



**PRÊMIO CONSUMIDOR MODERNO DE
EXCELÊNCIA EM SERVIÇOS AO CLIENTE 2026
METODOLOGIA**



O Grupo Padrão e a CX Brain, **Skill Tech orientada à geração de valor de CX**, têm a satisfação de comunicar o início de mais um ciclo da maior e mais completa avaliação da qualidade dos serviços ao cliente do Brasil. Realizado desde 2000, o **Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente** reconhece e homenageia empresas e profissionais que demonstram manter um compromisso com a qualidade no relacionamento com os clientes.

Ou seja, há 26 anos, o *Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente* é o autêntico Oscar das relações de consumo no Brasil, enaltecendo e valorizando as empresas e os profissionais que se notabilizam por aprimorar uma cultura de respeito e dedicação ao cliente.

O estudo, promovido pelo Grupo Padrão e conduzido pela CX Brain, em parceria com a OnYou, chega à sua 27ª edição. Em constante evolução e buscando sempre se antecipar às mudanças do mercado, o Prêmio traz, nesta edição, novos conteúdos e temas relevantes.

O Prêmio buscará ampliar o cenário de avaliação das empresas, acompanhando as tendências que envolvem a **Experiência e Gestão de Clientes e** a Omnicanalidade no País.

SUMÁRIO

EMPRESAS	4
PARTICIPAÇÃO	4
ESTRUTURA GERAL	5
PRIMEIRA FASE (FORMULÁRIO DE INSCRIÇÃO)	8
SEGUNDA FASE (CLIENTE OCULTO)	10
FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO DE PARCEIROS E FORNECEDORES DE SOLUÇÕES	15
SEGMENTOS	16
CLASSIFICAÇÃO	21
BPO/CPO	21
PARTICIPAÇÃO	22
ESTRUTURA GERAL	22
PRIMEIRA FASE (FORMULÁRIO DE INSCRIÇÃO)	24
SEGUNDA FASE (CLIENTE OCULTO)	25
FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO DE PARCEIROS E FORNECEDORES DE SOLUÇÕES	26
SEGMENTOS	27
CLASSIFICAÇÃO	28
PARCEIROS E FORNECEDORES DE SOLUÇÕES	28
PARTICIPAÇÃO	28
ESTRUTURA GERAL	29
FASE ÚNICA (AVALIAÇÃO DE COMPETÊNCIAS E RECOMENDAÇÃO)	30
SEGMENTOS	31
CLASSIFICAÇÃO	34
CATEGORIAS ESPECIAIS	35
PARTICIPAÇÃO	35
SEGMENTO	35
CLASSIFICAÇÃO	35

EMPRESAS

São consideradas nesta categoria empresas que atendam o consumidor final **e/ou que possuam grande escala de clientes corporativos (B2B)** e possuam algum tipo de serviço de atendimento ao cliente.

Na primeira fase, as Empresas participarão do Prêmio pelo preenchimento de dois formulários on-line, nos quais informarão dados sobre sua própria estrutura de atendimento, bem como avaliarão seus Parceiros e Fornecedores de Soluções.

As Empresas que obtiverem os melhores desempenhos dentro de seus segmentos de atuação avançarão para a segunda fase. Na segunda fase, será realizado **um processo de** Cliente Oculto, com o objetivo de verificar, na prática, os indicadores informados pela Empresa na primeira fase.

Por fim, na terceira fase, a CX Brain realizará a comparação entre os dados informados na primeira fase e os coletados na segunda fase. Ao fim das três fases, cada qual com suas devidas pontuações, será declarada vencedora a Empresa que obtiver a maior nota.

PARTICIPAÇÃO

O **Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente 2026** é aberto para as empresas que se enquadrem nos respectivos critérios:

- A Empresa deve, **OBRIGATORIAMENTE**, fornecer bens ou serviços diretamente ao consumidor final (B2C). **Ou, então, atender clientes corporativos em larga escala (base superior a 50 mil clientes).**
- **A participação de empresas que forneçam, exclusivamente, bens ou serviços para outras empresas (B2B) é permitida desde que atestem a capacidade de atender a uma base de 50 mil clientes corporativos.**
- **NÃO É PERMITIDA** a participação de escritórios de advocacia nem de empresas de assessoria jurídica e contabilidade.
- A Empresa deve, **OBRIGATORIAMENTE**, possuir um serviço de atendimento ao Consumidor **e Cliente** no Brasil.
- A Empresa deve, **OBRIGATORIAMENTE**, possuir ao menos dois canais de atendimento ao cliente, de qualquer natureza.
- A participação no Prêmio estará assegurada apenas após o preenchimento dos dois formulários on-line: Formulário de Inscrição e Formulário de Avaliação de Parceiros e Fornecedores de Soluções. O não preenchimento ou preenchimento inferior a 25% no Formulário de Empresas e de 40% no

Formulário de Parceiros e Fornecedores de Soluções acarretará a **DESCCLASSIFICAÇÃO** da Empresa do Prêmio.

- Uma mesma empresa pode participar em dois segmentos diferentes.
- Uma mesma empresa pode participar no mesmo segmento com duas ou mais marcas diferentes, **DESDE QUE POSSUA CENTRAIS DE ATENDIMENTO/RELACIONAMENTO DIFERENTES**.

ESTRUTURA GERAL

O **Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente 2026** está estruturado em três fases com suas respectivas pontuações:

1ª Fase – Avaliação da Estrutura de Atendimento

Na primeira fase, a Empresa fornecerá informações referentes à sua própria estrutura de atendimento pelo preenchimento de um formulário on-line (Formulário de Inscrição). A primeira fase está dividida nas seguintes dimensões:

Parte I – Informações Gerais sobre os Canais

Nesta dimensão a Empresa informa dados sobre seus canais de atendimento, tais como volume de solicitações, índice de resolutividade, tempo de espera para atendimento e outros.

Parte II – Gestão e Estratégia de Relacionamento com o Cliente

Nesta dimensão a Empresa informa dados sobre a gestão do relacionamento com o cliente, tais como o monitoramento da qualidade dos canais.

Parte III – Recursos Humanos

Nesta dimensão a Empresa informa dados sobre seu quadro de funcionários, tais como salários e benefícios fornecidos.

Parte IV – Tecnologia e Omnicanalidade

Nesta dimensão a Empresa informa dados sobre as ferramentas e tecnologias utilizadas em seus canais de atendimento.

Parte V – Inovação Aplicada ao CX

Nesta dimensão a Empresa informa dados sobre suas áreas de pesquisa, desenvolvimento e inovação.

2ª Fase – Avaliação da Qualidade do Atendimento

A segunda fase da premiação consiste na realização do Cliente Oculto, com o objetivo de verificar, na prática, a qualidade do atendimento da Empresa a partir de determinados critérios (Cliente Oculto). A segunda fase está dividida nas seguintes dimensões:

Parte I – Telefone

Nesta dimensão é testado o canal de atendimento telefônico da Empresa, observando parâmetros como tempo de espera, comunicação com o atendente e resolutividade.

Parte II – Fale Conosco/E-mail/FAQ

Nesta dimensão é testado o canal de atendimento pelo fale conosco, e-mail ou FAQ da Empresa, observando parâmetros como tempo de resposta e funcionalidade do site.

Parte III – Chat/App

Nesta dimensão é testado o canal de atendimento pelo chat da Empresa, disponível no site ou no aplicativo desde que o acesso a este canal não imponha restrição de identificação, observando parâmetros como tempo de espera e comunicação.

Parte IV – Meta (FACEBOOK/INSTAGRAM)

Nesta dimensão é testado o canal de atendimento pelas redes sociais da Meta (FACEBOOK OU INSTAGRAM) da Empresa, observando parâmetros como tempo de resposta, comunicação e resolutividade.

Parte IV – WhatsApp

Nesta dimensão é testado o canal de atendimento pelo WhatsApp da Empresa, observando parâmetros como tempo de espera, comunicação, resolutividade, etc.

