

DESDE 1949

INCA

INFORMATIVO

Mococa, Setembro de 2026

Edição nº242



CERTIFIED
ISO 9001
ISO 14001



COMERCIAL

O QUE A IA JÁ FEZ – E O QUE AINDA NÃO FEZ

O QUE A IA JÁ ENTREGOU

Vou começar pelo que é justo reconhecer: nos bastidores do varejo, a inteligência artificial fez coisas bonitas.

Quem trabalha com estoque sabe o sofrimento de errar na compra — produto demais apodrecendo na gôndola, produto de menos fazendo o cliente ir embora para o concorrente. Os algoritmos de previsão de demanda atacaram exatamente esse ponto.

Conectaram comportamento de compra, sazonalidade, clima, feriado local e dezenas de outras variáveis que nenhum comprador humano consegue segurar na cabeça ao mesmo tempo. Resultado: menos ruptura, menos excesso, mais dinheiro no caixa.

Na precificação, a virada foi parecida. O que antes levava semanas de reunião para decidir — e ainda assim ficava defasado — hoje é ajustado por hora, por loja, por canal.

O e-commerce acordou o varejo físico para uma realidade que ele já devia ter abraçado há muito tempo: preço não é sagrado, preço é estratégia.

As etiquetas eletrônicas cada vez mais atraentes e menos pasteurizadas ajudam a tornar viva no ponto de venda a dinâmica orientada de preços. E no marketing, finalmente saímos do panfleto igual para todo mundo. A personalização em escala — a oferta certa, para a pessoa certa, na hora certa — deixou de ser sonho de PowerPoint e virou rotina em muitas redes.

CONQUISTAS COMPROVADAS DA IA NO VAREJO

- ☒ Previsão de demanda e reposição automática de estoque
- ☒ Precificação dinâmica em tempo real por canal e praça
- ☒ Personalização de comunicação e ofertas em escala
- ☒ Detecção de fraudes e prevenção de perdas no caixa
- ☒ Chatbots e atendimento automatizado no pós-venda digital
- ☒ Análise de sentimento em avaliações e redes sociais

O QUE A IA AINDA NÃO FEZ — E, EM ALGUNS CASOS, NEM VAI CONSEGUIR FAZER

Agora vem a parte em que eu preciso ser chato. Porque há uma ilusão perigosa circulando pelo setor, e ela está custando caro para muita gente.

A ilusão é a seguinte: que otimizar processo é a mesma coisa que transformar cultura. Não é. Nunca foi. O algoritmo sabe exatamente o que o cliente comprou. Ele não sabe por que aquele cliente voltou toda semana durante dez anos — e, de repente, parou.

Ele não sabe que foi a Dona Maria do caixa 3 que segurou a barra de uma família em crise, ou que foi o atendente que lembrou do nome da filha da cliente que fez aquela pessoa sentir que era especial. Isso não tem API.

O que eu chamo de Experiência Memorável — aquele momento em que a loja deixa de ser um lugar de compra e vira um lugar de pertencimento — continua sendo feito por gente. Pelo gesto espontâneo de quem percebe que o cliente está hesitante e se aproxima sem pressionar. Pela solução criativa para o problema que não estava no script. Pelo olho no olho que diz: você importa aqui.

Nenhuma inteligência artificial chegou perto disso ainda. E as lojas que acham que chegaram estão confundindo eficiência com inspiração.

“ A IA sabe o que o cliente comprou. Ainda não sabe por que ele sorriu — ou por que nunca mais voltou. ”

Tem outro problema que me incomoda muito: o abismo de adoção. As ferramentas de IA que estão no mercado foram pensadas para quem tem time de dados, servidor em nuvem e verba para projeto de transformação digital. São para os grandes.

O varejo de vizinhança — o mercadinho da esquina, a ótica do bairro, o açougue de família que sobreviveu a três gerações — ainda está fora dessa conversa.

E sabe o que isso significa? Que a inteligência artificial, até agora, está aumentando a distância entre os grandes e os pequenos. Está aprofundando a desigualdade competitiva que já era brutal.

Isso não é progresso. É concentração de poder com outro nome.

COMERCIAL

O QUE A IA JÁ FEZ – E O QUE AINDA NÃO FEZ

E tem mais uma lacuna que me pesa: a desconexão entre o digital e o físico. A inteligência do algoritmo e a inteligência do atendente não conversam. O histórico que o cliente construiu no e-commerce não aparece para o vendedor na loja quando ele entra pela porta.

