



# **Atendimento ao Cliente: O que a IA já faz e o que vem a seguir**

Baseado nas perspectivas de profissionais do setor em Espanha e Portugal

Abril 2026

# Nota Metodológica

Este relatório reúne as perspetivas de mais de 350 profissionais de atendimento ao cliente em Espanha e Portugal, obtidas através de um inquérito estruturado realizado em eventos do setor realizados entre 2025 e 2026.

Trata-se de um estudo de mercado de natureza profissional, e não de um estudo académico.

## Resumo Executivo

O atendimento ao cliente na Península Ibérica atravessa um momento de tensão produtiva: a tecnologia de inteligência artificial está disponível, a vontade de a adotar é clara, mas a implementação continua a ser predominantemente cautelosa e em pequena escala.

A grande maioria dos profissionais que participaram neste inquérito, 82%, já utiliza alguma forma de IA nas suas operações, mas apenas 24% o faz em grande escala.

O desafio mais urgente continua a ser estrutural, e não tecnológico: garantir uma experiência consistente em todos os canais de contacto com o cliente. E a prioridade de melhoria é inequívoca: 44% dos profissionais escolheriam a personalização da interação como o principal aspeto a melhorar nos próximos seis meses.

Estes resultados desenham o retrato de um setor em transição consciente:



**Um setor que sabe para onde quer ir, que já começou a caminhar, mas que ainda não chegou lá.**



# Índice

**01** Os Maiores Desafios: A Consistência Omnicanal

---

**02** A Prioridade de Melhoria: Personalização Acima de Tudo

---

**03** A IA no Atendimento ao Cliente Ibérico

---

**04** Síntese: O que os Dados Dizem Sobre o Futuro

---

**05** O Custo da Falta de Escala

---

**06** Agentes de IA: da Automatização à Colaboração Inteligente

---

**07** Recomendações por Perfil de Maturidade

---

**08** Conclusão: O Momento de Agir É Agora



# 01. Os Maiores Desafios: A Consistência Omnicanal

Quando questionados sobre **o maior desafio atual das suas equipas**, os profissionais foram claros:

**35%** Garantir uma experiência consistente em todos os canais

**23%** Assegurar tempos de resposta mais rápidos

**22%** Manter as equipas motivadas e produtivas

**14%** Gerir elevados volumes de pedidos

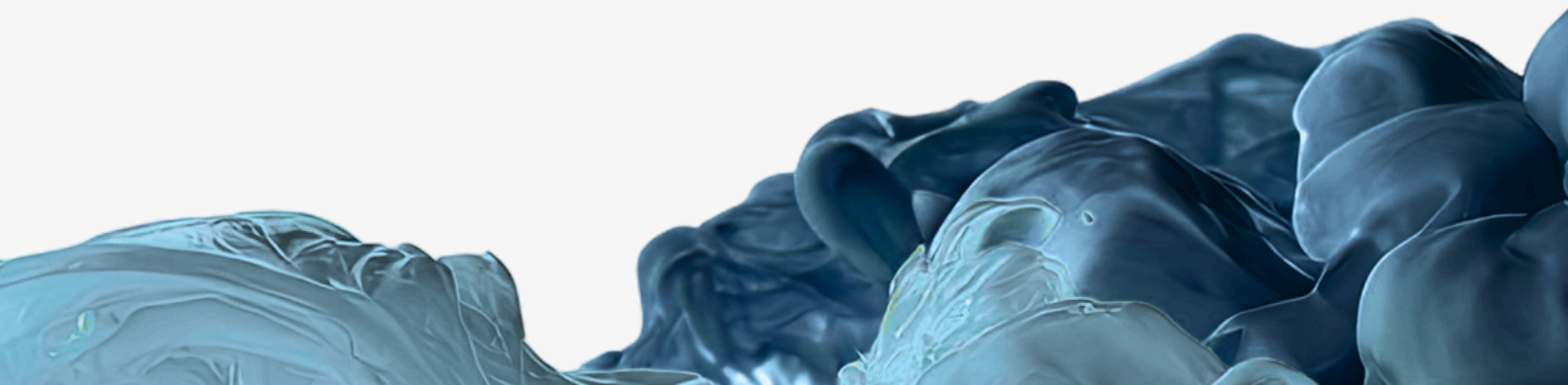
Este ranking revela algo essencial: **o problema mais urgente não é a velocidade nem o volume, mas sim a coerência.**

Num contexto em que os clientes contactam as empresas por telefone, email, chat, redes sociais e aplicações móveis, a incapacidade de oferecer uma experiência uniforme continua a ser o principal ponto de fricção.

