



Recomendaciones sobre el cumplimiento de las normas en las comunicaciones salientes sobre cobro de deudas

Cumplimiento de los requisitos de la Ley de Prácticas Justas de Cobro de Deudas (Fair Debt Collection Practices Act o FDCPA), la Oficina de Protección Financiera del Consumidor de los Estados Unidos (Consumer Financial Protection Bureau o CFPB) y la Ley de Protección al Consumidor de Servicios Telefónicos (Telephone Consumer Protection Act o TCPA)

TABLA DE CONTENIDOS

Introducción	1
Entorno de cumplimiento	1
Mejores Prácticas	3
Soluciones de Genesys	5
Conclusión	9
Para más información	9
Colaborador	9

Introducción

Actualmente, el mayor desafío al que se enfrentan los departamentos de cobranza es el cumplimiento de las comunicaciones salientes. Son muchas las reglas a seguir, y los requisitos evolucionan constantemente. Las organizaciones que se dedican a las cobranzas necesitan una solución –marcación predictiva, IVR outbound y mensajes de texto– que les permita cumplir los requisitos legales y crear reglas en forma dinámica para manejar sus llamadas de voz salientes a teléfonos de línea fija y móvil, así como el envío de mensajes de texto a sus clientes.

Este white paper ofrece valiosa información sobre los aspectos de cumplimiento que rigen las comunicaciones outbound para realizar cobranzas:

- Un panorama general del entorno de cumplimiento de las normas en los Estados Unidos de América, es decir, la Ley de Prácticas Justas de Cobro de Deudas (FDCPA), la Ley de Protección al Consumidor de Servicios Telefónicos (TCPA), y la autoridad regulatoria de la Oficina de Protección Financiera del Consumidor de los Estados Unidos (CFPB);
- Los requisitos y restricciones legales en cuanto al alcance de las cobranzas; y
- Las mejores prácticas relativas a la obtención de consentimiento para las comunicaciones en materia de cobranza de deudas.

Entorno de cumplimiento

Las organizaciones y agencias de cobranzas están bajo la lupa en lo que hace al método de contactar consumidores, y los riesgos de cumplimiento han llegado a su máximo histórico. Existen muchas leyes y reglamentaciones vigentes a nivel estadual y federal. Por otra parte, las organizaciones de cobranzas tienen a menudo sus propias reglas de gobernanza internas.

El cumplimiento de las normas puede resultar complejo y llevar mucho tiempo. Como mínimo, las agencias de cobranzas deben tener una estrategia de comunicaciones para controlar la frecuencia de las comunicaciones salientes, manejar la opción de “optar por recibir” en los teléfonos móviles, y garantizar una correcta revelación de la información.

El incumplimiento puede dar lugar a enormes sanciones, dependiendo de la ley o reglamentación transgredida. Los juicios son caros y los posibles daños y perjuicios a menudo llegan a cifras millonarias, especialmente cuando se entablan acciones colectivas. Estos casos no solamente pueden dar pie a una publicidad negativa y obstaculizar las comunicaciones con los clientes, sino que además pueden afectar las relaciones con clientes de largo plazo.

La cobranza de deudas es una de las industrias más reguladas, con una infinidad de normas y reglamentaciones que rigen el quién, el cómo, y el cuándo se puede contactar a un deudor. En los Estados Unidos de América, las “3 Grandes” normas y reglamentaciones de cumplimiento que afectan a las comunicaciones salientes por cobranza de deudas son la FDCPA, la TCPA, y las normas implementadas por la CFPB.

La FDCPA: La ley FDCPA fue sancionada en 1977 y su autoridad de aplicación es la Comisión Federal de Comercio (Federal Trade Commission o FTC). Esta ley rige prácticamente todos los aspectos de la cobranza de deuda por medio de terceros, incluso en qué momento y de qué forma pueden las agencias de cobranza y los adquirentes de deuda comunicarse con los deudores. La FDCPA restringe la forma, la oportunidad y el contenido sustancial de las comunicaciones de cobranza de deuda a los consumidores, y hace especialmente foco en la prohibición de conductas engañosas, de acoso, o abusivas. La multa que fija la ley es de USD 1.000 por acción.