Parte V – Omnicanalidade

Nesta dimensão é testada a capacidade de a Empresa atender por meio de diferentes canais. Dessa forma, o atendimento é iniciado por um canal e continuado por outro, avaliando a integração dos canais da Empresa.

3ª Fase – Comparação dos Dados de Atendimento

A terceira fase consiste na comparação dos dados fornecidos pela Empresa na primeira fase com os dados obtidos na segunda fase pelo Cliente Oculto. O objetivo é analisar o

nível de conhecimento da Empresa de seus serviços de atendimento. A terceira fase está dividida nas seguintes dimensões:

Parte I – Telefone

Nesta dimensão são comparadas a resolutividade, as transferências, o tempo de espera e a opção de avaliação do atendimento.

Parte II – Fale Conosco/E-mail/FAQ

Nesta dimensão são comparadas a resolutividade, o fornecimento do protocolo e a opção de avaliação do atendimento.

Parte III – Chat/App

Nesta dimensão são comparadas a resolutividade, o fornecimento do protocolo e a opção de avaliação do atendimento.

Parte IV – Meta (FACEBOOK/INSTAGRAM)

Nesta dimensão são comparadas a resolutividade, o fornecimento do protocolo e a opção de avaliação do atendimento.

Parte IV – WhatsApp

Nesta dimensão são comparadas a resolutividade, o fornecimento do protocolo e a opção de avaliação do atendimento.

Parte V – Omnicanalidade

Nesta dimensão é verificado se a Empresa adota política omnicanal.

Quadro de Pontuação

FASE	DIMENSÃO	% PRÊMIO
1ª FASE – AVALIAÇÃO DA ESTRUTURA DE ATENDIMENTO	PARTE I – INFORMAÇÕES GERAIS SOBRE OS CANAIS	7%
	PARTE II – GESTÃO E ESTRATÉGIA DE RELACIONAMENTO COM O CLIENTE	6%
	PARTE III – RECURSOS HUMANOS	3%
	PARTE IV - TECNOLOGIA E OMNICANALIDADE	3%
	PARTE V – INOVAÇÃO APLICADA AO CX	1%

FASE	DIMENSÃO	% PRÊMIO
	TOTAL – 1ª FASE	20%
2ª FASE - AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DO ATENDIMENTO	PARTE I – TELEFONE	25%
	PARTE II – FALE CONOSCO/E-MAIL/FAQ	4%
	PARTE III – CHAT/APP	7%
	PARTE IV – META (FACEBOOK/INSTAGRAM)	4%
	PARTE V – WHATSAPP	18%
	PARTE VI – OMNICALIDADE	12%
	TOTAL – 2ª FASE	70%
3ª FASE - COMPARAÇÃO DOS DADOS DE ATENDIMENTO	PARTE I – TELEFONE	2%
	PARTE II – FALE CONOSCO/E-MAIL/FAQ	1%
	PARTE III – CHAT/APP	2%
	PARTE IV – META (FACEBOOK/INSTAGRAM)	1%
	PARTE V – WHATSAPP	2%
	PARTE VI – OMNICALIDADE	2%
	TOTAL – 3ª FASE	10%
TOTAL		100%

PRIMEIRA FASE (FORMULÁRIO DE INSCRIÇÃO)

A primeira fase do **Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente 2026** compreende o preenchimento do Formulário de Inscrição e tem como objetivo determinar as empresas que avançam para a segunda fase do Prêmio a partir de informações sobre suas estruturas de atendimento.

- Os dados informados neste formulário comporão 20% da nota final da Empresa no Prêmio.
- O preenchimento deste formulário é **OBRIGATÓRIO** para todas as empresas.
- O não preenchimento deste formulário ou preenchimento em nível inferior a 25% do total das questões acarretará a **DESCCLASSIFICAÇÃO** da Empresa Contratante do Prêmio.

- **ATENÇÃO!** Algumas perguntas são **OBRIGATÓRIAS** para a conclusão do formulário.
- O compartilhamento do **NPS relacional ou transacional** é **OBRIGATÓRIO**. No caso de a Empresa não adotar esse índice, ela deve declarar especificamente essa opção.

Estrutura

O Formulário de Inscrição está dividido seguindo as dimensões da primeira fase do Prêmio (ver subtópico “ESTRUTURA GERAL” dentro do tópico “EMPRESAS”). O formulário compreende o seguinte formato:

Parte I – Informações Gerais sobre os Canais

Nesta dimensão a Empresa informa dados sobre seus canais de atendimento, tais como volume de solicitações, índice de resolutividade, tempo de espera para atendimento e outros. Sobre esta parte:

- São considerados como atendimentos realizados pelo TELEFONE contatos realizados pelas Centrais de Atendimento/Relacionamento ou Serviços de Atendimento ao Consumidor (SACs). Caso a Empresa possua uma Central de Atendimento/Relacionamento e um SAC, ela deve considerar o SAC.
- São considerados como atendimentos realizados pelo FALE CONOSCO/E-MAIL/FAQ contatos realizados pelo preenchimento de um formulário no site da Empresa e/ou diretamente por um e-mail comercial.
- O canal CHAT/APP **implica ser** acessado diretamente no site da Empresa. **DEVEM SER CONSIDERADOS** como CHAT/APP também os canais localizados nos aplicativos de empresas que sejam acessíveis sem chaves de dados que comprometam a avaliação do Cliente Oculto.
- São considerados como atendimentos realizados pela META contatos efetivados na página da Empresa na própria rede social ou por meio das extensões de mensagem dessas redes sociais, ressalvados que **NÃO DEVEM SER CONSIDERADOS** como chat.
- O canal WHATSAPP deve ser acessado diretamente a partir de um número disponibilizado no site ou em outro material de comunicação da Empresa. O WHATSAPP **NÃO DEVE SER CONSIDERADO** como chat.
- Os atendimentos realizados por meio de APLICATIVO são caracterizados por contatos realizados dentro de um aplicativo próprio da Empresa. Caso o

APLICATIVO abrigue outros canais de atendimento, estes **NÃO DEVEM SER CONSIDERADOS**.

- São considerados como ATENDIMENTO PRESENCIAL quaisquer tipos de contatos realizados em um ponto físico. São considerados lojas próprias, lojas franqueadas, postos de atendimento, postos autorizados, concessionárias, representantes comerciais e qualquer outro local que possua autorização da Empresa/marca para prestar atendimento em nome dela.

Parte II – Gestão e Estratégia de Relacionamento com o Cliente

Nesta dimensão a Empresa informa dados sobre a gestão do relacionamento com o cliente, tais como o monitoramento da qualidade dos canais, **o fluxo interno das demandas e a alçada de reporte das áreas de atendimento e CX**.

Parte III – Recursos Humanos

Nesta dimensão a Empresa informa dados sobre seu quadro de funcionários, tais como salários e benefícios fornecidos, **bem como políticas de saúde mental**.

Parte IV – Tecnologia e Omnicanalidade

Nesta dimensão a Empresa informa dados sobre as ferramentas e tecnologias utilizadas em seus canais de atendimento.

Parte V – Inovação Aplicada ao CX

Nesta dimensão a Empresa informa dados sobre suas áreas de pesquisa, desenvolvimento e inovação **com vistas à melhoria dos resultados de experiência do cliente**.

SEGUNDA FASE (CLIENTE OCULTO)

A segunda fase do Prêmio Consumidor de Excelência em Serviços ao Cliente 2026 compreende a realização do Cliente Oculto, com o objetivo de testar, na prática, o serviço de atendimento inscrito pela Empresa. Esta fase é realizada em parceria com a OnYou, abordando as empresas classificadas na primeira fase.

- A avaliação é feita por meio da simulação de uma situação real, na qual o Cliente Oculto entra em contato com a Empresa por meio de seus canais de atendimento.
- Os dados obtidos nesta avaliação comporão 70% da nota final da Empresa no Prêmio.

