



# Recomendações de conformidade nas comunicações de saída sobre cobranças de dívidas

Cumprimento dos requerimentos da Lei de práticas justas para a cobrança de dívidas (Fair Debt Collection Practices Act ou FDCPA), da Agência de proteção financeira ao consumidor dos Estados Unidos (Consumer Financial Protection Bureau ou CFPB) e da Lei de defesa do consumidor de serviços telefônicos (Telephone Consumer Protection Act ou TCPA)

## Introdução

Hoje, o maior desafio enfrentado pelos departamentos de cobrança é a conformidade das comunicações de saída. Há muitas regras que devem ser seguidas e os requerimentos estão em contínua evolução. As organizações de cobranças precisam de uma solução – para discagem preditiva, URA de saída e mensagens de texto – que lhes permita cumprir esses requisitos legais e gerar regras dinâmicas para administrar suas chamadas de voz de saída para telefones fixos e móveis, bem como para enviar mensagens de texto a seus clientes.

Este white paper proporciona informação fundamental sobre os aspectos de conformidade que definem as comunicações de saída para a realização de cobranças:

- Uma visão geral do panorama de conformidade nos Estados Unidos, especialmente a Lei de práticas justas para a cobrança de dívidas (FDCPA), a Agência de proteção financeira ao consumidor dos Estados Unidos (CFPB) e a Lei de defesa do consumidor de serviços telefônicos (TCPA);
- As exigências e as restrições legais em relação ao alcance das cobranças; e
- As melhores práticas de obtenção de consentimento para as comunicações de cobrança de dívidas.

## Panorama de conformidade

As organizações e agências de cobrança estão sob intensa observação em relação à maneira pela qual entram em contato com os consumidores, e os riscos de descumprimento estão em seu ponto máximo histórico. Existem muitos estatutos e regulamentos diferentes vigentes a nível estadual e federal. Além disso, as organizações de cobrança frequentemente possuem as suas próprias regras internas de governança.

Os esforços de conformidade podem ser complexos e demorados. As agências de cobrança devem dispor de, no mínimo, uma estratégia de comunicação estabelecida para controlar a frequência das comunicações de saída, administrar consentimentos explícitos para o recebimento de chamadas nos telefones móveis e garantir a divulgação apropriada da informação.

### ÍNDICE

Introdução.....	1
Panorama de conformidade.....	1
Melhores práticas .....	3
Soluções da Genesys.....	5
Conclusão .....	9
Para obter mais informação .....	9
Colaborador.....	9

Dependendo do estatuto ou regulamento violado, o não cumprimento das normas pode resultar em importantes penalidades. Os litígios são caros e os danos potenciais são muitas vezes medidos em milhões, em especial quando se trata de ações penais coletivas. Esses casos não só resultam em publicidade negativa e dificultam as comunicações com os demais clientes, também podem afetar negativamente o relacionamento com os clientes a longo prazo.

A cobrança de dívidas é uma das indústrias mais reguladas, com uma infinidade de normas e regulamentos que regem quem, como e quando os devedores podem ser contatados. Nos Estados Unidos, as "três grandes" normas e regulamentações de conformidade que afetam as comunicações de saída para cobrança de dívidas são a FDCPA, a TCPA e as implementadas pela CFPB.

**A FDCPA:** A lei FDCPA foi promulgada em 1977 e sua autoridade de aplicação é a Comissão Federal de Comércio (Federal Trade Commission ou FTC). Esta lei regula praticamente todos os aspectos da cobrança de dívidas a terceiros, incluindo como e quando as agências de cobrança e os adquirentes de dívidas podem se comunicar com os devedores. A FDCPA restringe a forma, a ocasião e o conteúdo das comunicações para cobranças de dívidas aos consumidores, com foco significativo na proibição de condutas enganosas, ofensivas ou abusivas. A multa estabelecida por lei é de US\$ 1.000 por ação.