La TCPA: La ley TCPA fue sancionada en 1991 y su autoridad de aplicación es la Comisión Federal de Comunicaciones (Federal Communications Commission o FCC). Esta ley regula y restringe el uso de tecnología automatizada para iniciar llamadas telefónicas salientes. Son distintas las normas aplicables, dependiendo de si el número telefónico al que se llama es residencial o móvil. Para las líneas telefónicas residenciales, la TCPA regula aquellas llamadas iniciadas por una voz artificial o un mensaje de voz previamente grabado. Para las líneas móviles, la TCPA regula las llamadas (incluidos los mensajes de texto) iniciadas por una voz artificial, un mensaje de voz previamente grabado, o un “sistema de discado telefónico automático” (es decir, marcador automático). La TCPA no limita las llamadas de cobranza efectuadas a teléfonos residenciales mediante un marcador automático ni llamadas a teléfonos móviles realizadas mediante un discado manual. También existen las disposiciones “No Llame” y los requisitos de “Optar por recibir” comunicaciones de marketing telefónico u ofertas de publicidad conforme a la TCPA que no se aplican a las comunicaciones de cobranza de deudas. En los últimos años, ha habido una explosión de demandas colectivas conforme a la TCPA. Solo en California se entablan aproximadamente cinco o más acciones colectivas por semana ante el tribunal federal. Los daños y perjuicios que fija la ley por las violaciones a la TCPA van desde los USD 500 a los USD 1.500 por llamada o mensaje de texto ilegal, con lo cual los juicios a menudo se valúan (y se resuelven) por cifras que llegan a los millones de dólares.

Resulta de importancia particular para la industria de la cobranza de deudas la obtención del expreso consentimiento previo del deudor antes de llamarlo a su teléfono móvil para tratar el tema. Como mejor práctica y para mantener la cadena de custodia, los acreedores deben obtener dicho consentimiento por escrito cuando recogen los datos del deudor y crean cuentas nuevas. Los acreedores deben específicamente solicitar el número de teléfono móvil a los clientes e informarles que serán contactados en ese número telefónico en relación con los servicios prestados y la facturación de la cuenta por el acreedor original, sus mandatarios y cesionarios.

La CFPB: La CFPB es un poderoso organismo regulatorio creado por la Ley de Reforma de Wall Street y Protección al Consumidor Dodd-Frank de 2010 (la Ley Dodd-Frank). La CFPB comparte la supervisión de las cobranzas con la FTC; sin embargo, a diferencia de esta última, la CFPB goza de autoridad en materia de promulgación de leyes conforme a la Ley Dodd-Frank. La autoridad regulatoria se aplica a un gran número de instituciones financieras del mercado, y abarca tanto a acreedores originales como a terceros cobradores (a diferencia de la FDCPA, que no es aplicable a los acreedores originales). Este organismo cuenta con más de 1.300 empleados, más de la mitad de los cuales se ocupa de la supervisión y el cumplimiento de las leyes. En la actualidad, la CFPB trabaja en la implementación de nuevas normas que afectarían al sector de cobranza de deudas. Se prevé que este nuevo conjunto de reglas limitará aún más cómo y cuándo se puede contactar a los deudores.

Durante su corta existencia, la CFPB abrió su base de datos de reclamos para recibir reclamos respecto del cobro de deudas y emitió plantillas de correspondencia para ayudar a los consumidores a responder a los cobradores. Dichas plantillas identificaron Actos o Prácticas Injustas, Engañosas y Abusivas (Unfair, Deceptive, and Abusive Acts or Practices o UDAAP) que los cobradores de deudas deben evitar.

También emitió un boletín que proporciona una guía acerca de cómo cumplir con la FDCPA y la Ley Dodd-Frank, específicamente sobre las manifestaciones efectuadas a consumidores acerca del impacto que los pagos de la deuda tendría sobre los informes crediticios, los puntajes de crédito y la solvencia. Las infracciones conforme a la CFPB van de USD 5.000 a USD 25.000 diarios por inobservancia imprudente, y llegan a USD 1 millón diarios por violación a sabiendas de la ley.