- O Cliente Oculto entrará em contato com a Empresa a partir das informações fornecidas no preenchimento do Formulário de Inscrição na primeira fase do Prêmio.
- Caso o Cliente Oculto não seja capaz de obter o atendimento da Empresa, **POR QUAISQUER MOTIVOS**, a avaliação será descartada, com impactos na nota final.
- É importante que os canais de atendimento sejam abertos para consumidores em geral, e não apenas para clientes da própria Empresa. **Isso quer dizer que os canais devem permitir acesso às atividades de Cliente Oculto sem necessidade de informar dados pessoais, particularmente o CPF.**
- O não preenchimento deste formulário acarretará a **DESCCLASSIFICAÇÃO** da Empresa Contratante do Prêmio.
- Para efeito de cálculo de nota, não é necessário a oferta de todos os canais a serem avaliados. Estipulamos a avaliação mínima em **TRÊS CANAIS**, ressalvando que, quanto mais completo o portfólio de canais oferecidos for, as estimativas melhoram.

Estrutura

A avaliação do Cliente Oculto está dividida seguindo as dimensões da segunda fase do Prêmio (ver subtópico “ESTRUTURA GERAL” dentro do tópico “EMPRESAS”). A avaliação compreende o seguinte formato:

Parte I – Telefone

Nesta dimensão é testado o canal de atendimento telefônico da Empresa, observando parâmetros como tempo de espera, comunicação com o atendente e resolutividade.

- A avaliação é feita por meio da simulação de uma situação real, em que o Cliente Oculto entra em contato com a Empresa por meio de seus canais de atendimento.
- Serão realizados dez contatos.
- Os contatos serão segmentados em “Informações”, “Dúvidas” e “Reclamações”.
- Caso o atendimento exija quaisquer vínculos com a Empresa, bem como o fornecimento de dados pessoais sensíveis (basicamente CPF, endereço, número de celular), será descartado.
- O avaliador realizará três tentativas de contato com a Empresa, após as quais, caso não seja atendido, a avaliação será descartada.

- O Cliente Oculto entrará em contato com a Empresa a partir das informações fornecidas no preenchimento do Formulário de Inscrição na primeira fase do Prêmio.
- Caso o Cliente Oculto não seja capaz de obter o atendimento da Empresa, **POR QUAISQUER MOTIVOS**, a avaliação será descartada.

Parte II – Fale Conosco/E-mail/FAQ

Nesta dimensão é testado o canal de atendimento pelo fale conosco, e-mail ou FAQ da Empresa, observando parâmetros como tempo de resposta e funcionalidade do site.

- A avaliação é feita por meio da simulação de uma situação real, em que o Cliente Oculto entra em contato com a Empresa por meio de seus canais de atendimento.
- Serão realizados cinco contatos.
- Os contatos serão segmentados em “Informações”, “Dúvidas” e “Reclamações”.
- Caso o atendimento exija quaisquer vínculos com a Empresa, bem como o fornecimento de dados pessoais sensíveis (basicamente CPF, endereço e número de celular), será descartado.
- O avaliador realizará três tentativas de contato com a Empresa, após as quais, caso não seja atendido, a avaliação será descartada.
- O Cliente Oculto entrará em contato com a Empresa a partir das informações fornecidas no preenchimento do Formulário de Inscrição na primeira fase do Prêmio.
- Caso o Cliente Oculto não seja capaz de obter o atendimento da Empresa, **POR QUAISQUER MOTIVOS**, a avaliação será descartada.

Parte III – Chat/App

Nesta dimensão é testado o canal de atendimento pelo chat da Empresa, observando parâmetros como tempo de espera e comunicação.

- A avaliação é feita por meio da simulação de uma situação real, em que o Cliente Oculto entra em contato com a Empresa por meio de seus canais de atendimento.
- Serão realizados cinco contatos.
- Os contatos serão segmentados em “Informações”, “Dúvidas” e “Reclamações”.

- Caso o atendimento exija quaisquer vínculos com a Empresa, bem como o fornecimento de dados pessoais sensíveis (basicamente CPF, endereço e número de celular), será descartado.
- O avaliador realizará três tentativas de contato com a Empresa, após as quais, caso não seja atendido, a avaliação será descartada.
- O Cliente Oculto entrará em contato com a Empresa a partir das informações fornecidas no preenchimento do Formulário de Inscrição na primeira fase do Prêmio.
- Caso o Cliente Oculto não seja capaz de obter o atendimento da Empresa, **POR QUAISQUER MOTIVOS**, a avaliação será descartada.

Parte IV – Meta (FACEBOOK/INSTAGRAM)

Nesta dimensão é testado o canal de atendimento pelas redes sociais da Meta (FACEBOOK/INSTAGRAM) da Empresa, observando parâmetros como tempo de resposta, comunicação e resolutividade.

- A avaliação é feita por meio da simulação de uma situação real, em que o Cliente Oculto entra em contato com a Empresa por meio de seus canais de atendimento.
- Serão realizados cinco contatos.
- Os contatos serão segmentados em “Informações”, “Dúvidas” e “Reclamações”.
- Caso o atendimento exija quaisquer vínculos com a Empresa, bem como o fornecimento de dados pessoais sensíveis (basicamente CPF, endereço e número de celular), será descartado.
- O avaliador realizará três tentativas de contato com a Empresa, após as quais, caso não seja atendido, a avaliação será descartada.
- O Cliente Oculto entrará em contato com a Empresa a partir das informações fornecidas no preenchimento do Formulário de Inscrição na primeira fase do Prêmio.
- Caso o Cliente Oculto não seja capaz de obter o atendimento da Empresa, **POR QUAISQUER MOTIVOS**, a avaliação será descartada.

Parte V – WhatsApp

Nesta dimensão é testado o canal de atendimento pelo WhatsApp da Empresa, observando parâmetros como tempo de resposta, comunicação e resolutividade.

- A avaliação é feita por meio da simulação de uma situação real, em que o Cliente Oculto entra em contato com a Empresa por meio de seus canais de atendimento.

- Serão realizados **seis** contatos.
- Os contatos serão segmentados em “Informações”, “Dúvidas” e “Reclamações”.
- Caso o atendimento exija quaisquer vínculos com a Empresa, bem como o fornecimento de dados pessoais sensíveis (basicamente CPF, endereço e número de celular), será descartado.
- O avaliador realizará três tentativas de contato com a Empresa, após as quais, caso não seja atendido, a avaliação será descartada.
- O Cliente Oculto entrará em contato com a Empresa a partir das informações fornecidas no preenchimento do Formulário de Inscrição na primeira fase do Prêmio.
- Caso o Cliente Oculto não seja capaz de obter o atendimento da Empresa, **POR QUAISQUER MOTIVOS**, a avaliação será descartada.

Parte VI – Omnicanalidade

Nesta dimensão é testada a capacidade de a Empresa atender por meio de diferentes canais. Dessa forma, o atendimento é iniciado por um canal e continuado por outro, avaliando a integração dos canais da Empresa.

- A avaliação é feita por meio da simulação de uma situação real, em que o Cliente Oculto entra em contato com a Empresa por meio de seus canais de atendimento.
- Serão realizados **dois testes**, envolvendo dois contatos, sendo o primeiro iniciado por um canal de atendimento e o segundo continuado por outro, dando preferência para a seguinte ordem, conforme os canais disponibilizados pela Empresa:
 1. Telefone + WhatsApp
 2. WhatsApp + Telefone (válido somente para empresas que não disponham do canal Telefone)
- Caso o atendimento exija quaisquer vínculos com a Empresa, bem como o fornecimento de dados pessoais sensíveis (basicamente CPF, endereço e número de celular), será descartado.
- O avaliador realizará três tentativas de contato com a Empresa, após as quais, caso não seja atendido, a avaliação será descartada.
- O Cliente Oculto entrará em contato com a Empresa a partir das informações fornecidas no preenchimento do Formulário de Inscrição na primeira fase do Prêmio.
- Caso o Cliente Oculto não seja capaz de obter o atendimento da Empresa, **POR QUAISQUER MOTIVOS**, a avaliação será descartada.

FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO DE PARCEIROS E FORNECEDORES DE SOLUÇÕES

A avaliação de Parceiros e Fornecedores de Soluções é parte integrante do **Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente** e tem como objetivo premiar os melhores parceiros e fornecedores que atuam no formato B2C. Além disso, esse formulário é parte essencial da compreensão da adoção e imersão das tecnologias pelas empresas brasileiras e validam os dados informados por elas nas dimensões 4 e 5 dos formulários de inscrição de empresas. A avaliação é realizada por todas as empresas participantes no Prêmio. As avaliações realizadas comporão a nota final dos Parceiros e Fornecedores de Soluções no Prêmio.

- O preenchimento deste formulário é **OBRIGATÓRIO** para todas as Empresas.
- O não preenchimento deste formulário acarretará a **DECLASSIFICAÇÃO** da Empresa Contratante do Prêmio, independentemente do desempenho obtido.

Estrutura

O Formulário de Avaliação de Parceiros e Fornecedores de Soluções está dividido em 40 segmentos de soluções (ver subtópico “SEGMENTOS” dentro do tópico “PARCEIROS E FORNECEDORES DE SOLUÇÕES”). É necessário que cada Empresa Contratante preencha no **MÍNIMO 40% DESTE FORMULÁRIO**, caso contrário ele será descartado.

Em cada uma destas categorias, a Empresa deverá avaliar nove critérios estabelecendo notas de 1 a 6:

1. Agilidade de Implementação

Capacidade de fornecer os serviços com agilidade e rapidez.

2. Competência Técnica

Capacidade técnica demonstrada com a prestação dos serviços.

3. Inovação Embarcada e Conexão com IA

Capacidade de o fornecedor entregar soluções inovadoras que comportem módulos de IA.

4. Integração a Outros Sistemas (Conectores e APIs)

Capacidade de o fornecedor entregar soluções capazes de atuar em conjunto com outros sistemas, ferramentas e soluções.

5. Qualidade do Suporte Técnico e Treinamento

Capacidade de o fornecedor oferecer suporte técnico de qualidade em diferentes canais de atendimento.

6. Capacidade de Atualização e Escalabilidade

Potencial de upgrade da solução ao longo do tempo e flexibilidade para atender ao crescimento da companhia.

7. Recomendação

Possibilidade de recomendar o fornecedor para outras empresas.

8. Satisfação Geral

Nível de satisfação com os serviços prestados.

9. User Experience

Capacidade de o serviço prestado permitir que a interação entre a ferramenta e o usuário seja eficiente.

- A Empresa poderá avaliar todos os seus fornecedores entre os nomes listados, bem como adicionar mais um nome de Empresa que não esteja na lista.
- É permitida a inclusão de apenas um fornecedor que não esteja na lista.
- Para cada um dos critérios, a Empresa deverá fornecer uma nota de 1 a 6, se assim desejar.

SEGMENTOS

O **Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente** é voltado para Empresas que atuam nos seguintes segmentos:

ADQUIRENTES: Empresas responsáveis pelo processamento de pagamentos em e-commerces nas lojas físicas.

ALIMENTOS: Empresas responsáveis pela produção de alimentos e ingredientes para alimentos.

ARTIGOS ESPORTIVOS: Empresas de equipamentos esportivos.

AUTOPEÇAS E SERVIÇOS AUTOMOTIVOS: Empresas que atuam na cadeia automotiva com a produção de equipamentos ou prestação de serviços.

BANCOS: Empresas que atuam no segmento bancário para pessoa física.

BEBIDAS: Empresas responsáveis pela produção de bebidas e ingredientes para bebidas.

BENEFÍCIOS CORPORATIVOS: Empresas que prestam serviços de benefícios.

BETS E SITES DE APOSTAS: Empresas que são plataformas on-line e permitem aos usuários realizarem apostas em eventos esportivos, entre outros.

CARTEIRAS DIGITAIS: Empresas que oferecem plataformas para armazenar, enviar e receber dinheiro de forma eletrônica.

CARTÕES: Empresas de operação de cartões de crédito.

COBRANÇA AUTOMÁTICA – TAGs: Empresas que atuam na prestação de serviços de pagamento eletrônico automático em pedágios e estacionamentos.

CONSÓRCIOS: Empresas de consórcio são instituições financeiras autorizadas a formar e a gerenciar grupos de pessoas interessadas em adquirir bens ou serviços através de autofinanciamento.

CONSTRUTORAS E INCORPORADORAS DE GRANDE PORTE: Empresas responsáveis pela execução física de um empreendimento, estudos de viabilidade de um projeto e de articulação de um negócio imobiliário.

CONSTRUTORAS E INCORPORADORAS DE MÉDIO E PEQUENO PORTE: Empresas responsáveis pela execução física de um empreendimento, estudos de viabilidade de um projeto e de articulação de um negócio imobiliário.

DISTRIBUIDOR DE GÁS: Empresas responsáveis pela distribuição de gás.

E-COMMERCE: Empresas que têm operações de lojas virtuais com faturamento superior a 10% do faturamento total do negócio.

EDUCAÇÃO: Instituições de ensino fundamental, médio, superior e extensivos/complementares.

ENERGIA ELÉTRICA: Empresas responsáveis pela distribuição de energia elétrica.

ENTREGA POR APP: Empresas que atuam por meio de aplicativos e realizam entregas para pessoas físicas.

ENTRETENIMENTO, LAZER E TURISMO: Empresas hoteleiras, empresas que prestam serviços de mídia e entretenimento por meio de assinatura.

FARMÁCIAS: Empresas que atuam no varejo de medicamentos.

HEALTH TECHS: Empresas que oferecem soluções em serviços de saúde para plataformas digitais.

HIGIENE PESSOAL E RESIDENCIAL: Empresas que atuam na indústria de Higiene Pessoal e Residencial.

HOSPITAIS: Hospitais em geral.

INDÚSTRIA: Empresas que atuam na produção.

INDÚSTRIA – CASA E CONSTRUÇÃO: Empresas que atuam na produção de insumos para a construção civil.

INDÚSTRIA – ELETROELETRÔNICOS: Empresas que atuam na produção de equipamentos eletroeletrônicos.

INDÚSTRIA – ELETRODOMÉSTICOS: Empresas que atuam na produção de equipamentos eletrodomésticos.

INDÚSTRIA – ELETROPORTÁTEIS: Empresas que atuam na produção de equipamentos eletroportáteis.

INDÚSTRIA – FARMACÊUTICA: Empresas que atuam na produção de insumos para medicamentos.

LOGÍSTICA: Empresas que atuam no transporte de cargas e logística em geral voltada para o consumidor final.

MARCAS DE LUXO: Empresas que comercializam produtos de alto luxo para consumidores exclusivos.

MARKETPLACE E PLATAFORMAS DIGITAIS: Empresas que fornecem serviço de marketplace abrigando diferentes lojas virtuais.

MEDICINA DIAGNÓSTICA E LABORATÓRIOS: Empresas que atuam, exclusivamente, na prestação de serviços de medicina diagnóstica. **ATENÇÃO:** neste segmento, exclusivamente, só serão permitidas inscrições de quatro operações distintas em qualquer combinação (um hospital e três laboratórios, dois hospitais e dois laboratórios, etc.).

NEGÓCIOS B2B DE ALTA ESCALA: Empresas que vendem produtos ou serviços para outras empresas, em transações de grande volume e valor. **ATENÇÃO:** neste segmento, as empresas só poderão se inscrever caso atendam mais de 50 mil corporativos e ofereçam central de atendimento para responder às demandas desses clientes.

NEOBANCOS: Startups que atuam na prestação de serviços financeiros.