**A TCPA:** A lei TCPA foi promulgada em 1991 e sua autoridade de aplicação é a Comissão Federal de Comunicações (Federal Communications Commission ou FCC). Esta lei regula e restringe o uso de tecnologia automatizada para iniciar chamadas telefônicas de saída. São aplicáveis regras diferentes dependendo da categoria do número telefônico, se pertence a um telefone residencial ou celular. Para telefones residenciais, a TCPA regula as chamadas que são realizadas utilizando uma voz artificial ou mensagem de voz pré-gravada. Para telefones celulares, a TCPA regula as comunicações (incluindo mensagens de texto) realizadas utilizando uma voz artificial ou mensagem de voz pré-gravada ou com um "sistema automático de discagem telefônica" (autodialer). A TCPA não restringe as chamadas de cobranças realizadas a telefones residenciais utilizando um sistema automático de discagem ou as realizadas a telefones celulares com marcação manual. No âmbito da TCPA também há disposições e requerimentos de bloqueio do recebimento de ligações e consentimento explícito de chamadas para telemarketing e publicidades não solicitadas que não são aplicáveis às comunicações de cobrança de dívidas. Ao longo dos últimos anos, houve um grande incremento de ações coletivas conforme as regulamentações da TCPA. Somente na Califórnia, cerca de cinco ou mais ações judiciais coletivas dão entrada por semana nos tribunais federais. As indenizações por violação da TCPA vão de US\$ 500 a US\$ 1.500 por chamada telefônica ou mensagem de texto ilegal, muitas vezes resultando em processos judiciais por valores (e resoluções) de milhões de dólares.

A obtenção do consentimento explícito prévio dos devedores para receber chamadas destinadas à cobrança de dívidas em seus telefones celulares é uma particular preocupação para o setor de cobranças de dívidas. Como prática recomendada e para manter a cadeia de custódia, os credores devem obter o consentimento explícito prévio por escrito ao coletar informação dos clientes e ao gerar novas contas. Os credores devem solicitar especificamente os números de telefones móveis a seus clientes e proporcionar-lhes a informação de que por questões relacionadas com o atendimento e faturamento da conta, serão contatados por parte do credor original, seus agentes e representantes através desses números de telefone.

**A CFPB:** A CFPB é uma nova e poderosa agência reguladora criada pela Lei Dodd-Frank de 2010 de Reforma de Wall Street e Defesa do Consumidor (Lei Dodd-Frank). A CFPB compartilha a supervisão das ações de cobrança com a FTC; no entanto, à diferença da FTC, a CFPB tem autoridade em matéria de promulgação de leis conforme a Lei Dodd-Frank. Esta autoridade reguladora aplica-se a uma série de entidades financeiras no mercado, incluindo os credores originais e os cobradores de dívidas terceirizados (à diferença da FDCPA, que não se aplica aos credores originais). A agência conta com mais de 1.300 funcionários e mais da metade destes funcionários estão dedicados a tarefas de supervisão e cumprimento das leis. A CFPB atualmente está trabalhando na implementação de novas normas que afetam o setor de cobrança de dívidas. Espera-se que este novo conjunto de normas restrinjam ainda mais como e quando os devedores podem ser contatados.

Em sua curta existência, a CFPB abriu seu banco de dados de denúncias às reclamações por cobrança de dívidas e emitiu modelos de correspondência para ajudar os consumidores a responder aos cobradores de dívidas. Estes modelos identificaram uma série de Atos ou Práticas Desleais, Enganosas e Abusivas (UDAAPs) que os cobradores de dívidas devem evitar.

Também emitiu um boletim fornecendo orientações sobre como cumprir a FDCPA e a Lei Dodd-Frank, especificamente com relação a descrições oferecidas aos consumidores sobre o impacto que os pagamentos de dívidas terão sobre relatórios de crédito, pontuação para créditos e capacidade creditícia. As indenizações por violação aos regulamentos da CFPB variam de US\$ 5.000 a US\$ 25.000 por dia por uma violação imprudente e até US\$ 1 milhão por dia por algum tipo de violação consciente.

## Melhores práticas

Manter a conformidade com as normas é quase sempre menos dispendioso que as multas aplicadas em caso de descumprimento. Cada organização deve determinar qual é o equilíbrio mais confortável entre a tolerância ao risco, o tempo e o esforço investidos e os custos do cumprimento das regulamentações.

Embora não existam duas organizações idênticas, existem melhores práticas que praticamente todas as organizações de cobranças devem considerar. Estas melhores práticas podem ajudá-lo a:

- Reduzir os erros para mitigar os riscos e custos do cumprimento regulatório;
- Manter a conformidade e melhorar a experiência do cliente; e
- Melhorar os índices e a eficiência das cobranças.

Você deve obter orientação e aconselhamento jurídico adequados para desenvolver suas próprias estratégias de conformidade para suas comunicações. Estas estratégias não só devem incluir medidas para cumprir todos os requisitos legais vigentes, mas também devem incluir a criação de boas políticas de registro de atividades e sistemas de resposta rápida ante denúncias para quando surjam problemas.