Mejores Prácticas

Observar el cumplimiento de las normas siempre es menos costoso que las multas impuestas en caso de incumplimiento. Cada organización debe determinar cuál es el equilibrio que le resulta más cómodo entre la tolerancia al riesgo, el tiempo y el esfuerzo dedicados, y el costo de cumplir las normas.

Si bien no hay dos organizaciones idénticas, existen las mejores prácticas que deben ser consideradas por prácticamente cualquier organización de cobranzas. Tales prácticas pueden ser de utilidad para:

- reducir errores para mitigar los costos y riesgos del cumplimiento;
- mantener el cumplimiento y mejorar la experiencia del cliente; y
- aumentar los porcentajes de cobranza y su eficiencia.

Usted debe obtener una correcta guía y asesoría legal para establecer estrategias de contacto propias que cumplan con las normas. Dichas estrategias deben abarcar no solamente los pasos a dar para cumplir con todos los requisitos legales aplicables, sino también la creación de buenas políticas de documentación y de un sistema de rápida respuesta a los reclamos cuando surgen problemas.

En orden a determinar qué tipo de consentimiento es necesario para realizar y enviar llamadas y mensajes de texto automatizados a teléfonos móviles, es necesario entender qué significa "consentimiento". A los fines de la TCPA, la FCC ha manifestado que proporcionar un número de teléfono móvil a un acreedor (por ejemplo, como parte de una solicitud de crédito) prueba en forma razonable que el deudor otorgó su previo y expreso consentimiento a que se lo contactara en dicho número en relación con su deuda. En otras palabras, "salvo instrucciones en sentido contrario, las personas que conscientemente entregan su número telefónico están efectivamente invitando o autorizando a que se las llame al número proporcionado".

A pesar de que la ley no lo exige en relación con las llamadas por cobro de deudas, explicar claramente a los consumidores el objeto y la naturaleza de las llamadas que se les hará, y por quién serán hechas, como resultado de haber brindado voluntariamente sus números de teléfono, dará a su negocio una mayor protección contra los reclamos y juicios, y le ayudará a manejar las expectativas del consumidor. Las explicaciones respetuosas al consumidor tienden a resistir el escrutinio judicial y ayudan a las empresas a ganar los juicios entablados, especialmente cuando los consumidores deben reconocer y aceptar que las explicaciones se dieron, como por ejemplo tildando manualmente un recuadro, inicialando una cláusula, o firmando un documento.

Es importante recordar que el consentimiento dado puede ser revocado en cualquier momento. El juez Easterbrook de la Cámara de Apelaciones del Séptimo Circuito ha manifestado lo siguiente: "No puede existir un consentimiento a largo plazo de llamar a un determinado Número de

Teléfono Móvil porque nadie, ni el cliente, ni un consumidor expuesto, ni siquiera la compañía telefónica posee derecho de propiedad sobre un número telefónico". Aunque la ley no es enteramente uniforme en este campo, la tendencia reciente acerca del consentimiento conforme a la TCPA es que se puede revocar el consentimiento en forma verbal o escrita. Por el contrario, el consentimiento a que no se lo contacte a los fines del cobro de deudas conforme a la FDCPA debe figurar por escrito. La revocación verbal no es suficiente conforme a esta última ley.

Las mejores prácticas son, entre otras:

