

# Diretrizes Jurídicas, de Boas Práticas e de Marca

## Envio de SMS para Clientes

**Versão:** 1.0

**Última atualização:** 2026-01-01

**Aplicável a:** campanhas de CRM, comunicações transacionais e promocionais via SMS

**Responsáveis:** Jurídico, Compliance, CRM, Marca

---

## 1. Objetivo do documento

Este documento estabelece as **diretrizes obrigatórias** para criação, validação e envio de mensagens SMS pela companhia, garantindo:

- Conformidade jurídica e regulatória
- Respeito à privacidade e aos direitos do cliente
- Clareza, transparência e boa experiência
- Proteção da marca
- Redução de riscos legais, reputacionais e operacionais

Estas diretrizes devem ser seguidas por **times internos, agências e sistemas automatizados**, incluindo soluções baseadas em Inteligência Artificial.

---

## 2. Princípios fundamentais

Toda comunicação via SMS deve respeitar os seguintes princípios:

### 1. Transparência

O cliente deve entender claramente:

- quem está enviando a mensagem
- por que está recebendo
- o que está sendo oferecido

### 2. Consentimento e controle

O cliente deve poder **interromper o recebimento** de mensagens a qualquer momento.

### 3. Proporcionalidade

O conteúdo deve ser adequado ao canal SMS: curto, objetivo e relevante.

4. **Boa-fé e veracidade**

Não é permitido induzir o cliente ao erro, exagerar benefícios ou omitir condições essenciais.

5. **Proteção de dados e privacidade**

Não expor, inferir ou explorar dados pessoais de forma inadequada.

---

### 3. Identificação do remetente (obrigatório)

Toda mensagem SMS deve permitir identificar claramente que a comunicação é da companhia.

#### Regras obrigatórias

- O nome **Orquestra** deve aparecer no texto da mensagem, preferencialmente no início.
- O texto não deve induzir o cliente a acreditar que a mensagem vem de terceiros não relacionados à Orquestra.

#### Exemplo aceitável

Orquestra: confira as condições especiais para você no app.

#### Exemplo não aceitável

Confira agora sua oferta exclusiva.

---

### 4. Opt-out e cancelamento (obrigatório)

A Orquestra respeita o direito do cliente de interromper comunicações promocionais.

#### Regras obrigatórias

- Toda mensagem promocional deve conter **instrução clara de opt-out**.
- A instrução deve ser simples, direta e padronizada.

#### Padrões aceitos

- “Responda SAIR para cancelar”
- “Envie SAIR para não receber mais mensagens”

#### Exemplo aceitável

Orquestra: ative sua oferta no app. Responda SAIR para cancelar.

#### Exemplo não aceitável

Caso não queira mais receber mensagens, procure nossos canais de atendimento.

---

## 5. Linguagem e tom de voz

### Diretrizes gerais

- Linguagem clara, direta e respeitosa.
- Evitar jargões internos, siglas técnicas ou termos pouco compreensíveis.
- Evitar excesso de pontuação (!!!, ???).
- Evitar uso excessivo de letras maiúsculas.

### Tom de voz

O tom deve seguir o briefing da campanha, respeitando:

- Formal / informal
- Urgente / informativo
- Comercial / transacional

Mudanças bruscas de tom na mesma mensagem não são permitidas.

---

## 6. Promessas, ofertas e condições

### Proibições absolutas

É **proibido** usar termos ou expressões que possam induzir a erro, como:

- “garantido”
- “sem risco”
- “100% aprovado”
- “sem nenhuma condição”
- “oferta definitiva”

### Transparência obrigatória

Quando houver menção a:

- valores
- descontos
- taxas
- limites
- benefícios financeiros

Devem ser incluídas **condições mínimas essenciais**, mesmo que de forma resumida.

### Exemplo aceitável

Orquestra: crédito disponível sujeito a análise. Consulte condições no app.

### Exemplo não aceitável

Orquestra: crédito liberado para você agora.

---

## 7. Dados pessoais e privacidade

### É proibido:

- Incluir dados pessoais (Nome completo do cliente, CPF, endereço, número de cartão).
- Inferir comportamentos ou situações pessoais (“sabemos que você está precisando de dinheiro”).
- Revelar informações que o cliente não espera receber via SMS.

### Personalização permitida

- Referência genérica a produtos já contratados, sem detalhamento sensível.
- 

## 8. Clareza e chamada para ação (CTA)

Toda mensagem deve responder claramente:

- O que está sendo comunicado
- Qual o benefício principal
- O que o cliente deve fazer agora

### Diretrizes de CTA

- Usar verbos claros: “acesse”, “confira”, “ative”, “simule”.
  - Evitar CTAs genéricos como “clique aqui” sem contexto.
- 

## 9. Limites técnicos e tamanho da mensagem

### Encoding e segmentação

- A Orquestra prioriza mensagens em **GSM-7**.
- Caracteres especiais ou emojis podem reduzir o limite para **UCS-2**.

## Limites recomendados

- Ideal: até **130 caracteres**
- Máximo permitido: **160 caracteres**
- Mensagens concatenadas devem ser evitadas e, quando permitidas, precisam de aprovação explícita.

## Emojis

- Permitidos com moderação.
  - Não devem comprometer clareza, leitura ou segmentação da mensagem.
- 

## 10. Links e segurança

### Diretrizes

- Links devem apontar para domínios oficiais e reconhecíveis da Orquestra.
- Evitar encurtadores genéricos ou não corporativos.
- O texto não deve se assemelhar a mensagens de phishing ou fraude.

### Proibições

- Solicitação de senhas, códigos, dados pessoais ou informações sensíveis via SMS.
- 

## 11. Frequência e percepção de spam

- Evitar mensagens excessivamente frequentes.
  - Conteúdos repetitivos devem ser evitados.
  - Mensagens não devem criar sensação de pressão indevida ou urgência artificial.
- 

## 12. Uso de Inteligência Artificial

- Conteúdos gerados ou sugeridos por IA devem passar por **validação humana** antes do envio.
- A IA deve respeitar integralmente estas diretrizes.
- Sugestões automáticas devem ser rastreáveis, auditáveis e versionadas.