PERFUMARIA E COSMÉTICOS: Empresas que atuam na indústria de Perfumaria e Cosméticos (HPPC).

PLANOS DE SAÚDE ODONTOLÓGICOS: Empresas que fornecem cobertura para prevenção, diagnóstico e tratamento de problemas bucais.

PLATAFORMAS DE INVESTIMENTOS: Empresas que atuam na facilitação da compra e venda de diversos tipos de ativos financeiros, como ações, títulos, fundos mútuos, ETFs (Exchange-Traded Funds) e até criptomoedas.

POSTOS DE COMBUSTÍVEL: Empresas que atuam no comércio e na distribuição de combustíveis por meio de postos de combustível.

PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS: Empresas prestadoras de serviços, cadeias de restaurante e negócios diversos que não se enquadrem nos demais segmentos.

PREVIDÊNCIA E CAPITALIZAÇÃO: Empresas que fornecem serviços de previdência complementar.

PROGRAMAS DE FIDELIDADE: Empresas que oferecem programas de incentivo contínuo para recompensar clientes.

REAL ESTATE TECHS: Empresas que utilizam tecnologia para inovar e otimizar processos no setor imobiliário. Elas desenvolvem soluções tecnológicas para diversos aspectos do mercado imobiliário, desde a compra, a venda e o aluguel de imóveis até a gestão de propriedades e a análise de dados imobiliários.

SEGUROS – RAMOS GERAIS: Empresas que oferecem serviços de seguro de qualquer natureza, à exceção de seguros de saúde.

SEGUROS DE AUTOMÓVEIS: Empresas que oferecem proteção financeira para veículos, cobrindo prejuízos por acidentes, furtos, roubos e outros riscos.

SEGUROS E PLANOS DE SAÚDE: Empresas que oferecem serviços de seguro ou planos de saúde.

SERVIÇOS FINANCEIROS: Empresas que oferecem serviços financeiros diversos, como assessoria, gestão de patrimônio, investimentos, consignados, entre outros.

SERVIÇOS PÚBLICOS: Empresas que atuam na prestação de serviços públicos para o consumidor final.

SHOPPING CENTERS E OUTLETS: Centros comerciais de qualquer natureza.

TELECOMUNICAÇÕES – BANDA LARGA: Empresas que fornecem serviços de internet banda larga.

TELECOMUNICAÇÕES – COMBOS: Empresas que fornecem serviços de telefonia, banda larga e TV por Assinatura/Streaming.

TELECOMUNICAÇÕES – TELEFONIA FIXA: Empresas que fornecem serviços de telefonia fixa.

TELECOMUNICAÇÕES – TELEFONIA MÓVEL: Empresas que fornecem serviços de telefonia móvel.

TELECOMUNICAÇÕES – TV POR ASSINATURA E STREAMING: Empresas que fornecem serviços de TV por Assinatura.

TRANSPORTES GERAIS – AÉREO E RODOVIÁRIO: Transportes aéreos ou rodoviários.

VAREJO – ACESSÓRIOS, CALÇADOS, MODA E ÓTICA: Empresas que atuam no varejo de produtos de vestuário.

VAREJO – ATACADO E CASH & CARRY: Empresas que atuam nos ramos de atacado e atacarejo também para o consumidor final.

VAREJO – DIVERSOS: Empresas que atuam em diversos segmentos de varejo (material de construção, presentes, artigos para o lar, papelarias, livrarias, miudezas, cama, mesa e banho e assim por diante).

VAREJO – ELETROELETRÔNICOS E MÓVEIS: Empresas que atuam no varejo de equipamentos eletroeletrônicos, eletrodomésticos e móveis em geral.

VAREJO – PET: Empresas que atuam no varejo de produtos para animais de estimação.

VAREJO – REDES ALIMENTÍCIAS E FAST-FOOD: Empresas que atuam no varejo de refeições prontas para consumo, tais como restaurantes e lanchonetes.

VAREJO – SUPER, HIPERMERCADOS, HORTIFRÚTIS E PROXIMIDADES: Empresas que atuam no varejo de abastecimento alimentar, FLV e mercearia para o consumidor final.

VEÍCULOS – AUTOMÓVEIS: Empresas que atuam na produção de automóveis populares.

VEÍCULOS – AUTOMÓVEIS POR ASSINATURAS – LOCADORAS: Empresas que atuam na locação de automóveis.

VEÍCULOS – AUTOMÓVEIS DE LUXO: Empresas que atuam na produção de automóveis de luxo.

- **A CX Brain reserva-se o direito de alterar ou consolidar a lista de segmentos até a comunicação dos resultados, caso as informações coletadas tragam resultados que justifiquem uma revisão localizada.**

CLASSIFICAÇÃO

A classificação do Prêmio levará em consideração as notas obtidas em cada uma das fases, seguindo as respectivas pontuações (ver subtópico “ESTRUTURA GERAL” dentro do tópico “EMPRESAS”).

Primeira fase

A primeira fase do Prêmio possui caráter eliminatório. As empresas que obtiverem os melhores desempenhos dentro de seus segmentos avançarão para a segunda fase.

Segunda fase

Todas as empresas classificadas na primeira fase avançarão para a segunda fase do Prêmio, que contemplará o Cliente Oculto.

Terceira fase

A terceira fase do Prêmio não envolve a participação ativa das empresas, sendo realizada internamente pela CX Brain.

Classificação final

A classificação final irá se dar pela soma do desempenho obtido em cada uma das fases. A empresa que obtiver o melhor desempenho geral dentro de seu segmento será considerada vencedora. As empresas que obtiverem os melhores indicadores dentre todas as vencedoras serão qualificadas para concorrer à Empresa do Ano pelo Voto Popular.

BPO/CPO

São consideradas BPO/CPO empresas que prestam serviços de atendimento para empresas que atendem o consumidor final.

Na primeira fase, o BPO/CPO preencherá dois formulários on-line, nos quais informará dados sobre sua própria estrutura de atendimento e indicará suas operações de

atendimento por telefone e WhatsApp, as quais serão avaliadas durante o Cliente Oculto, bem como avaliará seus Parceiros e Fornecedores de Soluções. No caso do BPO/CPO, a primeira fase não é eliminatória.

Na segunda fase será realizado um Cliente Oculto nas operações indicadas na primeira fase, com o objetivo de verificar, na prática, a qualidade do atendimento prestado pelo BPO/CPO. Conforme o resultado obtido nesta fase, serão estabelecidos os BPOs/CPOs vencedores, nas categorias especiais BPO/CPO – PEQUENAS E MÉDIAS OPERAÇÕES DIGITAL; BPO/CPO – PEQUENAS E MÉDIAS OPERAÇÕES OMNICANAL; BPO/CPO – GRANDES OPERAÇÕES DIGITAL; E BPO/CPO – GRANDES OPERAÇÕES OMNICANAL.

PARTICIPAÇÃO

O **Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente 2026** é aberto para o BPO/CPO que se enquadre nos respectivos critérios:

- O BPO/CPO deve, **OBRIGATORIAMENTE**, atender empresas que fornecem bens ou serviços diretamente ao consumidor final (B2C).
- **NÃO É PERMITIDA** a participação de BPO/CPO que atenda empresas que forneçam, exclusivamente, bens ou serviços para outras empresas (B2B).
- O BPO/CPO deve, **OBRIGATORIAMENTE**, realizar atendimento receptivo.
- O BPO/CPO deve, **OBRIGATORIAMENTE**, inscrever **6 operações** de atendimento telefônico e WhatsApp **exclusivas (não compartilhadas com outro BPO)**.
- O BPO/CPO deve, **OBRIGATORIAMENTE**, ter, se possível, exclusividade na prestação dos atendimentos inscritos.
- **NÃO É PERMITIDA** a participação de BPO/CPO que realize, exclusivamente, atendimento ativo.
- A participação no Prêmio estará assegurada apenas após o preenchimento dos dois formulários on-line: Formulário de Inscrição e Formulário de Avaliação de Parceiros e Fornecedores de Soluções. O não preenchimento de quaisquer dos dois formulários acarretará a **DESCLASSIFICAÇÃO** da empresa do Prêmio.

