

Como as marcas devem se preparar para aproveitar o TikTok Shop?

Especialista com experiências internacionais oferece recomendações para empresas; plataforma deve ser ativada no país em maio

O TikTok Shop chegou oficialmente ao Brasil, marcando uma nova fase do e-commerce nacional. A funcionalidade, que transforma a rede social em um shopping virtual completo, já movimentou cerca de US\$ 33 bilhões globalmente em 2024, segundo dados da Statista — e promete impactar fortemente a forma como os brasileiros compram e vendem online.

Para Henrique Troitinho, CEO da Score Media, agência de inovação em marketing digital com foco em brandformance, o potencial da plataforma no país é vasto. “O Brasil possui uma das maiores audiências em redes sociais do mundo e, ao mesmo tempo, é um dos países que mais consome no varejo online. O TikTok Shop será a junção de duas coisas que os brasileiros fazem com frequência, consumir conteúdo e comprar pela internet. É possível que essa novidade se torne um dos principais canais de vendas por aqui”, comenta.

O profissional destaca que ter sucesso na plataforma exigirá mais do que apenas se cadastrar e começar a vender. Será necessário para as marcas realizarem a integração de pedidos e produtos com controladores de estoque, uma curadoria de influenciadores para associar à loja, criação de um modelo de comissionamento, estratégia de crescimento de seguidores, criação de conteúdos de vídeo “TikTok First” e gestão de TikTok Ads com foco em vendas. “O espaço será extremamente competitivo. Quem não se preparar em todas as frentes ficará para trás”, ressalta Henrique.

A partir da experiência com clientes e dos cursos da agência voltados especifi-



ALBERTO CANOVA

camente para o TikTok, o CEO separou algumas recomendações importantes para quem vai começar a se preparar.

1. Conteúdo é o motor das vendas

“É preciso entender que a produção de conteúdo está diretamente ligada ao shop. É por meio dos vídeos e lives que os produtos ganham visibilidade, despertam interesse e geram desejo de compra”, explica Troitinho.

Conteúdos bem produzidos, que mostram os benefícios do produto de forma criativa, autêntica e com linguagem alinhada ao público da plataforma, têm mais chances de viralizar, alcançar novos usuários e converter visualizações em vendas. Além disso, o conteúdo funciona como uma vitrine dinâmica, capaz de educar, entreter e persuadir o consumidor no mesmo espaço onde ele já está engajado. A velocidade de produção e capacidade de participar

de trends também é fundamental neste contexto.

2. Mídia paga como acelerador

“Os anúncios de produtos no TikTok funcionam de maneira parecida com os anúncios do Google Shopping, portanto marcas que já trabalham com essa ferramenta devem se familiarizar rapidamente”, indica Henrique.

Além de servir como acelerador de vendas no próprio TikTok Shop, a estratégia de mídia paga pode ser aplicada por meio de outra técnica: impulsionando conteúdos de criadores parceiros. Assim, cria-se um ecossistema de incentivo de conteúdos feitos pela comunidade que então geram vendas para a loja.

3. Integração entre Marketing, Vendas e Tecnologia

As áreas de Tecnologia, Marketing e Vendas são as principais a trabalharem juntas para garantir o sucesso da marca na plataforma. São essas equipes que podem controlar os pedidos, estoque, ajustes técnicos e de estratégia, e que deixam o processo com a fluidez necessária.

“No mercado brasileiro há uma falta de familiaridade com o formato que o TikTok Shop apresenta, um receio de investir em algo novo. Nossa cultura digital ainda está se adaptando, por exemplo, ao uso de vídeos ao vivo como canal principal de conversão, algo que países como a China já tem como parte central da estratégia de e-commerce. É provável que os próximos anos sejam de transformação no mundo de vendas online, seguindo as tendências globais. As marcas não podem esperar para seguir esse fluxo”, conclui Troitinho.

Empresas que acolhem: o papel das empresas na jornada da maternidade

Daniane Bergamini (*)

O Dia das Mães é uma data importante para as empresas

Todos os anos são realizadas diversas ações comerciais e de endomarketing para celebrar e homenagear essa figura tão importante. Mas, é importante refletirmos, não apenas nesse dia, e sim durante todo o ano, sobre a realidade das mães no mercado de trabalho e o quanto isso impacta diversos fatores socioculturais. Isso porque as organizações possuem um papel fundamental nesse contexto e influenciam de forma direta na construção de ambientes de trabalho mais inclusivos e igualitários.

