



DIGIMATRIA - GESTÃO DIGITAL DA MANUTENÇÃO DE ATIVOS
INDUSTRIAIS COM AUXÍLIO DE TECNOLOGIA ROBÓTICA E
INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

D6.1 - RELATÓRIOS RESUMO DE PROGRESSO DAS
ATIVIDADES



GARCIA GARCIA
DESIGN & BUILD



Instituto Superior de
Engenharia do Porto



INESC TEC



GARCOM
SOFTWARE DEVELOPMENT
Powered by GARCIA

2025

Todos os direitos reservados. Este documento não pode ser reproduzido, no todo ou em parte, por fotocópia ou outros meios, sem a permissão do consórcio.

Página intencionalmente deixada em branco

Identificação do documento

Título	DigiMaTRIA - Gestão Digital da Manutenção de Ativos Industriais com auxílio de Tecnologia Robótica e Inteligência Artificial
Referência	NORTE2030-FEDER-00587800
Duração	2025/03/01 – 2028/02/29
Chefe do Consórcio	Garcia Garcia, SA. (GARCIA)
Copromotores	Instituto Superior de Engenharia do Porto (ISEP) Instituto de Engenharia de Sistemas e Computadores (INESC TEC) GAR.com (GAR.COM)
Coordenador	Rúben Silva (Garcia)

Atividade / Entregável

Atividade	A6. Promoção e Divulgação
Entregável	E6.1: Relatórios resumo de progresso das atividades
Líder	GARCIA
Data de entrega (mês)	31/03/2026 (m12)

Registo de mudanças

Versão	Data	Editado por	Breve descrição das mudanças
v0.1	2026/01/05	Rui Garcia (GARCIA)	Estruturação e rascunho de conteúdo
v0.2	2026/01/06	Beatriz Sousa (GARCIA)	Atualização de conteúdo de divulgação
v0.3	2026/03/09	Beatriz Sousa (GARCIA)	Atualização de métricas

Índice

Identificação do documento	iii
Atividade / Entregável	iii
Registo de mudanças	iii
Índice	v
Lista de Figuras	vii
Lista de Tabelas	ix
1. Introdução	1
1.1 Objetivos	1
2. Desenvolvimento da identidade visual e página Web do projeto	1
2.1 Criação da imagem gráfica	1
2.2 Estrutura e funcionalidades da página	2
2.3 Compatibilidade e acessibilidade	3
2.4 Integração com redes sociais	4
2.5 Material de divulgação físico	5
3. Estabelecimento da presença e estratégia nas redes sociais	7
3.1 Justificação da escolha da plataforma	7
3.2 Branding e identidade visual	7
3.3 Políticas básicas de gestão e moderação	8
4. Calendário de lançamento e marcos principais	11
4.1 Linha temporal do lançamento da web e redes	11
4.2 Coordenação com outros entregáveis	11
5. Análise inicial de indicadores de desempenho	13
5.1 Métricas de alcance e interação	13
5.2 Ferramentas de monitorização utilizadas	15

6. Conclusão	17
Referências	19
Bibliografia	19
Anexos	21

Lista de Figuras

Figura 1 - Logótipo do projeto DigiMaTRIA.....	1
Figura 2 - Desenvolvimento do website do projeto DigiMaTRIA.....	2
Figura 3 – Exemplo de flyer de promoção de uma feira comercial.....	6
Figura 4 – Disseminação dos objetivos dos entregáveis no site (Wix, 2025).....	12
Figura 5 – Desempenho página mobile (cima) e desktop (baixo) de https://www.digimatria.com/ (Google, 2025).....	21
Figura 6 – Cookies presentes no site https://www.digimatria.com/ (Cookies Yes, 2025).	22

Lista de Tabelas

Tabela 1 - Avaliação de desempenho de página em ambiente mobile e desktop (Google, 2025).	4
Tabela 2 - Exemplos de comunicação e criação de backlinks dos parceiros.....	5
Tabela 3 - Calendarização de entregáveis, divulgação e referência pública a colocar no site (https://www.digimatria.com/).....	12
Tabela 4 - Tabela global de métricas por ano e plataforma.....	13
Tabela 5 - Análise de desempenho de marcos do projeto e impacto na comunicação.....	14
Tabela 6 - Indicação de cookies presentes no website DIGIMATRIA.	15

Não foi encontrada nenhuma entrada do índice de ilustrações.

1. Introdução

No âmbito do projeto DigiMaTRIA e da atividade W6.1 – Preparação de conteúdos promocionais, enquadrada nos objetivos O6.1 (Preparar conteúdos promocionais) e O6.2 (Organizar e participar em ações de disseminação e promoção), a GARCIA, em colaboração com os restantes parceiros do consórcio, desenvolveu um conjunto de ações orientadas para a divulgação e valorização dos resultados do projeto junto de audiências especializadas e não especializadas.

A presente documentação corresponde ao entregável **D6.1 – Relatórios resumo de progresso das atividades**, no qual se sintetiza o estado de execução das ações de comunicação e disseminação realizadas ao longo do período em análise, incluindo a preparação de conteúdos promocionais, o desenvolvimento e atualização da plataforma online do projeto DigiMaTRIA, bem como a produção de materiais digitais e físicos de apoio à divulgação científica e tecnológica.