- Intentar obtener el consentimiento al inicio de la relación con el consumidor o durante ella, de ser necesario, pero siempre antes de realizar llamadas de cobro automatizadas a dispositivos móviles.
- Obtener el consentimiento de los consumidores a las llamadas telefónicas automatizadas de ser posible por escrito. De no ser así, los agentes pueden solicitar permiso a los clientes para que se los contacte en sus dispositivos móviles.
- Usar explicaciones claras: nombrar al acreedor específico, considerar mencionar a terceros cobradores de deudas u otros mandatarios, considerar designar a cesionarios que puedan cobrar la deuda, explicar la finalidad de las llamadas, y considerar indicar a los consumidores que recibirán llamadas iniciadas por un mensaje de voz pregrabado o de voz artificial y/o llamadas/mensajes de texto efectuados por un marcador automático.
- Aclarar que las llamadas telefónicas serán realizadas a números voluntariamente dados, y especificar los mensajes de texto si es que también se enviarán mensajes de texto.
- Exigir a los consumidores que reconozcan y acepten las explicaciones e información brindadas.
- Estar al tanto de la portabilidad numérica, especialmente de números residenciales a móviles, y contratar a un proveedor que identifique números telefónicos móviles antes de efectuar llamadas automatizadas.
- Cesar inmediatamente el contacto con un número de móvil cuando un consumidor cancela el servicio de su equipo móvil o revoca la autorización de llamada.
- Potenciar la tecnología Speech Analytics para ayudar a impulsar el cumplimiento de las normas por parte de los agentes.

Entre otros, podemos mencionar los siguientes métodos de obtención del consentimiento del consumidor conforme a la TCPA:

- **Tradicional en papel:** contratos de compraventa, comprobantes de venta, solicitudes de préstamos y crédito
- **Sitio Web:** compras o ventas por Internet; proceso de inicio de sesión o registro
- **Telefónico:** llamadas de atención al cliente; pulsación de teclas del teléfono, IVR, grabación de voz
- **Mensajes de texto:** se recomienda que lo inicie el usuario y que se obtenga su consentimiento ("optar por recibir") por duplicado
- **Correo electrónico:** respuestas a mensajes de correo electrónico; redireccionamiento de los consumidores a un sitio web controlado por la empresa
- **Correo ordinario:** tarjetas; estados de cuenta

En relación con la base de datos de reclamos de consumidores de la CFPB, entre las mejores prácticas se pueden citar las siguientes:

- Un registro para saber qué información sobre la empresa recibe la CFPB.
- Respuesta a los reclamos dentro de los 60 días, tal como se exige, o antes, de ser posible.
- Identificar patrones dentro de los datos para detectar posibles lagunas en la estrategia de cumplimiento de la empresa.
- Abordar rápidamente los problemas de cumplimiento e implementar medidas de mercado, según corresponda, para ayudar a reducir las acciones privadas y minimizar las sanciones resultantes de una investigación regulatoria o una acción judicial,

La tecnología Speech Analytics está ganando terreno rápidamente como herramienta a utilizar para reducir aún más el riesgo que supone el cumplimiento de las normas. Las mejores prácticas para potenciar esta tecnología en el área de la cobranza de deudas son las siguientes:

- Evaluar y medir sistemáticamente el cumplimiento por parte de los agentes.
- Analizar las grabaciones de las llamadas para identificar las palabras y frases clave que deben pronunciarse ante el deudor, tal como la "mini-Miranda", el hecho de que la llamada está siendo grabada, y el nombre de la empresa desde la cual se origina la llamada.
- Usar el conocimiento adquirido de la tecnología Speech Analytics para concentrar la capacitación en los agentes que no están teniendo un desempeño normal, para ayudar así a evitar futuros problemas de cumplimiento.

Soluciones de Genesys

Los centros de contacto exitosos implementan soluciones que tienen un impacto positivo sobre sus operaciones y mejoran la rentabilidad. Las soluciones de Genesys de comunicaciones proactivas con el cliente permiten a su organización de cobranzas enviar comunicaciones salientes por una variedad de canales, incluidos IVR outbound, marcador telefónico, correo electrónico, y mensajes de texto. Está probado que, sea ejecutadas a través de la nube, en la empresa, o en forma híbrida, las soluciones outbound de Genesys elevan al máximo el retorno sobre la inversión del cobro de deudas mediante el aumento del porcentaje de contactos, la mayor productividad del agente, la reducción de costos, y la mejor experiencia del cliente.

