade focada em criar conteúdo informativo e relevante, indo além de apenas vender ou gerar desejo”, indica.

Consolidando a marca como uma referência no digital para compras de cosméticos, a Ela Usa buscou expandir as suas fronteiras de atuação. “Inauguramos há um ano o Ela Usa Hcosméticos, ao lado do shopping Pier 21. É um salão de conteúdo, onde a rotina do salão se torna o motor do nosso Marketing. No local, as clientes podem realizar serviços, retirar pedidos comprados on-line e conhecer os cabeleireiros mais capacitados do Brasil”, exemplifica.

Todo esse processo trouxe resultados

significativos para a Ela Usa. Alex informa que, em 2024, a marca dobrou o volume de vendas. Para 2025, a expectativa é de um crescimento significativo com a introdução de três marcas japonesas: Fino, Tsubaki e Senka. “Essas marcas são fenomenais, e o Japão já vive o futuro da beleza”, antecipa.

A comunidade

O fundador da Ela Usa acredita que o maior diferencial da marca está atrelado à comunidade criada com as clientes. “Elas aprendem e ensinam umas às outras como usar nossos produtos. Muitas das nossas influencers começaram como clientes. Além disso, trabalhamos apenas com marcas que usamos e acreditamos no salão”, pontua.

TARIFA / A partir de 2025, clientes com perfil de grandes consumidores, como empresas, produtores agrícolas e alguns condomínios, passarão a seguir novos critérios de cobrança. A expectativa é que GDF arrecade mais de R\$ 6 milhões

Nova cobrança pela água

» CARLOS SILVA

Agência Reguladora de Águas, Energia e Saneamento Básico (Adasa) oficializou os procedimentos para a cobrança dos chamados grandes usuários de água no Distrito Federal a partir de 2025. Assim, fica estabelecido que consumidores com esse perfil — indústrias e produtores agrícolas, por exemplo, que utilizam mais de 200 milhões de litros anuais — passarão a ter data certa para realizar os pagamentos, e a forma de acesso aos boletos será exclusivamente pela Internet, entre outras providências. Além disso, o cálculo do consumo, nessas situações específicas, será estabelecido, caso a caso, pelo Conselho de Recursos Hídricos do DF (CRH-DF), utilizando dados hidrográficos da região. Até então a cobrança não obedecia tais normas, baseando-se na Resolução 02/2019, que, além de não tomar em conta as características de cada cliente, deixava em aberto critérios, como prazos para quitar a dívida, por exemplo.

A determinação, publicada no *Diário Oficial do DF*, na quinta-feira, pretende promover a valorização e a gestão sustentável da água. Segundo a Adasa foram identificados cerca de 1.600 consumidores que se enquadram no que a decisão estabelece e que, calcula-se, permitirá uma arrecadação adicional de R\$ 6 milhões aos cofres do governo do Distrito Federal.

De acordo com a agência, grandes usuários “possuem capacidade de gerar maiores impactos quantitativos e qualitativos à disponibilidade de recursos hídricos, oriundos de captação superficial ou subterrânea e lançamento de resíduos utilizados em processos industriais, domésticos ou

Gilberto Alves/CEB



Resolução alcançará indústrias e produtores agrícolas que utilizam mais de 200 milhões de litros anuais e alguns condomínios

agrícolas”. Embora representem apenas 20% dos beneficiários totais, eles respondem por cerca de 80% do volume outorgado no DF, segundo o órgão.

A Adasa detalhou que, no caso de água subterrânea, que é classificada como reserva de segurança hídrica, condomínios residenciais que usam mais de 20 milhões de litros ao ano desse tipo de fonte também serão enquadrados como grandes usuários.

Funcionamento

O cálculo das tarifas para os grandes usuários será baseado

nos mecanismos a serem aprovados pelo Conselho de Recursos Hídricos do DF (CRH-DF), utilizando dados de outorgas registradas no Sistema de Informações sobre Recursos Hídricos do DF. Os valores obtidos serão aplicados diretamente nas regiões onde foram gerados, conforme definido pelos Comitês de Bacias Hidrográficas do DF (CBHs). Se, por exemplo, uma indústria localizada na bacia hidrográfica do Paranoá utiliza grande quantidade de água em seu processo produtivo, o dinheiro arrecadado com a cobrança desse uso será destinado a projetos de melhoria

e recuperação ambiental da própria bacia do Paranoá.

Quem possui outorga de direito de uso de recursos hídricos deverá acessar o portal da Adasa para gerar os boletos, os quais estarão disponíveis 45 dias antes do vencimento. Caso o usuário posua mais de uma permissão, será necessário emitir documentos de contribuição individualizados para cada autorização.

O valor poderá ser pago em parcela única ou dividido em até quatro parcelas, porém cada uma deve ser superior a R\$ 100. A primeira parcela, ou o pagamento integral, vence em 15 de abril.

A tarifa permanecerá vigente durante a vigência da outorga ou enquanto o direito de uso não for suspenso ou revogado.

De acordo com o órgão, aqueles que deixarem de pagar o valor ficarão sujeitos a multas, juros e até a inscrição na dívida ativa do DF. Na hipótese de exploração indevida do recurso, poderá haver cobrança de montantes atrasados com juros, além de medidas administrativas e judiciais.

Por outro lado, quem identificar inconsistências nos valores pode solicitar revisão junto à Adasa. Além disso, enquanto aguarda a decisão, com prazo



(Grandes usuários) possuem capacidade de gerar maiores impactos quantitativos e qualitativos à disponibilidade de recursos hídricos, oriundos de captação superficial ou subterrânea e lançamento de resíduos utilizados em processos industriais, domésticos ou agrícolas”

Agência Reguladora de Águas, Energia e Saneamento Básico (Adasa)

de até 120 dias contados a partir do pedido de análise, os usuários devem manter os pagamentos em dia. Caso o pedido seja negado e os pagamentos não tenham sido efetuados, o consumidor estará sujeito a multas e juros.

Segundo a agência, diferentemente de um imposto, a cobrança pelo uso da água é uma remuneração pelo acesso a um bem público, com valores estabelecidos de forma participativa. Usuários, sociedade civil e representantes do poder público definem os preços no âmbito dos Comitês de Bacias Hidrográficas, onde qualquer interessado pode participar das discussões e decisões sobre o recurso.