Esse olhar mais atento começa já na gestação, fase em que o apoio da empresa pode fazer toda a diferença. Disponibilizar uma jornada de trabalho mais flexível, por exemplo, é uma ótima forma de garantir mais conforto e segurança para a saúde física e mental da gestante. Além de minimizar o estresse e a tensão do trabalho sobre a mulher, também pode ajudá-la a se manter mais produtiva e eficiente em suas tarefas, bem como diminuir os riscos à saúde da grávida e seu bebê, já que diversos problemas relacionados a deslocamento e cumprimento de horários são minimizados. É preciso considerar, também que, para além dos direitos assegurados por lei durante o período da maternidade, existem diversos benefícios corporativos que podem ser incluídos pela empresa para oferecer maior suporte aos profissionais seja por meio do plano de saúde, auxílio-creche ou curso preparatório para pais.

Já pensando em infraestrutura, há três motivos principais que justificam a necessidade de haver uma sala de apoio à amamentação e de retirada de leite materno, com geladeira, poltrona e ambiente tranquilo para as mães e seus bebês: manter a produção do leite, proporcionar o alívio do desconforto das mamas que ingurgitam durante o longo período que passam no trabalho e também o armazenamento correto do leite materno, com vistas à alimentação do seu próprio filho ou para doação a um banco de leite humano. Por isso, disponibilizar um ambiente exclusivo para amamentação é de extrema importância, principalmente se o modelo de trabalho for o presencial.

Mas, talvez o mais importante seja oferecer apoio emocional durante a gravidez e, ativamente, acolher a profissional. Por conta de alterações hormonais e físicas, diversas mudanças podem ser ocasionadas em sua saúde mental e seu bem-estar. Nesse cenário, deveria ser papel também das empresas ajudá-las a passar pelos momentos mais delicados e evitar o desenvolvimento de quadros mais graves como a depressão, por exemplo. Por isso, realizar um diálogo claro e transparente com a colaboradora gestante referente às suas responsabilidades durante o período da maternidade é essencial para o alinhamento das expectativas de ambas as partes. É importante entender como a colaboradora se sente durante a gravidez e se as tarefas atribuídas estão sendo realizadas de forma confortável.

(*) Diretora Financeira Administrativa da Progc.

IRPF 2025: lei muda regras de tributação de offshores e impacta alta renda

Contribuintes com offshores devem declarar lucros até 31 de maio; Especialista alerta para riscos e novas obrigações legais.

Se você é contribuinte brasileiro com investimentos no exterior por meio de empresas offshore, fique atento: a nova legislação obriga a declaração dos lucros dessas organizações já no Imposto de Renda de 2025, cujo prazo final é 31 de maio. A omissão pode resultar em multas, autuações e problemas com a Receita Federal.

A mudança decorre da Lei nº 14.754/2023, sancionada em dezembro do ano passado, e regulamentada pela Instrução Normativa RFB nº 2.180/2024. As novas regras impõem a tributação anual dos lucros das chamadas entidades controladas no exterior, além de alterações na forma de declarar aplicações e variações cambiais.

O que são entidades controladas no exterior?

De acordo com o advogado Renato Vieira de Ávila, essas organizações — mais conhecidas como offshores — são empresas criadas fora do Brasil, geralmente em paraísos fiscais, com o objetivo de intermediar investimentos e diferir a tributação no país de origem. Elas atuam como uma espécie de escudo jurídico e fiscal entre o contribuinte e o capital investido no exterior. “Quando o brasileiro investe diretamente, ele paga imposto aqui. Mas ao interpor uma empresa estrangeira, ele busca postergar ou até evitar essa tributação”, explica Ávila.

O que mudou com a nova legislação?

Ávila esclarece que, antes da nova lei, era possível manter lucros no exterior indefinidamente, sem pagar imposto no Brasil. “Agora, os lucros das offshores serão automaticamente tributados no IRPF a cada 31 de dezembro, independentemente de serem distribuídos ao titular. A alíquota aplicada será de 15%. Além disso, a Receita criou uma ficha exclusiva na declaração de 2025 para informar investimentos no exterior, o que inclui contas bancárias, ações, fundos, participações em empresas e lucros de offshores”, pontua.

Regime transparente ou opaco: qual escolher?

A lei oferece duas formas de declarar os lucros:

• **Transparente:** o patrimônio da offshore é tratado como se fosse do contribuinte.



• **Opaco:** o lucro é apurado com base no balanço da empresa em 31 de dezembro, considerando variações cambiais e resultados financeiros.

“A escolha do regime deve ser estratégica. Dependendo da estrutura da offshore, pode haver vantagens ou prejuízos fiscais”, comenta o advogado.

Outros pontos que exigem atenção

A nova legislação também define que moedas estrangeiras em espécie e depósitos não remunerados devem ser considerados para efeito de variação cambial, o que pode gerar imposto a pagar. Além disso, há possibilidade de compensar tributos pagos no exterior, desde que o país tenha tratado de bitributação com o Brasil. “Para lidar com essas exigências, o contribuinte precisará de apoio especializado. É necessário lidar com balanços, contratos e normas em diferentes idiomas e legislações, o que torna o processo bastante técnico”, alerta Ávila.

“As mudanças trazidas pela Lei nº 14.754 representam um marco na tributação de ativos internacionais. Contribuintes que mantêm empresas no exterior, especialmente em países com baixa tributação, devem rever imediatamente sua estrutura patrimonial e fiscal para evitar problemas com o Fisco. Com o prazo final da declaração se aproximando, é essencial que pessoas físicas com offshores estejam preparadas para declarar corretamente seus ativos até 31 de maio de 2025”, conclui.

Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL

3º Subdistrito - Penha de França
Dr. Mario Luiz Migotto - Oficial Interino

Faça saber que os seguintes pretendentes apresentaram os documentos exigidos pelo Art. 1525, do Código Civil Atual Brasileiro e desejam se casar:

O pretendente: **DIEGO PAULO DA SILVA**, profissão: auxiliar de importação, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 20/09/1992, residente e domiciliado em Guaianases, São Paulo, SP, filho de Edilson Paulo da Silva e de Maria Cicera dos Santos da Silva. A pretendente: **MARCELA DE LIMA**, profissão: turismóloga, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 28/11/1992, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Kelen Cristine de Lima.

O pretendente: **HERNAN CARO GONZALO**, profissão: costureiro, estado civil: solteiro, naturalidade: Bolívia, data-nascimento: 16/02/1991, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Julio Caro Aguiar e de Roberta Gonzalo Mamani. A pretendente: **MARISOL LAZARO PEREZ**, profissão: costureira, estado civil: solteira, naturalidade: Bolívia, data-nascimento: 19/08/1998, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Felix Lazaro Chile e de Gregoria Perez Estalla.

O pretendente: **THIAGO VIEIRA CARDOZO**, profissão: vendedor atacadista, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 10/03/1999, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de José Roberto Cardozo e de Eliana Gonçalves Vieira Cardozo. A pretendente: **GABRIELLY GARCIA GONÇALVES**, profissão: analista de marketing, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 01/04/1996, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Ivalnildo Gonçalves da Silva e de Patricia Garcia da Silva Bonfim.

O pretendente: **ROBERTO CHIJO**, profissão: aposentado, estado civil: divorciado, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 29/06/1960, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Adelino Chijo e de Elvira Vera Cruz Chijo. A pretendente: **LUSIENE SOUZA DUNGA**, profissão: enfermeira, estado civil: solteira, naturalidade: Itajupe, BA, data-nascimento: 19/08/1966, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Afrânio Dunga dos Santos e de Luzia Maria de Souza.

O pretendente: **JOSÉ CARLOS VALENTIM DE LIMA**, profissão: analista de projetos, estado civil: solteiro, naturalidade: Ponta Grossa, PR, data-nascimento: 29/05/1993, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de José Carlos de Lima e de Maria da Luz Valentim. A pretendente: **CARLA DE SOUZA RODRIGUES**, profissão: veterinária, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 27/07/1996, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Carlos Eduardo Rodrigues e de Maria das Graças Pinto de Souza Raulino.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local
Jornal Empresas & Negócios

PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma Certisign Assinaturas. Para verificar as assinaturas clique no link: <https://assinaturas.certisign.com.br/Verificar/D2AF-8074-FB9F-AF3E> ou vá até o site <https://assinaturas.certisign.com.br:443> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: D2AF-8074-FB9F-AF3E



Hash do Documento

AFF05447E47E75E1D129EDC90289D4B6B37FD2B9328BEEC8F02C35016D479312

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 09/05/2025 é(são) :

Lilian Regina Mancuso - 05.687.343/0001-90 em 09/05/2025 19:18 UTC-03:00

Tipo: Certificado Digital - JORNAL EMPRESAS E NEGOCIOS LTDA - 05.687.343/0001-90