Para determinar com que tipo de consentimento é necessário contar para realizar chamadas e enviar textos de forma automatizada para telefones móveis, primeiro deve entender o que significa "consentimento explícito prévio". A FCC declarou, para efeitos da TCPA, que o fornecimento de um número de telefone celular a um credor (por exemplo, como parte de um pedido de crédito), evidencia razoavelmente o consentimento explícito prévio por parte do devedor para ser contatado nesse número sobre questões relacionadas com a dívida. Em outras palavras, "as pessoas que conscientemente proporcionam seu número de telefone estão de fato convidando ou autorizando a receber chamadas nesse número, a menos que existam instruções em contrário."

Explicações claras aos consumidores sobre a finalidade, natureza e por quem serão realizadas as chamadas telefônicas como resultado de fornecer voluntariamente seus números de telefone, embora não sejam exigidas legalmente para chamadas de cobranças de dívidas, proverão a sua empresa de maior proteção contra reclamações e ações judiciais e ajudarão a administrar as expectativas do consumidor. As explicações favoráveis ao consumidor tendem a resistir ao minucioso exame judicial e ajudar as empresas a ganhar os processos que possam surgir, especialmente quando os consumidores são obrigados a reconhecer afirmativamente e concordar com as explicações, marcando manualmente uma caixa de seleção em um formulário, rubricando uma cláusula ou assinando um documento.

É muito importante lembrar que este consentimento explícito prévio pode ser revogado a qualquer momento. O juiz Easterbrook da Câmara de Apelações do Sétimo Circuito afirmou que "não pode haver nenhum tipo de consentimento explícito prévio de longo prazo para se comuni-

car com um determinado número de telefone celular porque ninguém, nem o cliente, nem outras pessoas e nem mesmo a empresa telefônica detém o direito de propriedade sobre um número de telefone." Embora a lei não seja inteiramente consistente nesta matéria, a tendência recente no que diz respeito ao consentimento explícito prévio conforme a TCPA é que esse consentimento pode ser revogado verbalmente ou por escrito a qualquer momento. Pelo contrário, o consentimento explícito prévio para não ser contactado para fins de cobrança de dívidas no âmbito da FDCPA deve ser por escrito. Conforme a FDCPA, a revogação verbal não é suficiente.

As melhores práticas devem incluir:

- Tentar obter o consentimento explícito prévio sempre no início da relação de consumo ou durante, caso seja necessário, mas sempre antes de começar a realizar chamadas automatizadas de cobrança a dispositivos móveis.
- Obter por escrito o consentimento explícito prévio dos consumidores para realizar chamadas telefônicas automatizadas, caso seja possível. Como alternativa, os agentes podem pedir aos clientes permissão para contatá-los em seu dispositivo móvel.
- Utilizar explicações claras: o nome do credor específico, considerar nomear cobradores ou outros agentes de cobranças terceirizados, cessionários que podem cobrar a dívida, explicar o propósito das chamadas e considerar comunicar aos consumidores que receberão chamadas iniciadas com uma voz artificial ou mensagens de voz pré-gravadas e/ou chamadas e textos através de um marcador automático.
- Deixar claro que as chamadas telefônicas serão realizadas a números de telefone fornecidos voluntariamente e especificar que também poderão ser enviadas mensagens de texto.
- Requerer que o consumidor reconheça e aceite as explicações e as informações fornecidas.
- Estar ciente da portabilidade dos números, especialmente de telefones residenciais para celulares e contratar um fornecedor que identifique os números de telefones móveis antes de realizar as chamadas automatizadas.
- Cessar imediatamente o contato com um número de celular quando o consumidor cancelar seu serviço de telefonia celular ou revogar a sua permissão para ser chamado.
- Aproveitar as soluções de análise de discurso (tecnologia Speech Analytics) para impulsionar o cumprimento das normas por parte dos agentes.

Os métodos para obter o consentimento explícito prévio do consumidor conforme a TCPA incluem:

- **Formulário em papel tradicional:** contratos de compra e venda, comprovantes de venda, pedidos de crédito e/ou empréstimo.
- **Site:** compra ou venda on-line; processo de início de sessão ou de login
- **Telefone:** chamadas de atendimento ao cliente; teclas do telefone, URA, gravação de voz.
- **Mensagens de texto:** recomenda-se que seja iniciado pelo usuário e que seja obtido o consentimento explícito prévio por duplicado.
- **E-mail:** respostas de e-mails; redirecionar os consumidores para um site controlado pela empresa.
- **Correio:** cartões; extratos de conta.