Para satisfacer los requisitos gubernamentales y mantener el cumplimiento de las normas, su organización de cobranzas también debe instalar soluciones que reduzcan los riesgos al mínimo, aumenten el control y simplifiquen los esfuerzos de cobro. Por ejemplo, el Cloud Dialer de Genesys permite identificar sin problemas las líneas fijas y los dispositivos móviles, lo cual a su vez le posibilita crear diferentes estrategias de tratamiento que permiten diversas técnicas, tales como la marcación predictiva a las líneas fijas y la modalidad manual para los dispositivos móviles.

Genesys ofrece una sólida suite de controles de cumplimiento por autoservicio como parte de sus soluciones de comunicaciones proactivas basadas en la nube, con lo cual usted puede crear campañas outbound a medida. Estas herramientas, que son líderes en la industria, simplifican y posibilitan las estrategias de contacto outbound en cumplimiento de las normas durante todo el ciclo de cumplimiento:

Cómo simplificar el cumplimiento y mejorar los resultados

Un cliente que eligió el Cloud Dialer de Genesys con IVR outbound, marcación predictiva y de vista previa para sus llamadas de cobro pudo simplificar el trabajo interno de cobranzas y reducir los riesgos de cumplimiento a través de los controles de cumplimiento por autoservicio que brinda la plataforma. Estas características son, entre otras, la restricción de intentos de contacto a ventanas de marcación segura en determinados estados; el uso de la modalidad de marcación de vista previa para llamar a números de teléfonos móviles, y el límite de intentos de contacto a cinco llamadas y un mensaje de voz por día. Además de simplificar el trabajo de cobranza, este método ayudó a disminuir la cantidad de agentes un 20%, aumentando al mismo tiempo más del 100% la cantidad de deuda recuperada por agente.

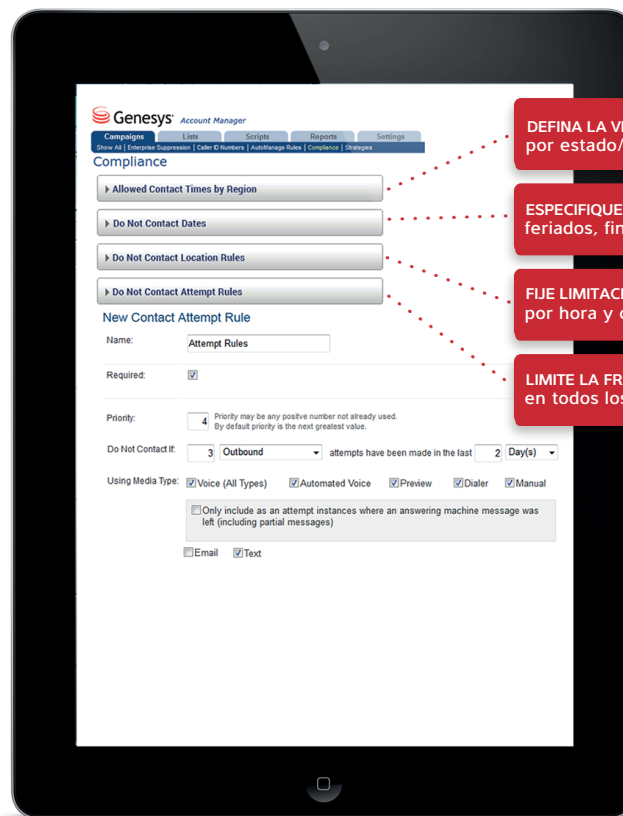
- **Evite contactar números inhabilitados** mediante filtros automatizados para campañas, listas de supresión, identificación de móviles e integración con las bases de datos de "optar por recibir" una llamada en dispositivos móviles.
- **Controle la frecuencia de contactos** con el editor de reglas (Rules Builder) por autoservicio para limitar la frecuencia de contactos a través de todos los canales, durante un plazo determinado, así como la especificación de reglas geográficas y fechas en las que no se puede contactar al consumidor.
- **Haga un seguimiento de la portabilidad telefónica y la movilidad de los consumidores** para garantizar un alcance correcto únicamente durante las horas permitidas con ventanas de contacto seguro, herramientas de detección del huso horario, y normas de marcación regionales.
- **Maneje la base de datos de "optar por recibir" del consumidor** mediante el incremento, almacenamiento e integración a las campañas outbound el listado de "optar por recibir" llamadas en dispositivos móviles, incluido el constante procesamiento de solicitudes de "optar por recibir" y "optar por no recibir", la eliminación de números desactivados y el ofrecimiento de un mecanismo automatizado de "optar por no recibir".
- **Asegúrese de que los agentes cumplen los requisitos** a través de la grabación de llamadas, el control del monitoreo, el coaching y la intervención en las llamadas. y la tecnología Speech Analytics.