O relacionamento fica preso em silos. A experiência continua fragmentada — e o cliente percebe isso, mesmo sem saber nomear. Ele só sente que a loja não o conhece. E vai embora.

TENDÊNCIAS PARA OS PRÓXIMOS ANOS

IA GENERATIVA NO ATENDIMENTO

O vendedor vai ter um assistente no ouvido — não um robô que substitui, mas um apoio que entrega contexto. Histórico do cliente, preferências, última compra: tudo na hora certa, para quem está na linha de frente.

IA ACESSÍVEL PARA O PEQUENO VAREJO

Isso é o que eu mais quero ver acontecer. Plataformas simples, baratas e práticas que coloquem na mão do lojista independente o poder que hoje só os grandes têm. Quando isso chegar de verdade, o jogo vai mudar.

CADEIA DE VALOR AUTÔNOMA

Da previsão de demanda ao reabastecimento automático e ao rastreio de origem, a IA vai fechar o ciclo logístico com cada vez menos intervenção humana — liberando as pessoas para o que realmente importa: cuidar de quem compra.

CULTURA + TECNOLOGIA

A próxima década vai separar as redes que entenderam isso das que não entenderam: IA multiplica equipe boa, não conserta equipe ruim. Quem investir só em tecnologia e esquecer de desenvolver gente vai ter uma operação eficiente e uma loja vazia de alma.

Mais do que isso, é importante se reforçar que todo mundo está comparando custo de gente hoje com o custo de IA hoje, sem pensar que os fornecedores de IA estão subsidiando o preço para que as pessoas passem a usar. É óbvio que algumas empresas já perceberam que, à medida que você intensifica o uso, o custo da IA aumenta muito. E tem muita gente que já desistiu de usar IA e já trouxe as pessoas de volta, inclusive empresas muito grandes do mercado de tecnologia.

Não pare de tentar, não pare de experimentar, mas não caia no canto da sereia de achar que a IA é a panaceia de todos os males. Não é.

Por: pontodereferencia.com.br

REPRESENTANTES

ANIVERSARIANTES
DE SETEMBRO*Parabéns!*

Carlos Eduardo
(Rep. Parana)



Júlio
(Rep. Maranhão)



RECURSOS HUMANOS

COMUNICAÇÃO: O QUE EU DIGO X O QUE O OUTRO ENTENDE

Quando a mensagem é clara, o trabalho flui melhor

Você já enviou uma mensagem achando que estava tudo muito claro e, depois, percebeu que a outra pessoa entendeu algo completamente diferente?

Isso acontece mais vezes do que imaginamos.

No ambiente de trabalho, nos comunicamos o tempo todo: em reuniões, e-mails, mensagens, conversas rápidas no corredor e até mesmo por meio de expressões e atitudes. E, embora pareça simples, comunicar não significa apenas falar ou escrever. Significa garantir que a mensagem transmitida seja compreendida da maneira mais próxima possível daquilo que queremos dizer.

O que eu digo nem sempre é o que o outro entende

Cada pessoa interpreta uma mensagem a partir de suas próprias experiências, conhecimentos, expectativas e até do momento que está vivendo.

Por isso, frases aparentemente simples podem gerar diferentes interpretações.

"Quando puder, veja isso para mim."

Para quem fala, pode significar: "Quando terminar sua tarefa atual, dê uma olhada."

Para quem ouve, pode significar: "Preciso disso ainda hoje."

O problema não está necessariamente em quem falou ou em quem ouviu. Muitas vezes, faltou informação suficiente para deixar a mensagem clara.

Clareza evita retrabalho

Uma comunicação mais objetiva pode evitar dúvidas, conflitos e até retrabalho.

Antes de enviar uma mensagem ou fazer uma solicitação, vale pensar:

O que exatamente preciso comunicar?

A pessoa sabe o que espero dela?

Existe um prazo que precisa ser informado?

Minha mensagem pode ter mais de uma interpretação?

O tom utilizado combina com a situação?

Em vez de dizer:

"Preciso disso o quanto antes."

Experimente:

"Você consegue me enviar esse documento até amanhã, às 15h?"

A segunda mensagem deixa muito menos

Comunicação também é saber ouvir

Comunicação não acontece apenas quando falamos. Ouvir também é parte fundamental do processo.

