

Como organizar o catálogo da loja para a IA responder sem inventar preço ou estoque

Uma ficha por variante, fontes definidas e um teste de atualização ajudam a loja a responder com dados que consegue conferir.

Por Marcio Furlani · 12/11/2026

A última unidade saiu no caixa às 10h02. Às 10h05, alguém pergunta pelo WhatsApp se ainda dá para retirar na loja. A foto do catálogo continua lá, o preço da semana passada aparece numa conversa antiga e a planilha da manhã mostra uma unidade. Qual dessas informações a IA pode usar?

A foto ajuda a identificar o produto. A conversa antiga não confirma o preço de hoje. E a planilha só vale para estoque se a loja souber até que momento ela reflete as vendas. Antes de colocar a IA para responder, a loja precisa definir de onde vem cada informação, quem cuida dela e como ela chega a cada canal.

Defina a fonte oficial de cada informação

Comece com os itens mais consultados. Dê um código próprio a cada versão vendável, o SKU. Uma garrafa azul de 500 ml precisa de um código diferente da preta de 500 ml e da azul de 750 ml. Se o cliente disser só “a garrafa azul”, a IA pode pedir o tamanho antes de consultar preço ou disponibilidade.

Depois, indique onde se confirma cada dado. O cadastro descreve o item; a tabela comercial aprovada informa o preço, o canal e a vigência; o sistema de estoque informa o saldo disponível para venda ou retirada por unidade. Se a loja usa planilha, escolha um arquivo oficial com acesso controlado e identifique a última atualização de cada dado. Quando houver sistemas separados, use o SKU para cruzá-los. Nome parecido não é chave de busca suficiente.

Uma ficha mínima reúne SKU, nome e variante, canal e condição de venda, preço e vigência, loja ou modalidade de entrega, disponibilidade, fonte de cada dado, data e hora da atualização e responsável. Preço e estoque podem ter relógios diferentes: a data da última edição da descrição não torna o saldo atual.

Dê nome a quem atualiza e diga quando o dado vence

Atribua um responsável e um substituto para cada informação. Por exemplo, o comercial altera a tabela ao iniciar ou encerrar uma oferta. A operação registra venda, reserva, devolução e ajuste de saldo. Quem administra os canais confere se a mudança chegou ao site, ao balcão e ao WhatsApp. Se o catálogo falhar, a equipe precisa saber quem pode corrigir o registro original.

Defina o atraso tolerável por dado. Uma integração pode atualizar o saldo a cada movimentação. Se a operação depende de uma planilha conferida duas vezes por dia, não prometa disponibilidade em tempo real a partir dela. Se a consulta falhar ou o dado ultrapassar a janela de validade, trate o campo como não confirmado. Reabrir uma planilha antiga não conta como atualizar estoque.

Organize as diferenças entre os canais

O mesmo SKU pode ter preço diferente no site e na loja física. O WhatsApp pode apenas informar o preço da loja escolhida, ou pode ser um canal de venda com tabela própria. Registre qual regra vale. Quando a resposta depender da unidade ou do canal e o cliente não tiver indicado qual, pergunte antes de buscar o valor.

Site, balcão e WhatsApp precisam concordar quando falam do mesmo SKU, da mesma loja e da mesma condição de venda. Se duas fontes divergirem, use a fonte oficial definida para aquele campo e escopo. Se a divergência impedir confirmar qual registro está vigente, sinalize o problema ao responsável e deixe o campo sem confirmação até a correção. Não copie o preço de um anúncio para tapar um buraco no cadastro.

O Google Merchant Center oferece uma referência concreta: a especificação de produtos pede consistência entre os dados enviados e as páginas de venda, e a de inventário local identifica a loja separadamente. A lógica é útil mesmo para quem não anuncia no Google.

Exemplo fictício: uma garrafa, duas lojas e uma informação faltando

Na Casa Ipê, a garrafa térmica azul de 500 ml tem o SKU GT500AZ. A tabela comercial vigente, aprovada às 9h, informa R$ 89,90 no site e R$ 94,90 nas lojas físicas. O WhatsApp segue a tabela da loja selecionada para retirada. Às 10h05, o sistema confirma zero unidades disponíveis no Centro. Na Vila, a sincronização falhou e o saldo atual não foi confirmado. O preço da Vila continua válido porque vem de outra fonte.

Para “Quanto custa e posso buscar na Vila?”, a resposta seria: “A garrafa azul de 500 ml custa R$ 94,90 na loja Vila. Ainda não consigo confirmar a disponibilidade para retirada nessa unidade.” Para a mesma pergunta sobre o Centro, a IA pode informar o preço e dizer que a unidade está sem estoque. Se faltar o preço, vale a regra inversa: a disponibilidade pode ser informada quando confirmada, sem estimar o valor.

Campo vazio, consulta indisponível e dado vencido impedem a confirmação. Saldo zero, quando atual e confirmado, informa falta de estoque. Essa diferença deve existir no catálogo e na consulta que alimenta a IA, para que o modelo não precise interpretar uma célula em branco.

Simule uma mudança no catálogo

Escolha um SKU e use uma cópia de teste da fonte e dos canais. Anote o preço vigente por canal, o saldo por unidade e o horário de referência. Em seguida:

1. Consulte o mesmo SKU no site e no WhatsApp. Confira se cada resposta usa a tabela certa e se as respostas para a mesma condição coincidem.
2. Registre a venda ou reserva da última unidade em uma loja. Pergunte pela retirada antes e depois da sincronização. Anote o tempo entre a baixa e a primeira resposta correta. Se o prazo tolerado expirar, o canal deve parar de confirmar aquele saldo.
3. Deixe o saldo de outra loja sem atualização e retire o preço de um canal na cópia de teste. Confirme que a IA informa somente o campo válido e que o erro chega a quem mantém a fonte.

Guarde o SKU, o canal, a unidade, a hora da alteração, a hora da consulta e a resposta. Se encontrar um valor indevido, compare a fonte com o dado entregue ao canal antes de mexer no texto do assistente. Assim você distingue um erro no cadastro, um atraso na sincronização e uma resposta que extrapolou os dados recebidos. O NIST recomenda comparar a saída da IA generativa com dados de referência conhecidos. Aqui, a referência é o registro oficial da loja para aquela consulta.

Comece pelos dez itens que mais geram perguntas. Para cada um, deixe visível quem responde pelo dado e quando ele deixa de valer. A melhor resposta para um cliente começa com uma informação que a loja consegue conferir.

Fontes e referências

Google Merchant Center. Especificação dos dados do produto. Sem data de publicação indicada. Consulta em 12/11/2026. Orienta a identificação de variantes e a consistência de preço e disponibilidade entre o catálogo e as páginas de venda.

https://support.google.com/merchants/answer/7052112?hl=pt-BR

Google Merchant Center. Especificação dos dados de inventário local. Sem data de publicação indicada. Consulta em 12/11/2026. Identifica o produto e a unidade separadamente e define disponibilidade para cada loja.

https://support.google.com/merchants/answer/14819809?hl=pt-BR

NIST. Artificial Intelligence Risk Management Framework: Generative Artificial Intelligence Profile. Publicado em 26/07/2024. Consulta em 12/11/2026. A ação MP-2.3-001 recomenda comparar as respostas da IA generativa com dados de referência conhecidos.

https://nvlpubs.nist.gov/nistpubs/ai/NIST.AI.600-1.pdf



Marcio Furlani
Professor e consultor. Criador do Radar IA.
Conheça o editor