A tecnologia para resolver este problema existe, mas a sua implementação integrada ainda está longe de ser universal. A fragmentação de sistemas, a falta de dados unificados do cliente e a dificuldade em gerir equipas distribuídas por múltiplos canais continuam a ser obstáculos concretos.

## NOTA SOBRE PORTUGAL E ESPANHA

A motivação das equipas surge como o terceiro maior desafio na Península Ibérica, embora em Portugal esta questão tenha um peso superior ao de Espanha (27% face a 21%). Estes números apontam para uma pressão interna mais intensa no mercado português, possivelmente ligada a transformações digitais mais recentes e ao efeito que estas alterações exercem sobre as equipas de apoio ao cliente.



## 02. A Prioridade de Melhoria: Personalização Acima de Tudo

Quando obrigados a escolher apenas um aspeto a melhorar nos próximos seis meses, os profissionais foram claros:

**44%** Personalização da interação com o cliente

**27%** Clareza e utilidade da informação

**20%** Tempo de resposta

**7%** Facilidade de contacto

Este resultado tem implicações estratégicas relevantes.

A velocidade, que durante anos foi o principal indicador nos contact centers, deixou de ser a prioridade dominante. O foco desloca-se para algo mais sofisticado: fazer com que o cliente se sinta reconhecido e tratado de forma relevante.

Este movimento sinaliza a maturidade crescente do setor ibérico, que começa a ver a experiência do cliente não como um problema operacional, mas como um diferencial estratégico.

A personalização está também diretamente ligada às capacidades mais promissoras da IA: análise de dados históricos, segmentação comportamental e geração de respostas contextualizadas.

Em suma, **o que os profissionais querem é exatamente aquilo que a tecnologia já pode oferecer. A lacuna está na execução.**



## 03. A IA no Atendimento ao Cliente Ibérico

### Níveis de Implementação

A adoção de IA no atendimento ao cliente ibérico está claramente em andamento, mas sua escala continua sendo majoritariamente modesta. Os dados mostram um mercado em fase de experimentação avançada:

**82%** Já utiliza IA nas suas operações

**59%** Implementação em pequena escala

**24%** Implementação em grande escala

**18%** Sem nenhuma solução de IA

Os dados revelam uma clara divisão entre os profissionais que representam organizações que já operam com IA de forma extensiva e a maioria, que ainda está a testar, validar e aguardar resultados internos antes de avançar.

À medida que as implementações se tornam mais sofisticadas e os casos de uso se tornam mais evidentes, os participantes deste inquérito antecipam uma aceleração na passagem de pequena para grande escala.

### Como Está a Ser Implementada

A questão de como as organizações estão a implementar a IA, com recursos internos ou com parceiros externos, revela uma clara preferência pela autonomia entre os profissionais inquiridos:

**54%** Equipas internas de IT

**35%** Fornecedor externo

**11%** Modelo híbrido

A predominância das equipas internas sugere que muitas organizações já têm capacidade técnica suficiente para iniciar implementações de IA sem depender totalmente de terceiros.

À medida que as implementações se tornem mais sofisticadas, especialmente na integração de agentes de IA em múltiplos canais e sistemas legados, é previsível que aumente a dependência de parceiros especializados.

## 03. A IA no Atendimento ao Cliente Ibérico

### Que Soluções Estão a Ser Avaliadas

Quando questionados sobre **quais soluções de IA estão a avaliar para os próximos 12 meses**, os profissionais inquiridos revelaram uma clara divisão estratégica:

**33%** Agentes de IA para atendimento automático

**30%** Respostas assistidas para operadores humano

**15%** Análise preditiva de satisfação ou churn

**13%** Classificação automática de pedidos

A divisão entre agentes autónomos e assistência a operadores humanos é o debate central entre os profissionais que participaram neste inquérito. Ambas abordagens refletem filosofias diferentes sobre o papel da IA: substituição direta versus amplificação do agente humano.

O facto de estarem praticamente empatados sugere que o setor ainda não atingiu um consenso e que diferentes organizações estão a apostar em estratégias distintas conforme a sua cultura, modelo de negócio e maturidade tecnológica.

#### NOTA SOBRE PORTUGAL E ESPANHA

Entre os profissionais entrevistados, em Espanha os agentes autónomos lideram com 36%, enquanto que em Portugal a preferência é mais distribuída, com as respostas assistidas a operadores liderando ligeiramente com 24%. Este contraste pode refletir diferentes níveis de maturidade tecnológica ou simplesmente modelos de negócio distintos entre os participantes de ambos mercados.



## 4. O Que os Dados Dizem Sobre o Futuro

01.