Escutar com atenção, evitar interromper, fazer perguntas quando houver dúvida e confirmar o que foi entendido são atitudes simples que ajudam muito.

Uma boa prática é perguntar:

"Só para confirmar, você quis dizer que...?"

Pode parecer algo pequeno, mas essa pergunta pode evitar um grande mal-entendido.

E nas mensagens?

No ambiente corporativo, grande parte da nossa comunicação acontece por mensagens. Sem o tom de voz e a expressão facial, uma frase pode ser interpretada de maneira diferente da intenção de quem escreveu.

Por isso, antes de enviar uma mensagem, vale reler e perguntar:

"Se eu recebesse essa mensagem, como eu interpretaria?"

Em situações mais delicadas ou que envolvam muitos detalhes, talvez uma conversa seja mais eficiente do que uma sequência de mensagens.

Comunicação é responsabilidade de todos

Uma comunicação eficiente não depende apenas de quem transmite a informação. Quem recebe também tem um papel importante: prestar atenção, perguntar, confirmar e buscar esclarecimentos quando necessário.

Quando falamos com clareza e ouvimos com atenção, diminuímos os ruídos, fortalecemos os relacionamentos e tornamos o trabalho mais eficiente.

No fim das contas, comunicação não é sobre falar mais.

É sobre ser entendido e entender o outro.



MEIO AMBIENTE

PRIMAVERA: A ESTAÇÃO DA RENOVAÇÃO E SEU IMPACTO NA EDUCAÇÃO EM TEMPOS DE MUDANÇAS CLIMÁTICAS



Com a chegada da primavera, a natureza renasce em um espetáculo de aromas e vida. Essa estação, que simboliza renovação e crescimento, pode também servir como cores, uma metáfora poderosa para o processo educacional. Assim como as flores que desabrocham após um período de dormência, os estudantes se beneficiam de momentos de renovação e estímulo, essenciais para seu desenvolvimento intelectual e emocional.

No entanto, a primavera também nos lembra de um desafio cada vez mais urgente: as mudanças climáticas. As alterações nos padrões climáticos, causadas pelo aquecimento global, têm afetado diretamente o ciclo natural das estações. Invernos bem mais curtos, quentes e muito secos, verões mais longos e primaveras cada vez mais irregulares são sinais claros de que algo está mudando em nosso planeta. Se observarmos bem este ano não tivemos a florada dos ipês, árvore que chama a atenção pela beleza que traz para esta época, com suas flores.

Essas mudanças têm impactos profundos na biodiversidade, na agricultura e na qualidade de vida em geral. De acordo com o Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC), a temperatura global já aumentou cerca de 1,1°C desde a era pré-industrial, e

e a tendência é que continue a subir, com previsões de aumento entre 1,5°C e 2°C nas próximas décadas. Isso tem levado ao derretimento de geleiras, ao aumento do nível do mar e à intensificação de eventos climáticos extremos, como secas e enchentes.

Essas mudanças climáticas também afetam diretamente a primavera, alterando os padrões de florescimento e migratórios de muitas espécies. Um estudo publicado na revista *Nature* mostrou que cerca de 20% das plantas e animais examinados estão mudando seus ciclos de vida devido às mudanças climáticas, com a primavera chegando até duas semanas mais cedo em algumas regiões. Esses desequilíbrios têm impactos em cadeia sobre ecossistemas inteiros, ameaçando a biodiversidade.

Diante desse cenário, a educação ambiental se torna uma prioridade não apenas ética, mas também legal e curricular. A Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB), Lei nº 9.394/1996, estabelece que a educação deve visar ao pleno desenvolvimento do educando, preparando-o para o exercício da cidadania e qualificando-o para o trabalho. A educação ambiental, nesse contexto, é vista como essencial para a formação de cidadãos conscientes e engajados na preservação do meio ambiente.

Complementando a LDB, a Base Nacional Comum Curricular (BNCC), documento normativo que define as competências essenciais a serem desenvolvidas nas escolas brasileiras, reforça a importância da educação ambiental. A BNCC inclui a sustentabilidade como um dos temas transversais que devem ser abordados em todas as etapas da educação básica. Ela destaca a necessidade de desenvolver nos estudantes a compreensão sobre os impactos ambientais e as responsabilidades individuais e coletivas na construção de uma sociedade sustentável.

Um dos conceitos fundamentais na educação ambiental contemporânea é o de ecoliteracia, popularizado pelo físico e pensador Fritjof Capra. Ecoliteracia refere-se à compreensão dos princípios de organização dos ecossistemas naturais e à capacidade de aplicar esses princípios na vida cotidiana. Capra, fundador do Centro de Ecoliteracia, argumenta que para enfrentar os desafios ambientais do século XXI, é crucial que as futuras gerações desenvolvam uma "alfabetização ecológica", que lhes permita entender as complexas interações entre os

MEIO AMBIENTE

PRIMAVERA: A ESTAÇÃO DA RENOVAÇÃO E SEU IMPACTO NA EDUCAÇÃO EM TEMPOS DE MUDANÇAS CLIMÁTICAS

seres vivos e o ambiente, promovendo assim uma convivência mais harmoniosa e sustentável com o planeta.

A primavera, portanto, pode ser vista como um período ideal para o desenvolvimento de projetos pedagógicos que envolvam a observação da natureza e a aplicação prática de conceitos teóricos. Incentivar os alunos a refletirem sobre a importância da preservação do meio ambiente e a adoção de práticas sustentáveis é essencial para formar cidadãos preparados para enfrentar os desafios do futuro. A educação ambiental, nesse contexto, não é apenas um tema relevante, mas uma necessidade urgente, respaldada pela legislação e pelo currículo nacional, e enriquecida por conceitos como o de ecoliteracia.

Professores podem utilizar a metáfora da primavera para abordar temas como o crescimento pessoal e a importância de se manter uma mente aberta a novas ideias e experiências, ao mesmo tempo em que destacam os efeitos das mudanças climáticas e a necessidade de ação. A estação, com toda a sua beleza e transformação, é um lembrete de que o aprendizado é um processo contínuo, que floresce com o tempo e o cuidado adequado.

Assim, a primavera não é apenas uma estação do ano, mas uma oportunidade para renovar métodos de ensino, inspirar alunos e cultivar um ambiente educacional mais saudável e dinâmico, com foco na sustentabilidade. Que possamos aproveitar esta estação para plantar as sementes do conhecimento, que florescerão no futuro como cidadãos conscientes e engajados na luta contra as mudanças climáticas, conforme orientam a LDB e a BNCC, e seguindo os princípios da ecoliteracia defendidos por Fritjof Capra e outros grandes pesquisadores que lutam por nos mostrar que todos nós fazemos parte da natureza e portanto nossas ações geram impactos em nós e nos demais membros do ecossistema da vida.

Fonte:

<https://comogabaritar.com.br/primavera-a-estacao-da-renovacao-e-seu-impacto-na-educacao-em-tempos-de-mudancas-climaticas/>

QUALIDADE

GESTÃO DO CONHECIMENTO: O QUE É E COMO APLICAR NA SUA EMPRESA

Gestão do Conhecimento é o esforço consciente de transformar conhecimento em valor para a organização. É identificar o que se sabe, organizar isso de forma acessível, compartilhar com quem precisa e aplicar na prática — para que gere resultado. Não se trata apenas de implantar um repositório de arquivos ou um novo software de treinamento. Trata-se de criar uma cultura onde aprender, ensinar e aplicar se tornam parte da rotina. A GC começa quando entendemos que conhecimento é um dos ativos mais estratégicos que a empresa possui. E se realiza quando esse ativo se transforma em:

- Melhoria de processos
- Inovação
- Autonomia
- Desempenho

ORIGEM DO CONCEITO

O termo Gestão do Conhecimento ganhou força a partir da década de 1990, quando Peter Drucker — considerado o pai da administração moderna — passou a defender que o conhecimento, e não apenas o capital ou o trabalho, seria o principal recurso econômico das organizações. Pouco depois, os pesquisadores japoneses Ikujiro Nonaka e Hirotaka Takeuchi desenvolveram o modelo SECI, que descreve como o conhecimento circula dentro de uma empresa em quatro movimentos:

- Socialização
- Externalização
- Combinação
- Internalização

Esse modelo continua sendo a base teórica da maioria das metodologias de GC usadas hoje — inclusive de frameworks corporativos mais modernos, como os aplicados em programas de educação corporativa.

QUAL A DIFERENÇA ENTRE GESTÃO DOCUMENTAL E GESTÃO DO CONHECIMENTO?

