



Nota de Imprensa

27 de maio 2026

23.ª edição Conferência Internacional APCC

Tecnologia e humanização no centro da experiência do cliente

A Associação Portuguesa dos Contact Centers (APCC) realizou no dia 26 de maio, no Centro de Congressos do Estoril, a sua 23.ª edição Conferência Internacional, subordinada ao tema “Can Technology Really Understand Customers? Finding the Right Balance”, onde os profissionais do Setor de Contact Centers debateram os desafios e as oportunidades que a tecnologia traz à relação com o cliente.

Ao longo do evento, especialistas fizeram uma análise do que está a mudar no atendimento ao cliente e partilharam conhecimento e perspetivas sobre inteligência artificial (IA), automação, componente humana, liderança e o papel da Europa num contexto global em mudança.

No panorama tecnológico, destacou-se o impacto crescente da IA na transformação dos Contact Centers e da experiência do cliente. Através da automatização de tarefas repetitivas e da análise de grandes volumes de interações, a IA permite respostas mais rápidas, a redução dos tempos de espera e soluções mais consistentes e personalizadas. Não obstante estes

avanços, a tecnologia e o talento humano devem atuar de forma complementar, criando experiências mais inteligentes, ágeis e humanas.

Ao assumir tarefas repetitivas, a IA liberta as equipas para se concentrarem em interações mais complexas, empáticas e de maior valor. As pessoas continuam a estar no centro das operações dos Contact Centers, com a tecnologia a apoiar equipas, potenciar talento e criar relações mais próximas.

O “Post Contact Analytics”, solução da Galp suportada por IA que permite uma análise sistemática das interações de voz e texto, desenvolvida com o apoio da Visor.ai e Broadvoice, o “Copiloto Digital” da Teleperformance, (projeto da Genesys) e a “Mariana”, a assistente virtual da marca Continente, implementada em parceria com a Automaise, foram os exemplos apresentados nesta conferência, que para além de aumentarem a produtividade dos colaboradores, permitem melhorar a qualidade do serviço e manter o fator humano no centro da experiência. Mais do que responder a pedidos, os agentes de IA ajudam a resolver, antecipar necessidades e tornar cada interação mais eficiente e próxima, redefinindo a forma como as organizações se relacionam com os seus clientes.

IA, comunicação e impacto no cérebro humano

A comunicação na era digital foi abordada por Linda Pereira, Secretária-Geral da CE-CPLP, que destacou a importância de preservar a confiança, a ética e a credibilidade nas relações entre marcas, organizações e sociedade, reforçando que a tecnologia deve potenciar e não substituir a comunicação humana. Apesar da transformação digital e da automação dos processos, a capacidade de comunicar, ouvir, criar relações e inspirar pessoas continua a ser uma das competências mais valiosas nas organizações e na liderança.

Do ponto de vista da neurociência, Luísa Lopes, neurocientista e investigadora da Fundação GIMM da Faculdade de Medicina de Lisboa, trouxe uma perspetiva científica sobre o impacto da tecnologia no cérebro humano, refletindo sobre os desafios cognitivos associados à constante exposição digital e aos novos hábitos de comunicação. No atendimento ao cliente, a oradora reforçou a importância de

equilibrar tecnologia e interação humana. Apesar das vantagens da tecnologia, as relações humanas, a empatia, a comunicação clara e a segurança psicológica das equipas continuam essenciais para um serviço de qualidade. As empresas devem usar a IA como suporte ao trabalho humano, promovendo também pausas, foco, bem-estar mental e melhores práticas de comunicação para garantir produtividade sustentável e uma melhor experiência para clientes e colaboradores.

Como é habitual nas conferências da APCC, a liderança foi outro dos temas abordados. Idalina Martins, Chair da Vistage Portugal, fez uma reflexão sobre liderança, partilha de experiência, melhoria da qualidade de decisão e a importância do fator humano num contexto cada vez mais tecnológico e desafiante. Já Pedro Brinca, Associate Professor da Nova School of Business and Economics, conduziu uma análise sobre os desafios e oportunidades que moldam o futuro da Europa.

O encerramento do evento ficou marcado pela intervenção de Jorge Sequeira, Keynote Speaker e Ph.D, na sessão “Dar ao Pedal”. Numa conversa motivacional sobre atitude, resiliência, liderança e superação, o orador deixou uma mensagem de energia positiva e foco na procura de soluções perante a mudança.

Esta iniciativa reforçou o posicionamento da APCC como plataforma de debate, conhecimento e inovação, promovendo a partilha de experiências e a reflexão estratégica sobre o futuro do Setor dos Contact Centers e da experiência do cliente em Portugal.

Mais sobre a APCC:

A Associação Portuguesa de Contact Centers (APCC) é uma associação empresarial constituída por 128 Empresas, representando 12 setores da economia, com a missão de desenvolver sustentadamente o mercado de Contact Centers em Portugal, que em Portugal já emprega mais de 115 mil pessoas.

<https://www.apcontactcenters.pt/>