**A omnicanalidade continua a ser o maior desafio**

A consistência entre canais continua a ser o principal ponto problemático. Apesar de anos de investimento, a experiência ainda é desigual. A IA pode ajudar, mas requer uma integração de dados e sistemas que muitas organizações ainda não conseguiram alcançar.

---

02.

**A personalização ultrapassou a velocidade como principal escolha**

Responder rápido já não é suficiente. A expectativa é oferecer respostas relevantes e contextualizadas. Isto desloca o foco para uma IA que não só automatiza, mas também entende o cliente.

---

03.

**A IA está presente, mas subaproveitada**

82% de adoção é significativo, mas a maioria dos casos continua a ser pilotos ou iniciativas de pequena escala. O potencial transformador da IA ainda está em grande parte por se materializar.

---

04.

**Automação vs humano leva a um modelo híbrido**

A divisão entre automação total e assistência reflete uma incerteza real. No entanto, emerge um modelo complementar: a IA gere a rotina e os humanos a complexidade, amplificando o desempenho da equipa.

---

05.

**A motivação das equipas é um desafio crescente**

A motivação e produtividade das equipas são dos principais desafios. Reduzir tarefas repetitivas e elevar a qualidade do trabalho não só melhora a eficiência, como também a satisfação e retenção do talento.

## 5. O Custo da Falta de Escala

Os dados deste inquérito revelam uma realidade que merece uma análise mais aprofundada: **a diferença entre ter IA e usar a IA com impacto real.**

Das 82% das organizações que já utilizam alguma forma de inteligência artificial, apenas 24% o fazem em grande escala. Os 58% restantes encontram-se numa zona intermédia, com implementações suficientes para dizer que "já têm IA", mas insuficientes para gerar uma transformação operacional significativa.

### Experiência do cliente fragmentada

A IA em pequena escala gera melhorias pontuais: excelente em alguns pontos, medíocre noutros. Esta inconsistência é mais frustrante do que uma experiência uniformemente mediana. Não é por acaso que o maior desafio é a coerência omnicanal; a implementação parcial pode estar a agravá-lo.

### ROI Invisível

À pequena escala não há dados suficientes para demonstrar retorno. Sem volume, os resultados são ambíguos, o que trava o investimento. Assim, muitas organizações ficam presas num ciclo de pouco desenvolvimento, pouca medição e falta de evidência para escalar.

### Vantagem competitiva cedida

Enquanto a maioria continua a experimentar, os 24% que já escalam acumulam vantagens cada vez mais difíceis de alcançar. A diferença entre uns e outros tende a aumentar.

### Talento e motivação das equipas

Com a IA bem implementada, as equipas mostram maior satisfação. Automatizar o repetitivo permite focar-se em interações de maior valor, melhorando a motivação e a retenção. Não escalar mantém um modelo menos eficiente e menos satisfatório.



## 6. Agentes de IA: Da Automação à Colaboração Inteligente

### Mais além do chatbot: uma nova geração de IA

Durante anos, a IA no atendimento ao cliente foi sinônimo de chatbot, uma ferramenta capaz de responder a perguntas simples seguindo um fluxo de decisão predefinido.

Útil em casos muito específicos, mas fundamentalmente limitada: incapaz de gerir complexidade, de aprender com interações ou de atuar de forma autónoma para resolver problemas reais.

Os Agentes de IA não são uma versão melhorada do chatbot. São uma categoria diferente de tecnologia, com capacidades fundamentalmente distintas. Um agente de IA é um sistema capaz de:

- Compreender o contexto de uma interação
- Tomar decisões de forma autónoma
- Executar ações em múltiplos sistemas
- Adaptar o seu comportamento com base nos resultados

### Como os Agentes de IA respondem aos problemas identificados

Os dados deste estudo apontam para três problemas centrais: inconsistência omnicanal, dificuldade de personalização e IA ainda em pequena escala. Os Agentes de IA atuam diretamente sobre os três.

#### O PROBLEMA DA OMNISCANALIDADE

Permitem uma atuação integrada entre canais, garantindo coerência e uniformidade ao longo de toda a experiência do cliente.

#### O PROBLEMA DA PERSONALIZAÇÃO

Acedem ao histórico completo, detetam padrões e adaptam respostas em tom e conteúdo. A personalização deixa de depender do agente para se tornar uma capacidade consistente e escalável.

#### O PROBLEMA DA ESCALA

Possibilitam uma implementação progressiva: começam em casos específicos, geram resultados e expandem-se gradualmente. Escalam sem disrupção e reduzem o risco de adoção.