ESTRUTURA GERAL

A categoria BPO/CPO do **Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente 2026** está estruturada em três fases com suas respectivas pontuações:

1ª Fase – Avaliação da Estrutura de Atendimento

Na primeira fase, o BPO/CPO fornecerá informações referentes à sua própria estrutura de atendimento pelo preenchimento de um formulário on-line (Formulário de Inscrição). A primeira fase está dividida nas seguintes dimensões:

Parte I – Informações Gerais

Nesta dimensão o BPO/CPO informa dados sobre sua própria estrutura de atendimento, tais como o número de PAs e o volume de interações.

Parte II – Recursos Humanos

Nesta dimensão o BPO/CPO informa dados sobre seu quadro de funcionários, tais como salários e benefícios fornecidos.

Parte III – Segurança da Informação

Nesta dimensão o BPO/CPO fornece informações sobre sua gestão da segurança da informação e dados dos consumidores.

Parte IV – Operações

Nesta dimensão a empresa inscreve operações de empresas para as quais presta atendimento. Essas operações serão avaliadas na segunda fase.

2ª Fase – Avaliação da Qualidade do Atendimento

A segunda fase da premiação consiste na realização do Cliente Oculto, com o objetivo de verificar, na prática, a qualidade do atendimento das operações inscritas na primeira fase a partir de determinados critérios (Cliente Oculto). A segunda fase é voltada apenas para a avaliação do atendimento telefônico.

Parte Única – Telefone/WhatsApp

Nesta dimensão serão testados os canais de atendimento telefônico e WhatsApp da Empresa, observando parâmetros como tempo de espera, comunicação com o atendente e resolutividade.

Quadro de pontuação

FASE	DIMENSÃO	% PRÊMIO
1ª FASE – AVALIAÇÃO DA ESTRUTURA DE ATENDIMENTO	PARTE I – INFORMAÇÕES GERAIS SOBRE OS CANAIS	5%
	PARTE II – RECURSOS HUMANOS	5%
	PARTE III – SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO	5%
	PARTE IV – OPERAÇÕES	5%
	TOTAL – 1ª FASE	20%
2ª FASE – AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DO ATENDIMENTO	TELEFONE/WHATSAPP	80%
	TOTAL – 2ª FASE	80%
TOTAL		100%

PRIMEIRA FASE (FORMULÁRIO DE INSCRIÇÃO)

A primeira fase do **Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente 2026** compreende o preenchimento do Formulário de Inscrição e tem como objetivo determinar quais operações o BPO/CPO inscreveu para avaliação na segunda fase do Prêmio a partir de informações sobre suas estruturas de atendimento.

- Os dados informados neste formulário não pontuarão no Prêmio.
- O preenchimento deste formulário é **OBRIGATÓRIO** para todos os BPOs/CPOs.
- O BPO/CPO deve informar seis operações de atendimento.
- O não preenchimento deste formulário acarretará a **DESCLASSIFICAÇÃO** da Empresa Contratante do Prêmio.
- Algumas perguntas são **OBRIGATÓRIAS** para a conclusão do formulário.

Estrutura

1ª Fase – Avaliação da Estrutura de Atendimento

Na primeira fase, o BPO/CPO fornecerá informações referentes à sua própria estrutura de atendimento pelo preenchimento de um formulário on-line (Formulário de Inscrição). A primeira fase está dividida nas seguintes dimensões:

Parte I – Informações Gerais

Nesta dimensão o BPO/CPO informa dados sobre sua própria estrutura de atendimento, tais como o número de PAs e o volume de interações.

Parte II – Recursos Humanos

Nesta dimensão o BPO/CPO informa dados sobre seu quadro de funcionários, tais como salários e benefícios fornecidos.

Parte III – Operações

Nesta dimensão a Empresa inscreve operações de empresas para as quais presta atendimento. Essas operações serão avaliadas na segunda fase.

SEGUNDA FASE (CLIENTE OCULTO)

A segunda fase da premiação consiste na realização do Cliente Oculto, com o objetivo de verificar, na prática, a qualidade do atendimento das operações inscritas na primeira fase a partir de determinados critérios (Cliente Oculto). A segunda fase é voltada apenas para a avaliação do atendimento nos canais Telefônico e WhatsApp.

Telefone/WhatsApp

Nesta dimensão é testado o canal de atendimento telefônico da empresa, observando parâmetros como tempo de espera, comunicação com o atendente e resolutividade.

- Serão realizados dez contatos divididos entre os dois canais.
- Os contatos serão segmentados em “Informações”, “Dúvidas” e “Reclamações”.
- Caso o atendimento exija quaisquer vínculos com a Empresa, bem como o fornecimento de dados pessoais, será descartado.
- O avaliador realizará três tentativas de contato com a Empresa, no canal definido, após as quais, caso não seja atendido, a avaliação será descartada.
- A avaliação é feita por meio da simulação de uma situação real, em que o Cliente Oculto entra em contato com a empresa por meio de seus canais de atendimento.
- Os dados obtidos nesta avaliação comporão 80% da nota final do BPO/CPO no Prêmio.
- O Cliente Oculto entrará em contato com a Empresa a partir das informações fornecidas no preenchimento do Formulário de Inscrição na primeira fase do Prêmio. Lembramos que, para efeito de inscrição, será considerado apenas um número válido por operação no canal WhatsApp inscrita. No caso da operação de telefone, a Empresa deve fornecer dois números.

- Caso o Cliente Oculto não seja capaz de obter o atendimento da Empresa, **POR QUAISQUER MOTIVOS**, a avaliação será descartada.
- É importante que os canais de atendimento sejam abertos para consumidores em geral, e não apenas para clientes da própria empresa.

FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO DE PARCEIROS E FORNECEDORES DE SOLUÇÕES

A avaliação de Parceiros e Fornecedores de Soluções é parte integrante do **Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente 2026** e tem como objetivo premiar os melhores parceiros e fornecedores que atuam no formato B2C. Além disso, esse formulário é parte essencial da compreensão da adoção e imersão das tecnologias pelas empresas brasileiras e valida os dados informados por elas nas dimensões 4 e 5 dos formulários de inscrição de empresas. A avaliação é realizada por todas as empresas participantes no Prêmio.

- As avaliações realizadas irão compor a nota final dos Parceiros e Fornecedores de Soluções no Prêmio.
- O preenchimento deste formulário é **OBRIGATÓRIO** para todas as Empresas.
- O não preenchimento deste formulário acarretará a **DESCCLASSIFICAÇÃO** da Empresa Contratante do Prêmio, independentemente do desempenho obtido.

Estrutura

O Formulário de Avaliação de Parceiros e Fornecedores de Soluções está dividido em 40 segmentos de soluções (ver subtópico “SEGMENTO” dentro do tópico “PARCEIROS E FORNECEDORES DE SOLUÇÕES”).

Em cada uma destas categorias, o BPO/CPO deverá avaliar nove critérios:

1. Agilidade de Implementação

Capacidade de fornecer os serviços com agilidade e rapidez.

2. Competência Técnica

Capacidade técnica demonstrada com a prestação dos serviços.

3. Inovação Embarcada e Conexão com IA

Capacidade de o fornecedor entregar soluções inovadoras que comportem módulos de IA.

4. Integração a Outros Sistemas (Conectores e APIs)

Capacidade de o fornecedor entregar soluções capazes de atuar em conjunto com outros sistemas, ferramentas e soluções.

5. Qualidade do Suporte Técnico e Treinamento

Capacidade de o fornecedor oferecer suporte técnico de qualidade em diferentes canais de atendimento.

6. Capacidade de Atualização e Escalabilidade

Potencial de upgrade da solução ao longo do tempo e flexibilidade para atender ao crescimento da companhia.

