

XXVII



PRÊMIO CONSUMIDOR MODERNO
DE EXCELÊNCIA EM SERVIÇOS AO CLIENTE

REGULAMENTO OFICIAL
DO PRÊMIO DE EXCELÊNCIA
EM EXPERIÊNCIA DO CLIENTE
2026



Sumário

APRESENTAÇÃO	03
OBJETIVO	03
QUEM PODE PARTICIPAR	03
CATEGORIAS	04
ESCOPO DOS CASES	04
FASES DA PREMIAÇÃO	05
CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO	05
PROCESSO DE SELEÇÃO E JULGAMENTO	05
PREMIAÇÃO	06
DIREITOS DE IMAGEM E USO DOS CASES	06
DISPOSIÇÕES GERAIS	06
CRITÉRIOS DE DESCLASSIFICAÇÃO	06
CONTATO	07
ANEXO I - EMPRESAS: ESTRUTURA DO PROCESSO E FASES	08
ANEXO II - BPO/CPO: ESTRUTURA DO PROCESSO E FASES	10
ANEXO III - PARCEIROS E FORNECEDORES DE SOLUÇÕES	11
ANEXO IV - SEGMENTOS	11
ANEXO V - QUADROS E GRÁFICOS DE PONTUAÇÃO (OPCIONAL/ILUSTRATIVO)	12

APRESENTAÇÃO

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 Seu Cliente Oculto, 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.

1. OBJETIVO

O Prêmio de Excelência em Experiência do Cliente 2026 tem como finalidade reconhecer e dar visibilidade a empresas, profissionais e parceiros que se destacam pela qualidade no relacionamento com clientes no Brasil. A premiação valoriza práticas que unem inovação, impacto positivo, mensuração de resultados e consolidação de uma cultura centrada no cliente.

2. QUEM PODE PARTICIPAR

2.1. Estão aptos a participar:

- Empresas que forneçam bens ou serviços diretamente ao consumidor final (B2C) ou atendam clientes corporativos em grande escala (mínimo de 50 mil clientes B2B);
- Profissionais de CX, marketing, atendimento, relacionamento e áreas correlatas;

- BPOs/CPOs que prestam serviços de atendimento para empresas B2C; Parceiros e fornecedores de soluções tecnológicas ou de serviços aplicados à experiência do cliente.

2.2. Restrições:

- Escritórios de advocacia, consultorias jurídicas e contábeis não podem participar;
- Colaboradores do Grupo Padrão, da CX Brain e familiares diretos estão impedidos.
- 2.3. A participação é gratuita e condicionada ao cumprimento integral dos formulários obrigatórios.

3. CATEGORIAS

A premiação contempla quatro grandes blocos:

- **Empresas:** classificadas por segmentos de mercado (ex.: Bancos, Varejo, Telecom, Saúde, Educação etc.);
- **BPOs/CPOs:** divididos em pequenas/médias e grandes operações, nos formatos Digital e Omnicanal;
- **Parceiros e Fornecedores de Soluções:** avaliados pelas empresas e BPOs participantes em critérios técnicos (inovação, integração, suporte etc.);
- **Categorias Especiais:** Empresa do Ano (voto popular), CEO do Ano e Hall da Fama.

A Organização se reserva o direito de reavaliar, redistribuir ou unificar categorias, conforme o perfil e a relevância dos cases inscritos, garantindo uma análise justa e coerente com os objetivos do concurso (**conforme Anexo IV – Segmentos**).

4. ESCOPO DOS CASES

Os cases inscritos deverão demonstrar iniciativas que impactem positivamente a experiência do cliente. Devem incluir resultados quantitativos (ex.: NPS, CSAT, churn, aumento de vendas, redução de custos) e qualitativos (ex.: depoimentos, provas sociais, engajamento espontâneo).

5. FASES DA PREMIAÇÃO

O processo de avaliação será conduzido em três fases:

- **1ª Fase – Formulário de Inscrição (20%):** informações sobre estrutura de atendimento, estratégia de relacionamento, recursos humanos, tecnologia/ omnichannel e inovação em CX.
- **2ª Fase – Cliente Oculto (70%):** avaliação prática dos canais (telefone, e-mail, chat/app, redes sociais, WhatsApp e omnicanalidade).
- **3ª Fase – Consolidação (10%):** comparação entre os dados declarados e os resultados obtidos, medindo a maturidade da gestão de CX.

6. CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Os cases e empresas serão avaliados em critérios técnicos e estratégicos:

- Alinhamento com objetivos do prêmio;
- Inovação e criatividade;
- Impacto mensurável;
- Engajamento e interação do cliente;
- Provas sociais e repercussão;
- Replicabilidade e escalabilidade.

As notas seguem escala de 1 a 6, de insuficiente a excelente.

A composição detalhada das etapas e pesos encontra-se em **Anexo V – Quadros e Gráficos de Pontuação**.

7. PROCESSO DE SELEÇÃO E JULGAMENTO

- **Triagem técnica:** verificação de conformidade com os requisitos de inscrição;
- **Julgamento técnico:** atribuição de notas por comitê de especialistas do setor;
- **Voto popular:** aplicado às categorias especiais.

A análise seguirá os critérios definidos neste regulamento, conforme descrito no item 6 e nas estruturas técnicas de avaliação apresentadas nos **Anexos I a III**.

8. PREMIAÇÃO

Os vencedores receberão:

- Troféu personalizado;
- Certificação oficial;
- Selo digital de “Vencedor 2026” para uso institucional;
- Destaque editorial em revista, site e mídias da Organização;
- Entrevistas exclusivas e visibilidade em eventos do setor.

9. DIREITOS DE IMAGEM E USO DOS CASES

Ao participar, os inscritos autorizam o uso gratuito das informações dos cases e resultados por até 5 anos, para divulgação institucional da premiação. Informações sigilosas serão respeitadas mediante solicitação expressa.

10. DISPOSIÇÕES GERAIS

- A organização pode alterar prazos, critérios ou condições do prêmio mediante aviso prévio;
- Casos omissos serão resolvidos pela Comissão Organizadora, cujas decisões são soberanas;
- A inscrição implica na aceitação plena deste regulamento.

As regras específicas de estrutura, fases, dimensões, pesos e segmentos encontram-se organizadas nos **Anexos I a IV** deste Regulamento.

11. CRITÉRIOS DE DESCLASSIFICAÇÃO

Será desclassificada do Prêmio a empresa, BPO/CPO ou parceiro que:

1. Não atender aos requisitos de elegibilidade descritos neste regulamento, incluindo:

- Empresas que não possuam serviço de atendimento ao cliente no Brasil;
 - Empresas que possuam apenas um canal de atendimento;
 - BPOs/CPOs que realizem exclusivamente atendimento ativo;
 - Escritórios de advocacia, consultorias jurídicas ou contábeis.
2. Não cumprir corretamente as etapas de inscrição, em especial:
 - Preenchimento inferior a 25% do Formulário de Inscrição de Empresas;
 - Preenchimento inferior a 40% do Formulário de Avaliação de Parceiros e Fornecedores de Soluções;
 - Não envio de informações obrigatórias (como NPS relacional ou transacional).
 3. Impedir ou inviabilizar a realização da avaliação do Cliente Oculto, por qualquer dos seguintes motivos:
 - Canais não acessíveis ao público em geral (exigência de CPF, dados sensíveis ou vínculo prévio com a empresa);
 - Não atendimento após três tentativas de contato;
 - Fornecimento incorreto ou incompleto de informações de canais.
 4. Prestar informações falsas ou inconsistentes nos formulários de inscrição ou durante o processo de avaliação.
 5. Descumprir as normas de conduta do Prêmio, incluindo tentativas de manipulação da avaliação ou influência indevida sobre jurados, avaliadores ou comissão organizadora.

Contato:

Dúvidas ou solicitações podem ser enviadas para: atendimento@cxbrain.com.br

Site oficial do Prêmio: <https://premio.consumidormoderno.com.br/>

Whatsapp: 11 978328683

ANEXO I

EMPRESAS: Estrutura do processo e fases

Visão geral do processo

1ª Fase – Formulário de Inscrição (eliminatória) → **20%**

2ª Fase – Cliente Oculto → **70%**

3ª Fase – Comparação de Dados → **10%**.

1ª Fase — Dimensões e pesos (20%)

Dimensão	Peso
Parte I – Informações Gerais sobre os Canais	7%
Parte II – Gestão e Estratégia de Relacionamento	6%
Parte III – Recursos Humanos	3%
Parte IV – Tecnologia e Omnicanalidade	3%
Parte V – Inovação Aplicada ao CX	1%
Total	20%

Fonte: metodologia do Prêmio.

Regras operacionais da 1ª Fase (resumo):

- Formulário **obrigatório**; preenchimento <**25%** desclassifica.
- Compartilhamento de **NPS** (relacional ou transacional) é **obrigatório** (ou declaração de não adoção).