Embora os termos sejam frequentemente usados como sinônimos, gestão documental e gestão do conhecimento têm objetivos diferentes dentro de uma organização. A gestão documental se preocupa em organizar, controlar e garantir o acesso às informações registradas em documentos. Já a gestão do conhecimento busca transformar essas informações em aprendizado, compartilhamento de experiências e inteligência para a tomada de decisão.

“Onde está a informação e como garantir que ela seja confiável?” Essa é a pergunta da gestão documental. “Como fazer essa informação gerar valor para as pessoas e para o negócio?” Essa é a pergunta da gestão do conhecimento.

Por isso, as duas abordagens devem ser vistas como complementares. A gestão documental garante uma base de informações confiáveis e organizadas, enquanto a gestão do conhecimento utiliza essa base para estimular:

- Aprendizado contínuo
- Inovação
- Decisões mais assertivas

Empresas que integram esses dois conceitos transformam a informação em um ativo estratégico para aumentar a produtividade, preservar o conhecimento organizacional e fortalecer a cultura de melhoria contínua.

CONHECIMENTO TÁCITO X CONHECIMENTO EXPLÍCITO

Para aplicar a GC na prática, é essencial entender essa distinção. **CONHECIMENTO EXPLÍCITO**: está registrado em manuais, procedimentos, planilhas, apresentações e políticas. É fácil de transferir, porque já existe em formato acessível. **CONHECIMENTO TÁCITO**: está na cabeça das pessoas — experiência, intuição e o “jeito de fazer” que um profissional experiente desenvolve com o tempo. É difícil de documentar e é o que mais se perde quando alguém sai da empresa.

A maior parte das falhas de Gestão do Conhecimento acontece porque as empresas só se preocupam com o conhecimento explícito (documentos) e ignoram o tácito — que é, geralmente, o mais valioso.

QUALIDADE

GESTÃO DO CONHECIMENTO: O QUE É E COMO APLICAR NA SUA EMPRESA

GESTÃO DO CONHECIMENTO E A REVISÃO DA ISO 9001: O QUE MUDA PARA AS EMPRESAS?

Enquanto a Gestão do Conhecimento ganha espaço como prática de cultura organizacional, um movimento paralelo tem aumentado a pressão sobre o tema: a ISO 9001 está em processo de revisão. O estágio já avançado do rascunho sinaliza para onde a norma está caminhando: maior ênfase em:

- Cultura da qualidade
- Comportamento ético
- Papel da liderança
- Promoção da melhoria contínua

Esses sinais reforçam um requisito que já existe desde 2015 (item 7.1.6, sobre determinar e manter o conhecimento necessário para a operação dos processos) e que tende a ganhar mais peso interpretativo nas próximas auditorias. Na prática, empresas que conseguem demonstrar como identificam, retêm e evidenciam o conhecimento de suas equipes chegam mais preparadas para qualquer cenário — seja a permanência do texto atual, seja a chegada da nova versão.

A rotatividade de colaboradores cresceu mais de 56% no período pós-pandemia, o que torna a retenção formal de conhecimento uma questão de continuidade do negócio, não só de conformidade.

Por isso, tratar Gestão do Conhecimento como parte estruturada do Sistema de Gestão da Qualidade — e não como uma iniciativa isolada do RH — deixou de ser diferencial competitivo e passou a ser prevenção de risco.

Fonte: <https://blogdaqualidade.com.br/gestao-do-conhecimento/>



ESPORTISTA DA INCA

ESPORTISTA DA INCA FALA DO SEU AMOR PELO FUTEBOL E O CICLISMO

Para esta edição do Informativo Inca, falamos com o esportista Diego Fernando Camacho e ele nos contou sobre o seu amor pelo futebol e o ciclismo.

É Torcedor do Corinthians e a sua posição no campo é goleiro.

No futebol amador defendeu várias equipes. Começou no Pafumense e depois passou por Faz. Morro Azul, Faz. Ponte, Unidiesel, Sindicato, Primavera, Bonsucesso de São José do Rio Pardo e Amigos do Natanael.