## 6. Agentes de IA: Da Automação à Colaboração Inteligente

### O modelo híbrido: como IA e humanos trabalham juntos

O modelo que está a emergir nas operações mais avançadas não é o de escolher entre automação e colaboração, mas o da complementaridade inteligente.

#### \* IA autónoma para pedidos de rotina

Resolução imediata, disponível 24/7, sem fricção. Cancelamentos, verificações de estado, alterações de dados e pedidos frequentes.

#### \* IA como copiloto em casos complexos

Apoia o agente humano em tempo real, sugere respostas, recupera informação relevante e documenta automaticamente a interação.

#### \* Humanos para o que fazem melhor

Empatia, julgamento, gestão de situações imprevistas e escaladas emocionais.

**Neste modelo, a IA não substitui a equipa, potencia-a.** E a equipa não limita a IA, orienta-a. O resultado é uma operação simultaneamente mais eficiente, mais personalizada e mais consistente do que qualquer um dos dois recursos conseguiria de forma isolada.

### Agentes de IA em ação: casos de uso

- **Resolução autónoma de pedidos de rotina**  
Cancelamentos, alterações de dados ou consultas de estado resolvidas automaticamente.
- **Classificação e encaminhamento inteligente**  
Quando é necessária intervenção humana, o agente de IA classifica o pedido e fornece um resumo completo, evitando repetições.
- **Assistência em tempo real ao agente**  
Funciona como copiloto: sugere respostas, recupera informação e documenta a interação.
- **Análise e síntese de interações**  
Gera resumos e identifica padrões, gerando mais valor de negócio para cada contato.

## 7. Recomendações por Perfil de Maturidade

### Perfil 1 – Sem Implementação de IA (18% da amostra)

- Começar por um caso de uso de elevado volume e baixa complexidade.
- O objetivo não é transformar a operação, mas gerar uma prova de conceito interna que permita criar confiança na tecnologia e construir o argumento para investimento adicional.
- É fundamental acompanhar a implementação com um processo estruturado de gestão da mudança: a resistência interna é frequentemente o principal fator que compromete iniciativas com potencial real.

### Perfil 2 – Implementação em Pequena Escala (59% da amostra)

- Realizar uma avaliação honesta das implementações existentes: Que percentagem das interações está a ser gerida por IA?; Em que pontos do percurso do cliente está ausente?; Qual é o impacto mensurável?
- Com base nesta análise, o passo seguinte é expandir para um segundo canal ou caso de uso.
- Os Agentes de IA representam aqui uma oportunidade de salto qualitativo: permitem unificar a operação numa arquitetura coerente que serve múltiplos canais a partir de uma base comum, sem necessidade de transformações radicais.

### Perfil 3 – Implementação em Grande Escala (24% da amostra)

- O foco deve estar em três áreas:
  - Integrar inteligência preditiva para antecipar necessidades
  - Implementar ciclos de otimização contínua baseados em dados
  - Expandir para casos mais complexos, como gestão autónoma de pedidos e personalização preditiva

## 8. Conclusão: O Momento de Agir é Agora

Os dados contam uma história clara: 82% do setor já usa IA, 44% prioriza a personalização e 35% ainda assinala a omnicanalidade como principal desafio. O problema já não é entender o que fazer, mas sim dar o próximo passo com confiança.

Esse passo não é um salto, mas uma decisão deliberada sobre onde focar, com que tecnologia e a que escala.

As organizações que avançam não transformam tudo de uma vez: começam, medem e escalam. É essa progressão que separa quem evolui de quem continua apenas a experimentar.

Os agentes de IA não resolvem tudo, mas atacam diretamente os três principais desafios: omnicanalidade, personalização e escala. E fazem-no sem substituir pessoas, combinando automação com capacidade humana.

O momento é agora. Não por novidade tecnológica, mas porque a diferença entre quem escala e quem não escala aumenta todos os meses, e os clientes já não esperam.

**A questão não é se deve adotar agentes de IA, mas quando e se ainda vai a tempo de fazer a diferença.**

## Sobre a Automaise

A Automaise é uma empresa tecnológica especializada em Agentes de IA para operações de atendimento ao cliente, com presença em Espanha e Portugal.

Trabalhamos com organizações de referência para implementar soluções que combinam automação inteligente com assistência ao agente humano, com o objetivo de transformar o atendimento ao cliente numa vantagem competitiva.





# Vamos a isso!

Quer incorporar agentes de IA no seu serviço de atendimento ao cliente?

**Estamos aqui para ajudar!**

Reserve a sua primeira sessão de análise para discutir o tema com a nossa equipa.

---

**Website**

[www.automaise.com](http://www.automaise.com)

**Email**

[info@automaise.com](mailto:info@automaise.com)

[Marcar uma reunião](#)