7. Recomendação

Possibilidade de recomendar o fornecedor para outras empresas.

8. Satisfação Geral

Nível de satisfação com os serviços prestados.

9. User Experience

Capacidade de o serviço prestado permitir que a interação entre a ferramenta e o usuário seja eficiente.

- O BPO/CPO poderá avaliar todos os seus fornecedores entre os nomes listados, bem como adicionar mais um nome de empresa que não esteja na lista.
- É permitida a inclusão de apenas um fornecedor que não esteja na lista.
- Para cada um dos critérios, o BPO/CPO deverá fornecer uma nota de 1 a 6.

SEGMENTOS

Após o preenchimento do Formulário de Inscrição, o BPO/CPO será dividido em quatro categorias especiais pela CX Brain:

BPO/CPO – PEQUENAS E MÉDIAS OPERAÇÕES DIGITAL

BPO/CPO – PEQUENAS E MÉDIAS OPERAÇÕES OMNICANAL

BPO/CPO – GRANDES OPERAÇÕES DIGITAL

BPO/CPO – GRANDES OPERAÇÕES OMNICANAL

- O BPO/CPO será dividido de acordo com o volume de interações informado na primeira fase.

CLASSIFICAÇÃO

A classificação do Prêmio levará em consideração as notas obtidas em cada uma das fases, seguindo as respectivas pontuações (ver subtópico “ESTRUTURA GERAL” dentro do tópico “BPO/CPO”).

Primeira fase

A primeira fase do Prêmio corresponde a 20% do total da nota final da avaliação.

Segunda fase

Todos os BPOs/CPOs participantes do Prêmio farão parte do Cliente Oculto. A avaliação desta fase corresponde a 80% do total da nota final da avaliação.

Classificação final

A classificação final irá se dar pelo desempenho obtido da soma das duas fases. O BPO/CPO que obtiver o melhor desempenho geral dentro da sua categoria (BPO/CPO – PEQUENAS E MÉDIAS OPERAÇÕES DIGITAL; BPO/CPO – PEQUENAS E MÉDIAS OPERAÇÕES OMNICANAL; BPO/CPO – GRANDES OPERAÇÕES DIGITAL; e BPO/CPO – GRANDES OPERAÇÕES OMNICANAL), (ver subtópico “SEGMENTO” dentro do tópico “BPO/CPO”), será considerado vencedor.

PARCEIROS E FORNECEDORES DE SOLUÇÕES

São consideradas Parceiros e Fornecedores de Soluções as empresas que fornecem serviços para outras empresas, sejam estes relacionados ou não à tecnologia.

Os Parceiros e Fornecedores de Soluções participarão sem a necessidade de preenchimento de formulários. A CX Brain elaborou uma lista de empresas para serem avaliadas, a partir de sua relevância no mercado.

Durante a avaliação, Empresas e BPOs/CPOs têm a oportunidade de incluir um Parceiro e Fornecedor de Solução de sua preferência, que não esteja listado.

Os Parceiros e Fornecedores de Soluções são divididos por segmentos de atuação. A classificação final é determinada a partir da avaliação recebida por Empresas e BPOs/CPOs.

PARTICIPAÇÃO

A participação dos Parceiros e Fornecedores de Soluções não está condicionada ao preenchimento de formulários nem a outro tipo de inscrição. As empresas da premiação participam automaticamente a partir de uma lista elaborada pela **CX Brain**.

- Os Parceiros e Fornecedores de Soluções não realizam inscrição.
- A lista de participantes é elaborada pela CX Brain.
- Um Parceiro e Fornecedor de Solução pode ser incluído na lista, caso não esteja presente, pelas Empresas Contratantes e pelo BPO/CPO durante a realização da avaliação.

ESTRUTURA GERAL

A categoria Parceiros e Fornecedores de Soluções do **Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente 2026** está estruturado na seguinte forma:

Fase Única – Avaliação da Qualidade do Atendimento

Durante esta fase, os Parceiros e Fornecedores de Soluções serão avaliados por Empresas e BPOs/CPOs. A fase possui apenas uma dimensão.

Parte Única – Avaliação Recebida

Empresas e BPOs/CPOs avaliarão Parceiros e Fornecedores de Soluções, com notas de 1 a 6 em diversos segmentos a partir dos seguintes critérios:

1. Agilidade de Implementação

Capacidade de fornecer os serviços com agilidade e rapidez.

2. Competência Técnica

Capacidade técnica demonstrada com a prestação dos serviços.

3. Inovação Embarcada e Conexão com IA

Capacidade de o fornecedor entregar soluções inovadoras que comportem módulos de IA.

4. Integração a Outros Sistemas (Conectores e APIs)

Capacidade de o fornecedor entregar soluções capazes de atuar em conjunto com outros sistemas, ferramentas e soluções.

5. Qualidade do Suporte Técnico e Treinamento

Capacidade de o fornecedor oferecer suporte técnico de qualidade em diferentes canais de atendimento.

6. Capacidade de Atualização e Escalabilidade

Potencial de upgrade da solução ao longo do tempo e flexibilidade para atender ao crescimento da companhia.

7. Recomendação

Possibilidade de recomendar o fornecedor para outras empresas.

8. Satisfação Geral

Nível de satisfação com os serviços prestados.

9. User Experience

Capacidade de o serviço prestado permitir que a interação entre a ferramenta e o usuário seja eficiente.

Quadro de Pontuação

FASE	DIMENSÃO	% PRÊMIO
FASE ÚNICA – AVALIAÇÃO DE COMPETÊNCIAS E RECOMENDAÇÃO	PARTE ÚNICA – AVALIAÇÃO RECEBIDA	100%

FASE ÚNICA (AVALIAÇÃO DE COMPETÊNCIAS E RECOMENDAÇÃO)

Durante esta fase, os Parceiros e Fornecedores de Soluções serão avaliados por Empresas e BPOs/CPOs. A fase possui apenas uma dimensão.

Parte Única – Avaliação Recebida

Empresas e BPOs/CPOs avaliarão Parceiros e Fornecedores de Soluções, com notas de 1 a 6 em diversos segmentos a partir dos seguintes critérios:

1. Agilidade de Implementação
2. Competência Técnica
3. Inovação Embarcada e Conexão com IA
4. Integração a Outros Sistemas (Conectores e APIs)
5. Qualidade do Suporte Técnico e Treinamento
6. Capacidade de Atualização e Escalabilidade
7. Recomendação
8. Satisfação Geral
9. User Experience

- As notas recebidas nesta fase comporão 100% da nota final dos Parceiros e Fornecedores de Solução no Prêmio.
- Os Parceiros e Fornecedores de Solução poderão ser avaliados com notas de 1 a 6.
- Os Parceiros e Fornecedores de Solução podem não receber nota, se a Empresa e/ou o BPO/CPO assim desejar.

SEGMENTOS

AGENTE/ASSISTENTE VIRTUAL PARA ATENDIMENTO RECEPTIVO POR TEXTO: Robôs digitais que interagem por linguagem natural por texto.

AGENTE/ASSISTENTE VIRTUAL PARA ATENDIMENTO RECEPTIVO POR VOZ: Robôs digitais que interagem por linguagem natural por voz.

AUTOMAÇÃO DE FORÇA DE VENDAS (SALES FORCE AUTOMATION): Parte integrante do CRM operacional que se concentra na plataforma tecnológica que suporta as interações com os clientes e a automação de vendas.

AUTOMAÇÃO ROBÓTICA DE PROCESSOS (RPA): Robôs de softwares instalados em servidores, com os recursos para automatizar os processos repetitivos e administrados por humanos.

BIG DATA: Ferramenta que armazena um conjunto de tecnologias capazes de tratar grandes volumes de dados, estruturados ou não, de diferentes formatos.

BLOCKCHAIN/CIBERSEGURANÇA: Sistema de tecnologia de registro distribuído que visa a descentralização como medida de segurança dos dados do usuário.