No que diz respeito ao banco de dados de denúncias do consumidor da CFPB, as melhores práticas incluem:

- Um registro para saber que informações a CFPB está recebendo sobre sua empresa.
- Responder às reclamações dentro dos 60 dias, de acordo com as exigências ou, caso seja possível, antes deste prazo.
- Identificar padrões nos dados das denúncias para detectar potenciais lacunas na estratégia de conformidade regulatória da empresa.
- Abordar as questões de conformidade rapidamente e implementar ações de mercado, conforme apropriado, para ajudar a reduzir as ações privadas e minimizar as penalidades provenientes de uma investigação regulatória ou uma ação judicial.

A análise de discurso ou voz (tecnologia Speech Analytics) está ganhando força rapidamente como uma ferramenta que sua empresa pode utilizar para reduzir ainda mais os riscos de conformidade dos agentes. As melhores práticas para o aproveitamento da análise de discurso em cobranças incluem:

- Avaliar e medir sistematicamente a conformidade dos agentes.
- Analisar as gravações de chamadas para identificar palavras e frases chaves que devem ser pronunciadas ao devedor para que ele seja consciente de que a chamada está sendo gravada e o nome da empresa que está realizando a chamada.
- Utilizar o conhecimento gerado pela análise de discurso para concentrar o treinamento nos agentes que não estão cumprindo as normas estabelecidas e assim evitar problemas futuros de conformidade.

## Soluções da Genesys

Os contact centers bem-sucedidos implementam soluções que impactam positivamente nas operações e geram lucratividade. As soluções da Genesys de comunicações proativas com o cliente permitem que sua organização de cobranças possa enviar comunicações de saída através de uma variedade de canais, incluindo URA de saída, marcador telefônico, e-mail e mensagens de texto. Proporcionadas através de implementações em nuvem, nas instalações de sua empresa e híbridas, as soluções de contatos de saída da Genesys são comprovadamente idôneas para maximizar o retorno sobre o investimento para o setor de cobrança de dívidas, aumentando suas taxas de contato, melhorando a produtividade dos agentes, reduzindo custos e proporcionando uma melhor experiência ao cliente.

Para satisfazer os requisitos de governança e manter a conformidade com as normas vigentes, sua organização de cobranças também deve implementar soluções que minimizem o risco, incrementem o controle e simplifiquem os esforços de cumprimento regulatório. Por exemplo, o Cloud Dialer da Genesys identifica e diferencia perfeitamente telefones fixos de dispositivos móveis, o que permite gerar diferentes estratégias de tratamento aplicando diversas técnicas, tais como marcadores preditivos para telefones fixos e marcadores em modo manual para dispositivos móveis.

Como parte de suas soluções de comunicações proativas, a Genesys inclui um conjunto robusto de controles de conformidade para autoatendimento baseado em nuvem que permite que sua empresa gere campanhas personalizadas de contatos de saída. Estas ferramentas líderes no setor simplificam e permitem gerar estratégias de contatos de saída que cumprem as normas ao longo do ciclo de conformidade:

### Como simplificar a conformidade e melhorar os resultados

Um cliente que escolheu o Cloud Dialer da Genesys com URA para contatos de saída, marcação telefônica preditiva e com pré-visualização para chamadas de cobranças conseguiu simplificar os esforços internos de conformidade normativa e reduzir os riscos de conformidade regulatória através dos controles no autoatendimento proporcionados pela plataforma. Esses recursos incluem: restrição das tentativas de contato para janelas de marcação segura para determinados estados; utilização do modo de pré-visualização de marcação para ligar para números de telefones móveis e limitação das tentativas de contato a cinco chamadas telefônicas e uma mensagem de voz por dia. Além de simplificar o trabalho de cobrança, este método ajudou a diminuir o número de funcionários em 20% e aumentou em mais de 100% o montante de dívida recuperada por agente.