2ª Fase — Cliente Oculto (70%)

Dimensão	Peso
Telefone	25%
Fale Conosco/E-mail/FAQ	4%
Chat/App	7%
Redes Sociais (Meta)	4%
WhatsApp	18%
Omnicanalidade	12%
Total	70%

Regras: canais devem ser **acessíveis ao público** (sem exigência de CPF/dados sensíveis); até **3 tentativas** por contato; **mínimo 3 canais** avaliados.

3ª Fase — Comparação de Dados (10%)

Dimensão	Peso
Telefone	2%
Fale Conosco/E-mail/FAQ	1%
Chat/App	2%

Redes Sociais (Meta)	1%
WhatsApp	2%
Omnicanalidade	2%
Total	10%

Objetivo: confrontar dados declarados na 1ª fase com os obtidos na 2ª.

ANEXO II

BPO/CPO: Estrutura do processo e fases

Visão geral do processo

1ª Fase – Formulário (informativa) → **20%**

2ª Fase – Cliente Oculto (Telefone/WhatsApp) → **80%**

Classificação por porte e modelo: **PME Digital/Omni** e **Grandes Digital/Omni**.

1ª Fase — Dimensões e pesos (20%)

Dimensão	Peso
Informações Gerais	5%
Recursos Humanos	5%
Segurança da Informação	5%
Operações (inscrições para avaliação)	5%

Total

20%

Regras: informar 6 operações a serem avaliadas; formulário obrigatório.

2ª Fase — Cliente Oculto (80%)

- **Telefone/WhatsApp: 10 contatos** ao todo; cenários de **Informações, Dúvidas e Reclamações; até 3 tentativas** por canal; **1 número válido** por operação no WhatsApp e **2 números** no telefone. **Peso: 80%**.

ANEXO III

PARCEIROS E FORNECEDORES DE SOLUÇÕES

Fase Única — Avaliação Recebida (100%)

Avaliados por Empresas e BPOs/CPOs com notas 1 a 6 nos critérios:

Agilidade de Implementação; Competência Técnica; Inovação & Conexão com IA; Integração (APIs/Conectores); Suporte & Treinamento; Atualização & Escalabilidade; Recomendação; Satisfação Geral; User Experience.

Média válida: parceiro deve ter recebido nota em ≥ 4 critérios. Peso total: 100%.

ANEXO IV

Segmentos

Empresas (amostra de grupos): Bancos; Seguros (ramos gerais/auto/saúde); Telecom (móvel/fixa/combo/banda larga/TV/streaming); Varejo (super/hiper, eletro & móveis, moda & ótica, pet, atacarejo, fast-food etc.); Energia elétrica; Serviços Públicos; Educação; Saúde (hospitais; diagnósticos; planos odontológicos); Indústria (eletro, eletroportáteis, farmacêutica, casa & construção); Mobilidade/Veículos (populares, luxo, assinatura/locadoras); E-commerce; Marketplaces & Plataformas Digitais; Serviços Financeiros; Neobancos; Benefícios; Programas de Fidelidade; Logística; Entretenimento, Lazer & Turismo; Real Estate Techs; Marcas de Luxo; Postos de Combustível; etc.

Observação: a CX Brain pode **alterar ou consolidar** a lista de segmentos até a divulgação dos resultados.

Parceiros/Fornecedores (exemplos de segmentos de soluções): CRM; CEM; IA (incl. Generativa); RPA; BI/Big Data; Nuvem; Speech & Interaction Analytics; Plataforma Omnichannel; WEM; URA & Callback; Chat; Automação de CX; Construção de Jornada; Governança & Proteção de Dados; ERP; NPS; E-learning de agentes; Outbound Omnichannel; Monitoria de Agentes e de Qualidade; Professional Services; Transformação Digital; etc.

ANEXO V

Quadros e gráficos de pontuação (opcional/ilustrativo)

- 1. Distribuição por fase (Empresas):** 20% (Fase 1) / 70% (Fase 2) / 10% (Fase 3).
- 2. Distribuição por dimensão (Empresas):** tabela do Anexo I (7%/6%/3%/3%/1% e pesos da 2ª e 3ª fases).
- 3. Distribuição por fase (BPO/CPO):** 20% (Fase 1) / 80% (Fase 2).
- 4. Radar/coluna** com critérios dos Parceiros (9 critérios).
(Anexo visual não normativo; serve para comunicação/apresentação).

Cliente Oculto:



Apoio:



Coordenação,
Análise e Insights:



Realização:



Organização:

