

Vender ou não vender, um dilema shakespeariano na pandemia

Melissa Penteado*

Numa pequena loja de roupas infantis na Zona Norte de São Paulo, recém-reaberta, ainda com horário de funcionamento restrito, uma senhora de meia idade, com os olhos vivos realçados pela máscara, divide algumas tarefas com sua funcionária. A distância de dois metros entre ambas não as separa na luta pela sobrevivência do negócio. Tal sinergia, aliás, foi decisiva durante o isolamento social. Vendendo online e entregando por meio de motoboy, num improvável êxito de operações dessa natureza para aquele estabelecimento, elas mantiveram a microempresa respirando. Coragem, resiliência, criatividade...

Entra a primeira freguesa do dia. Atendimento atencioso, conhecimento do mercado do bairro e preço bom a conquistam. Ela decide comprar cinco vestidinhos para suas netas. Que venda! Coração bate forte. A microempreendedora deixa de arrumar a vitrine, atividade que cumpria com entusiasmo enquanto sua colaboradora conversava e mostrava as peças à consumidora. Corre para o caixa.

A cliente, já com a sacola nas mãos, exclama que gostaria de parcelar em cinco prestações. A dona da loja, então, abre no notebook a ferramenta de análise de crédito. Na tela, uma informação perturbadora: a simpática mulher tem um “calote” em seu cadastro, cometido há dois anos e meio, perante uma instituição financeira, à qual ficou devendo três mil e quinhentos reais.

“Vender ou não vender?”, pensou a comerciante. Eis a questão!

A pergunta shakespeariana de nossa personagem fictícia, que certamente está sendo feita na realidade cotidiana de milhares de pequenas e microempresas em todo o Brasil, tem resposta. E esta resposta tem nome: Score, um recorte de determinada política matemática, representada em pontos que ajudam empresas e pessoas a tomarem decisões, formularem estratégias, insights e alcançarem seus objetivos, nas mais variadas perspectivas e áreas de atividade.

O tema, recorrente nas discussões sobre como destravar a concessão de crédito no momento da decisão de venda de um produto ou serviço, torna-se ainda mais relevante nesta crise pandêmica, na qual cada centavo que entra no caixa de uma empresa vale ouro. É uma questão cada vez mais decisiva, inclusive para empresas maiores, como redes varejistas de distintos segmentos de produtos e provedores de telecomunicações e internet. É preciso disseminar o significado e o poder do Score de fomentar a economia. Cabe promover uma análise profunda, que mostre o potencial desse mercado e da plataforma como impulsionadora de negócios.

Voltando à pequena loja da Zona Norte paulistana, será que a resiliente microempresária vendeu os cinco vestidinhos à prestação para sua cliente? Isso eu não sei, mas me ocorreu uma analogia que pode nos ajudar a pensar num final lógico para nossa história: se o príncipe Hamlet, personagem da peça de mesmo nome do genial William Shakespeare, tivesse algo ou alguém que lhe proporcionasse lucidez para avaliar as consequências de vingar a morte do pai, provavelmente não teria assassinado seu tio Cláudio e seria coroado rei...

***Melissa Penteado é CEO do Grupo proScore, bureau digital de crédito e authority de score, especialista em antifraude.**