- **Evite entrar em contato com números telefônicos inabilitados** através de filtros automáticos para campanhas de contato, listas de supressão de números, identificação de dispositivos móveis e integração com bancos de dados de consentimento explícito prévio para telefones móveis.
- **Controle a frequência dos contatos** através do editor de regras por autoatendimento para limitar a frequência de contatos em todos os canais por prazos determinados, bem como um conjunto de regras geográficas e de datas em que não se pode entrar em contato com determinado usuário.
- **Acompanhe a mobilidade dos consumidores e sua portabilidade telefônica** para garantir chegar ao usuário de forma adequada somente durante o horário permitido com espaços de contato seguros, ferramentas de detecção de fuso horário e regras de marcação regionais.
- **Administre seus bancos de dados de consentimento explícito prévio do cliente** acrescentando, armazenando e integrando a sua lista de consentimentos explícitos de recepção de contatos para dispositivos móveis em campanhas de contatos de saída, incluindo o processamento contínuo de consentimentos para receber e pedidos para não receber chamadas, remoção de números desativados e mecanismos automatizados de atualização de pedidos para não receber chamadas.
- **Certifique-se de que seus agentes cumprem os requerimentos legais** através do controle de gravações, monitoramento e intervenção nas chamadas, coaching e tecnologias de análise de discurso ou voz (Speech Analytics).

A Genesys oferece um conjunto de controles de conformidade que permite aos clientes gerar campanhas personalizadas de contatos de saída



Sua empresa pode aumentar ainda mais o controle sobre o cumprimento das normas das comunicações de saída com o editor dinâmico de regras da Genesys, que proporciona o máximo de flexibilidade e capacidade de resposta à evolução das necessidades regulamentares e permite validar que suas regras estejam funcionando corretamente através de auditorias e relatórios incorporados. O editor de regras da Genesys permite que sua empresa personalize campanhas de contatos de saída e cumpra requisitos em constante mudança através da atualização ou da criação dinâmica de novas regras sempre que seja necessário. Por exemplo, se uma nova regra entra em vigor para impedir que sejam realizadas chamadas em Massachusetts depois das 16 horas, poderá implementar essa regra facilmente e colocá-la rapidamente no marcador automático ou dialer.

### Crie facilmente sua própria regulamentação com o editor de regras da Genesys

The screenshot displays the Genesys Account Manager interface for configuring compliance rules. The main menu includes Campaigns, Lists, Scripts, Reports, and Settings. The 'Compliance' section is active, showing options for Allowed Contact Times by Region, Do Not Contact Dates, Do Not Contact Location Rules, and Do Not Contact Attempt Rules. The 'New Contact Attempt Rule' configuration form is visible, with fields for Name (Attempt Rules), Required (checked), Priority (4), Do Not Contact If (3 Outbound attempts have been made in the last 2 Day(s)), and Using Media Type (Voice (All Types), Automated Voice, Preview, Dialer, Manual). There are also checkboxes for 'Only include as an attempt instances where an answering machine message was left (including partial messages)', Email, and Text.

DEFINA AS JANELAS DE CHAMADAS PERMITIDAS por estado e/ou região para cada dia da semana

ESPECIFIQUE AS DATAS EM QUE NÃO DEVEM SER ENVIADAS COMUNICAÇÕES Feriados, fins de semana, festas religiosas, etc.

ESTABELEÇA LIMITAÇÕES GEOGRÁFICAS PARA OS CONTATOS por horário, estado e/ou área postal

LIMITE A FREQUÊNCIA DOS CONTATOS em todos os canais, por dispositivo ou por número de conta

Os recursos de conformidade normativa em tempo real não podem ser subestimados. As ferramentas permitem que supervisores e gerentes que escutam as gravações das comunicações possam monitorar e capacitar os agentes em tempo real para manter a conformidade, inclusive garantindo que seja realizada a advertência mini-Miranda. A Genesys também oferece uma solução integrada que permite a análise de discurso ou voz para analisar essas gravações de forma eficiente e identificar situações onde sua empresa pode estar fora das normas vigentes.

Um cliente da Genesys do setor bancário queria desenvolver sua base de dados de consentimentos para receber contatos em dispositivos móveis lançando uma grande campanha de contatos de saída na URA para telefones fixos. Essencialmente, eles consultaram seus clientes para saber se gostariam de contar com outro número de telefone móvel nos arquivos e se o banco poderia enviar mensagens de texto e contatos telefônicos para esses dispositivos móveis. Mais de 50% dos clientes verificados forneceram o consentimento explícito prévio para utilizar o número de seus telefones móveis e 10% proporcionaram um número de móvel suplementar que o banco não possuía nos arquivos.

A Genesys também proporciona o conhecimento e a experiência necessários para ajudá-lo a maximizar o tamanho de seu banco de dados de consentimentos explícitos prévios. Trabalhamos com sua empresa para incorporar pedidos de consentimento para comunicações com seus clientes, tais como pedidos de crédito e/ou empréstimos, extratos de conta e roteiros para agentes e URA. Também temos profunda experiência na criação de novas campanhas de contatos de saída concebidas especificamente para obter o consentimento explícito prévio do cliente e aumentar a base de dados de consentimentos para receber contatos.