Genesys brinda una suite de controles de cumplimiento que permite a sus clientes crear campañas outbound personalizadas



Usted puede aumentar más su control sobre el cumplimiento de las comunicaciones salientes con el editor dinámico de reglas de Genesys, que posee máxima flexibilidad y capacidad de respuesta ante un cambio de requisitos, y le permite validar el correcto funcionamiento de sus reglas mediante características incorporadas de auditoría y reportes. El editor de reglas de Genesys permite personalizar las campañas outbound y cumplir requisitos en continuo cambio mediante la actualización o creación dinámica de nuevas reglas cuando se las necesita. Por ejemplo, si se establece una nueva disposición que impide las llamadas en Massachusetts después de las 16 horas, usted podrá crear esa regla con toda facilidad e incorporarla rápidamente al marcador.

Cree sus propias reglas con toda facilidad con el editor de reglas de Genesys



DEFINA LA VENTANA DE LLAMADAS PERMITIDA por estado/región, para cada día de la semana

ESPECIFIQUE LAS FECHAS EN QUE NO SE ENVÍAN COMUNICACIONES feriados, fines de semana, fiestas religiosas, etc.

FIJE LIMITACIONES GEOGRÁFICAS A LOS CONTACTOS por hora y códigos de estado/área/postales

LIMITE LA FRECUENCIA DE LOS INTENTOS DE CONTACTO en todos los canales, por dispositivo o número

No se pueden subestimar las características de cumplimiento en tiempo real. Las herramientas permiten a los supervisores y gerentes que escuchan las grabaciones de las llamadas monitorear y hacer coaching en tiempo real para ayudar a los agentes a que cumplan continuamente las normas, incluso asegurándose de que realicen la advertencia mini-Miranda. Genesys también ofrece una solución integrada de Speech Analytics que le permite a su empresa analizar estas grabaciones e identificar lugares en los que puede existir un incumplimiento.

Un banco cliente de Genesys quería crear su base de datos de "optar por recibir" de llamadas a dispositivos móviles mediante el lanzamiento de una gran cantidad de llamadas IVR outbound a líneas telefónicas fijas. Básicamente, el cliente de Genesys preguntó a sus propios clientes si querían agregar otro número telefónico a su legajo, y si el banco podía enviar mensajes de texto y contactos móviles a esos dispositivos. Más del 50% de los clientes verificados otorgaron su consentimiento a las llamadas a sus teléfonos móviles, y un 10% brindó otro número móvil que el banco no tenía en el legajo de estos clientes.

Asimismo, Genesys ofrece su conocimiento y experiencia para ayudarlo a maximizar el tamaño de su base de datos de "optar por recibir" llamadas. Trabajamos junto con usted para incorporar solicitudes de consentimiento a las comunicaciones con clientes existentes, tales como las solicitudes de préstamos y crédito, los resúmenes de cuenta, y los scripts para agentes y el IVR. También tenemos gran experiencia en la creación de nuevas campañas outbound diseñadas específicamente para obtener el consentimiento del consumidor y aumentar la base de datos de "optar por recibir" llamadas.

Genesys ofrece conocimiento y experiencia para maximizar la opción "optar por recibir" llamadas utilizando tanto las comunicaciones existentes como los nuevos programas de suscripción



Conclusión

Contactar a los deudores no tiene que ser una pesadilla de cumplimiento de las normas. Un paso en la dirección correcta es familiarizarse con las diversas reglamentaciones, leyes y organismos gubernamentales. Ganará claridad, ya que no comodidad, si está al tanto de los requisitos y limitaciones legales que afectan a las agencias de cobranza, los compradores de deuda y los abogados que se dedican a las cobranzas. El incumplimiento sale caro, no solamente desde el punto de vista financiero, sino porque puede tener repercusiones directas en la reputación de su organización y la lealtad de sus clientes.