BUSINESS INTELLIGENCE (BI): Ferramenta que tem foco na coleta, organização, transformação e disponibilização de dados estruturados para a tomada de decisão, além de permitir a análise preditiva de forma rápida e assertiva.

CALLBACK: Solução que promove o retorno das chamadas de forma automática ou programada para os clientes que estão esperando um atendimento em seu número receptivo. O callback capta os dados do cliente, desliga a chamada e retorna para o número.

CONSTRUÇÃO DA JORNADA DO CLIENTE: Solução que auxilia no desenho da jornada do cliente.

CX – METODOLOGIA, GESTÃO E PLATAFORMA: Serviço empresarial que auxilia no desenvolvimento da experiência do cliente.

CONSULTORIA ESTRATÉGICA: Serviço de ajuda às organizações para melhoria de desempenho, operando por meio da análise de problemas organizacionais existentes e do desenvolvimento de planos de melhoria.

CRM: Ferramenta que armazena informações de clientes atuais e potenciais, reúne e integra dados para preparar e atualizar equipes com histórico, preferência de compras e outras informações.

CLOUD (NUVEM): É uma tecnologia que permite acesso remoto a softwares, armazenamento de arquivos e processamento de dados por meio da internet.

CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT (CEM): Soluções de avaliação da experiência por canal e omnicanal.

DISTRIBUIDOR AUTOMÁTICO DE CHAMADAS (DAC): Ferramenta para automatizar o processo de ligações, aumentando a produtividade, evitando os erros de discagem e mantendo um registro das interações realizadas.

ENTERPRISE RESOURCE PLANNING (ERP): Sistema responsável por cuidar das operações diárias de uma empresa, desde o faturamento até o balanço contábil, de compras ao fluxo de caixa.

GOVERNANÇA E PROTEÇÃO DE DADOS: Serviço de proteção e manutenção de dados e informações corporativas.

INTEGRADOR DE CONTACT CENTER: Serviço de viabilização das soluções de BPO adequado para as empresas.

INTEGRADOR DE CRM: Serviço de viabilização da solução de CRM.

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: Ferramentas de Inteligência Artificial.

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL GENERATIVA: Ferramentas de Inteligência Artificial generativa.

NPS: É uma metodologia de satisfação de clientes desenvolvida para avaliar o grau de fidelidade dos clientes de qualquer perfil.

PLATAFORMA DE ATENDIMENTO OMNICHANNEL: Solução que permite às áreas de Atendimento ao Cliente das empresas oferecerem múltiplos canais de atendimento de forma integrada em uma única plataforma.

PLATAFORMA DE TREINAMENTO DE AGENTE (E-LEARNING): Ambiente virtual destinado à capacitação e ao treinamento de agentes de atendimento.

SERVIÇOS PROFISSIONAIS PARA CENTRAL DE RELACIONAMENTO (PROFESSIONAL SERVICES): Combinação de metodologias e processos que aceleram a produção de projetos e otimizam a produção de relacionamento na central.

SISTEMA DE MONITORIA DE AGENTES: Sistema que monitora a qualidade de atendimento na Central de Relacionamento com o cliente.

SISTEMA DE MONITORIA DE QUALIDADE: Sistema que monitora a qualidade da operação de atendimento.

SISTEMA PARA MELHORIA DE EFICIÊNCIA OPERACIONAL DO BACKOFFICE: Suíte de soluções que permitem medir e impulsionar o desempenho do Backoffice, dando visibilidade da área de trabalho do agente e das atividades dos processos do Backoffice.

SOFTWARE DE GESTÃO DE CAMPANHAS: Ferramenta destinada ao gerenciamento de campanhas de marketing.

SOFTWARE DE FEEDBACK/OPINIÃO DE CLIENTES: Sistema que avalia o atendimento de clientes com pesquisas de opinião de seus clientes.

SOLUÇÃO DE ANÁLISE DE INTERAÇÕES E SENTIMENTOS COM INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL GENERATIVA: São utilizados algoritmos avançados para interpretar as comunicações em múltiplos canais. Identificação de padrões, emoções e tendências, gerando insights estratégicos para aprimorar a experiência do cliente e apoiar as decisões de negócio.

SOLUÇÃO DE AUTOATENDIMENTO (URA): Ferramenta de serviços automáticos para os clientes que ligam para responder a dúvidas e fornecer informações sem a intervenção de um atendente.

SOLUÇÃO DE AUTOMAÇÃO: Plataforma de atendimento e automação para monitoramento, gerenciamento de equipes e acompanhamento.

SOLUÇÃO DE AUTOMAÇÃO DE CX (PROCESSOS, TAREFAS E DADOS): Plataformas que automatizam fluxos de trabalho, tarefas repetitivas e integração de dados em múltiplos canais, otimizando os processos e reduzindo o tempo de resposta. São utilizadas Inteligência Artificial e regras de negócio para orquestrar as jornadas do cliente, melhorar a eficiência operacional e oferecer experiências mais rápidas, personalizadas e consistentes.

SOLUÇÃO DE CHAT: Plataforma de atendimento via chat com recursos de monitoramento, gerenciamento de equipes e acompanhamento.

SOLUÇÃO PARA ATIVAÇÃO DE CSAT: Aplicação para medição de indicadores de satisfação do consumidor.

SOLUÇÃO PARA ENGAJAMENTO DA FORÇA DE TRABALHO (WORKFORCE ENGAGEMENT MANAGEMENT): Soluções de sistemas de gerenciamento de forças de trabalho que englobam todas as atividades necessárias para planejar eficientemente a força de trabalho de uma empresa.

SOLUÇÃO DE OUTBOUND OMNICANAL: Ferramenta que trabalha com algoritmo que antecipa o volume de chamadas necessário para ocupar os recursos disponíveis.

SPEECH AND INTERACTION ANALYTICS: Processo de análise de chamadas gravadas para coletar informações do cliente para melhorar a comunicação e a interação futura.

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL: Serviço de condução nos processos de transformação digital.

CLASSIFICAÇÃO

A classificação final dos Parceiros e Fornecedores de Solução será dada pela média geral em cada segmento, levando em consideração o preenchimento de 40% do Formulário pelas Empresas Contratantes e pelos BPOs/CPOs e os seguintes critérios:

1. Agilidade de Implementação
 2. Competência Técnica
 3. Inovação Embarcada e Conexão com IA
 4. Integração a Outros Sistemas (Conectores e APIs)
 5. Qualidade do Suporte Técnico e Treinamento
 6. Capacidade de Atualização e Escalabilidade
 7. Recomendação
 8. Satisfação Geral
 9. User Experience
- O Parceiro e Fornecedor de Solução deve ter recebido notas em ao menos quatro destes critérios para a média ser considerada.

CATEGORIAS ESPECIAIS

Além de premiar Empresas, BPOs/CPOs e Parceiros e Fornecedores de Soluções, o **Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente 2026** também irá reconhecer profissionais e a Empresa do Ano por meio de um voto popular.

Os profissionais e as Empresas serão indicados no formulário de inscrição de Empresas e BPO/CPO. Os mais indicados farão parte de uma votação aberta ao público em geral.

PARTICIPAÇÃO

A participação irá se dar pela indicação dos nomes de profissionais e empresas durante o preenchimento dos formulários de inscrição. Os nomes mais indicados serão selecionados para uma votação aberta ao público em geral.

SEGMENTO

Os profissionais serão premiados, por segmentos relevantes, em duas categorias:

CEO DO ANO: Quaisquer profissionais que ocupem o cargo de CEO.

HALL DA FAMA: Quaisquer profissionais do setor de Relacionamento, independentemente do cargo ocupado.

EMPRESA DO ANO: Quaisquer empresas.

CLASSIFICAÇÃO

Os nomes mais indicados em cada segmento serão selecionados para a votação aberta ao público em geral. Aqueles que receberem o maior número de votos serão declarados vencedores dos respectivos segmentos.