A Genesys possui experiência para maximizar seu banco de dados de consentimento explícito utilizando tanto as comunicações existentes como novos programas de inclusão





## Conclusão

Entrar em contato com os devedores não tem que ser necessariamente um pesadelo de cumprimento normativo. Estar familiarizado com os vários regulamentos, leis, e agências do governo é um passo na direção certa. Obterá clareza e conforto ao estar ciente das exigências legais e limitações aplicadas às agências de cobrança, adquirentes de dívidas e advogados de cobranças. O descumprimento é caro e não apenas do ponto de vista financeiro, mas porque pode significar um impacto direto na reputação de sua organização e na fidelização de seus clientes.

Manter a conformidade com as normas é quase sempre menos dispendioso que as multas aplicadas em caso de descumprimento. Aprenda das melhores práticas do setor e:

- 1) Seja transparente com os consumidores.
- 2) Certifique-se de obter permissão para entrar em contato com os devedores através de seus telefones celulares.
- 3) Trabalhe de forma inteligente em parceria com fornecedores terceirizados. Eles podem ajudar com a conformidade normativa e as melhores práticas que darão suporte e aumentarão o valor de suas operações.

Finalmente, cada organização deve determinar qual é o equilíbrio mais confortável de tolerância ao risco e os custos da conformidade com as regulamentações vigentes. Esperamos que esse documento tenha fornecido informações úteis para orientar os objetivos de conformidade de sua empresa.

## Para obter mais informação

Para obter mais informação, visite

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

## Colaborador

**Loeb & Loeb LLP** é um escritório de advocacia que oferece múltiplos serviços e que possui sete sedes nos Estados Unidos e na Ásia. O Departamento de Defesa Regulatória e de Ações Coletivas de Consumidores da empresa conta com mais de 20 advogados experientes que defendem ações de fiscalização e de investigação do governo e processos de ações coletivas privadas para defender violações das leis de defesa do consumidor e de concorrência desleal. O escritório lida com uma variedade de litígios relacionados com o consumidor, com foco em defender reclamações econômicas por defeitos de produtos, privacidade do consumidor, falsidade ideológica de marketing e publicidade e outras relacionadas com créditos ao consumidor. Visite [www.loeb.com](http://www.loeb.com)



**Christine M. Reilly** é sócia do Departamento de Defesa Regulatória e de Ações Coletivas de Consumidores da Loeb & Loeb em Los Angeles. Representa clientes em litígios importantes em uma ampla variedade de áreas, incluindo ações coletivas de defesa do consumidor, bem como em investigações e processos iniciados pela Comissão Federal de Comércio, a Comissão Federal de Comunicações e outras agências do governo federal, estadual e regulatórias. A Dra. Reilly aconselha regularmente os clientes sobre cobranças de dívidas, publicidade e meios de comunicação e questões de conformidade com diversas leis do consumidor federais e estaduais. Realiza palestras e publica extensamente na TCPA e promove o Fórum de Defesa da TCPA (TCPA Defense Forum) no LinkedIn.



A Dra. Reilly pode ser contatada em [creilly@loeb.com](mailto:creilly@loeb.com) ou no número (310) 282-2361.

### Sobre a Genesys

A Genesys é líder no mercado de soluções omnichannel para contact centers e gestão da experiência do cliente (CX) na nuvem e em suas instalações. Ajudamos as empresas de todos os tamanhos a gerar uma incrível CX e importantes negócios. A Customer Experience Platform da Genesys habilita ótimos percursos dos clientes de forma consistente em todos os pontos de contato, canais e interações, transformando cada cliente num defensor da marca. Mais de 4.500 clientes em 80 países confiam na Genesys para orquestrar mais de 100 milhões de interações digitais e de voz todos os dias.

Visite-nos em [www.genesys.com/pt](http://www.genesys.com/pt) ou ligue para (11) 4950-8500.



Sede Corporativa 2001 Junipero Serra Blvd. Daly City, CA 94014 EUA  
Tel: +1 650 466 1100 | Fax: +1 650 466 1260 | [www.genesys.com](http://www.genesys.com)

Genesys e o logotipo da Genesys são marcas registradas da Genesys. Todos os demais nomes de empresas e logotipos podem ser marcas comerciais ou marcas comerciais registradas das respectivas empresas. © 2014 Genesys. Todos os direitos reservados.