Observar el cumplimiento de las normas siempre es menos costoso que las multas impuestas en caso de incumplimiento. Estudie las mejores prácticas del sector, y:

- 1) Sea transparente con los consumidores.
- 2) Asegúrese de obtener el permiso de los deudores para contactarlos en sus teléfonos móviles.
- 3) Celebre una inteligente asociación con terceros proveedores. Ellos puede ayudarlo en el tema cumplimiento y con mejores prácticas que le brindarán apoyo y harán crecer sus operaciones.

En última instancia, cada organización debe decidir cuál es el equilibrio que le resulta cómodo entre la tolerancia del riesgo y el costo de cumplir las normas. Confiamos en que este documento le haya brindado información útil que sirva de guía a los objetivos de cumplimiento de su compañía.

Para obtener más información

Para obtener más información, visite

<http://www.genesys.com/solutions/proactive-customer-communications/payments-and-collections>

Colaborador

Loeb & Loeb LLP es un estudio jurídico que presta múltiples servicios, con siete oficinas en los Estados Unidos de América y Asia. El Departamento Regulatorio y de Demandas Colectivas de Consumidores cuenta con más de 20 abogados litigantes que defienden las acciones judiciales del gobierno, sus investigaciones, y las demandas colectivas privadas que alegan violaciones de las leyes sobre tutela del consumidor y competencia desleal. El estudio maneja una variedad de juicios relacionados con los consumidores, y se concentra en demandas económicas por defecto de producto, privacidad del consumidor, marketing y manifestaciones publicitarias dolosas, y demandas relacionadas con la financiación de consumidores. Visítenos en: www.loeb.com

Christine M. Reilly es socia del Departamento Regulatorio y de Demandas Colectivas de Consumidores en Los Ángeles. La Dra. Reilly representa a clientes en importantes juicios celebrados en una amplia variedad de áreas, incluso las demandas colectivas de protección al consumidor, así como en investigaciones y procedimientos iniciados por la Comisión Federal de Comercio, la Comisión Federal de Comunicaciones, y otros organismos regulatorios y gubernamentales a nivel federal y estadual. La Dra. Reilly asesora regularmente a clientes acerca del cobro de deudas, la publicidad y los medios, y el cumplimiento de las normas conforme a las diversas leyes federales y estatales de protección del consumidor. La Dra. Reilly dicta conferencias y ha hecho muchas publicaciones sobre la TCPA, y es la presentadora del Foro de Defensa de la TCPA (TCPA Defense Forum) en LinkedIn.

Se la puede contactar en creilly@loeb.com o en el número (310) 282-2361.



Acerca de Genesys

Genesys es el proveedor líder de soluciones omnicanal para centros de contacto y experiencia de cliente (CX) en la nube y en la empresa. Ayudamos a todo tipo de empresas a optimizar la estrategia CX. Genesys Customer Experience Platform optimiza el viaje del cliente en todos los puntos de contacto, canales e interacciones y logra que los clientes lo recomienden siempre. Con más de 4.500 clientes en 80 países, Genesys orquesta más de 100 millones de interacciones digitales y de voz por día.

Visite www.genesys.com/es, o llame al +54-11-50328168 Argentina / Perú / Chile | +52-55-85261728 México | +57-5-3161088 Colombia / América Central.

Sede corporativa 2001 Junipero Serra Blvd., Daly City, CA 94014 USA
Tel: +1 650 466 1100 | Fax: +1 650 466 1260 | www.genesys.com

Genesys y el logotipo de Genesys son marcas registradas de Genesys. Toda otra denominación y logotipo de compañías pueden ser marcas comerciales o marcas registradas de sus respectivos titulares. © 2014 Genesys. Todos los derechos reservados.