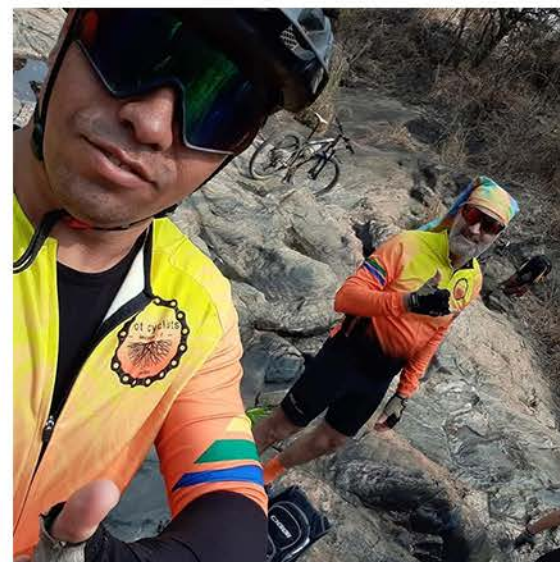
Nos dias de hoje participa apenas de partidas amistosas e festivas, como os jogos organizados pelo Natanael Lopes (ex-jogador profissional que vestiu as camisas de equipes como Ponte Preta, Radium de Mococa, Portuguesa, Ceará, entre outros).

Seu jogo marcante foi a semifinal da Copa Santa Rosa 2005. Sua equipe (Unidiesel) havia perdido para o Bueno Motos na primeira fase e o adversário já contava como certa a classificação para a final. Mas, como o jogo é jogado, em campo venceu por 2 a 1 com gols de Valdeci e Rodrigo e classificou para a decisão. Na final, o esportista Diego conquistou a taça e foi o goleiro menos vazado.

Já o ciclismo, chegou na sua vida não faz muito tempo, em 2020.

Pedala todas as terças, quintas e aos finais de semana com quilometragem média de 60 km por semana.

No ano de 2025 realizou o Caminho da Fé, de Mococa a Aparecida, pedalando na casa dos 80 km diários. Foram 420 quilômetros. Seu projeto é repetir o caminho em 2028.



SEGURANÇA

SETEMBRO AMARELO: CUIDAR DA MENTE TAMBÉM É PROTEGER VIDAS

Acreditamos que segurança vai muito além do uso correto dos equipamentos de proteção. Ela também está presente no cuidado com a saúde emocional de cada colaborador.

Durante o mês de setembro, reforçamos a importância da campanha Setembro Amarelo, dedicada à valorização da vida e à conscientização sobre a saúde mental. O bem-estar psicológico influencia diretamente nossa atenção, concentração, tomada de decisões e relacionamento com os colegas, tornando-se um fator essencial para a prevenção de acidentes.

Sabemos que todos enfrentam desafios, preocupações e momentos difíceis. Por isso, é importante lembrar que pedir ajuda é um ato de coragem, nunca de fraqueza. Conversar com alguém de confiança, buscar apoio da família, dos amigos ou de um profissional pode fazer toda a diferença.

Segurança também começa na mente

Um colaborador emocionalmente saudável está mais preparado para:

- Trabalhar com atenção e foco;
- Seguir os procedimentos de segurança;
- Identificar e comunicar situações de risco;
- Cuidar de si e dos colegas;
- Contribuir para um ambiente de trabalho mais seguro e acolhedor.

Pequenas atitudes fazem grande diferença

- Respeite seus limites físicos e emocionais.
- Pratique a escuta e o respeito entre os colegas.
- Faça pausas quando necessário.
- Compartilhe dificuldades com pessoas de confiança.
- Nunca ignore sinais de sofrimento emocional em você ou em um colega.

Nossa maior prioridade é a vida

Cada colaborador é parte fundamental da nossa equipe. Construir um ambiente seguro significa cuidar das pessoas em todos os aspectos: físico, emocional e social.

Neste Setembro Amarelo, reforçamos nosso compromisso com a prevenção, o respeito e a valorização da vida.

Cuidar da saúde mental também é uma atitude de segurança. Afinal, proteger vidas é a missão de todos nós.

COLABORADORES

ANIVERSARIANTES
DE SETEMBROHIGOR NICOLAS
VALENTIM

JULIO CESAR CLAUDINO



CAIO DE ALMEIDA

PEDRO ARTHUR
ALBERTINTAINARA CRISTINA
PASSARELLIPATRICIA MARTINS
JOAQUIM MACHADOMATHEUS BORGES
PEREIRALUIS AMÉRICO DAL
BELLO

GONÇALVES FIGUEIREDO



REGINALDO COSTA PIZETE



Parabéns!