Desde o início do projeto, procurou-se assegurar uma estratégia de comunicação coerente e alinhada com os objetivos científicos e tecnológicos do DigiMaTRIA, promovendo a visibilidade dos seus resultados, atividades e avanços junto da comunidade científica, do setor industrial e do público em geral, tanto a nível nacional como internacional. Neste contexto, destaca-se o desenvolvimento de conteúdos para o website do projeto, a criação de materiais multimédia, bem como a preparação de suportes de divulgação a utilizar em congressos, feiras e outras ações de promoção previstas na tarefa W6.2.

Os resultados apresentados neste entregável refletem o progresso alcançado nas atividades de disseminação e promoção até ao momento, servindo como instrumento de acompanhamento e reporte da evolução das ações previstas no plano de comunicação do projeto DigiMaTRIA.

1.1 Objetivos

O entregável D6.1 – Relatórios resumo de progresso das atividades tem como principais objetivos:

- Consolidar e reportar o progresso das atividades de comunicação e promoção do projeto DigiMaTRIA, com foco na preparação e gestão de conteúdos promocionais.
- Documentar o desenvolvimento, atualização e manutenção dos suportes institucionais de comunicação do projeto, nomeadamente o website e conteúdos editoriais associados.

- Sistematizar os materiais promocionais produzidos (digitais e físicos), assegurando coerência gráfica, técnica e institucional.
- Monitorizar e registar indicadores básicos de desempenho associados aos conteúdos promocionais e à presença digital do projeto.
- Garantir a rastreabilidade, consistência e alinhamento das ações de comunicação com os objetivos O6.1 e com o plano de comunicação definido.
- Identificar necessidades de ajuste e recomendações para a evolução futura da estratégia de comunicação, sem descrição detalhada de ações externas de disseminação.

2. Desenvolvimento da identidade visual e página Web do projeto

2.1 Criação da imagem gráfica

A identidade visual do projeto DigiMaTRIA (Figura 1) foi concebida para comunicar inovação, rigor e clareza na gestão da manutenção de ativos industriais. O logótipo traduz a convergência entre digitalização, robótica e inteligência artificial, pilares centrais da proposta de valor do serviço.



Figura 1 - Logótipo do projeto DigiMaTRIA.

O drone simboliza a monitorização pervasiva e autónoma de edifícios industriais, representando a capacidade de inspeção contínua e precisa. A tipografia desconstruída remete para a abordagem do DigiMaTRIA à resolução de problemas complexos, decompondo-os em componentes simples e analisáveis. O destaque visual da letra “M” reforça o foco na Manutenção, enquanto o prefixo “Digi” alude ao Gémeo Digital aplicado à gestão da manutenção e o sufixo “TRIA” sintetiza Tecnologia Robótica e Inteligência Artificial.

A opção por uma paleta cromática a preto e branco cumpre um duplo propósito: por um lado, confere ao logótipo um carácter sóbrio, técnico e institucional; por outro, evoca de forma implícita a ideia de um “raio-X” do edifício, simbolizando a capacidade do serviço em revelar, analisar e

antecipar as zonas críticas que requerem intervenção. O slogan “Manutenção Industrial do Futuro” completa a identidade visual, tornando explícita a ambição e o posicionamento inovador do DigiMaTRIA.

2.2 Estrutura e funcionalidades da página

A página web do projeto DigiMaTRIA (<https://www.digimatria.com/> (Wix, 2025)) foi concebida como uma plataforma clara, acessível e funcional, orientada para a divulgação dos objetivos, atividades e resultados do projeto, bem como para a valorização do serviço de gestão digital da manutenção de ativos industriais. A estrutura do website segue uma lógica modular, permitindo uma navegação intuitiva e a atualização contínua dos conteúdos ao longo do ciclo de vida do projeto.

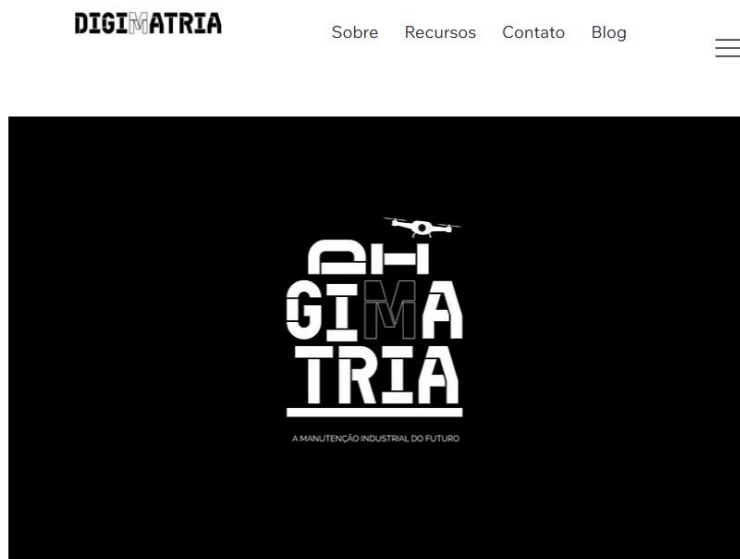


Figura 2 - Desenvolvimento do website do projeto DigiMaTRIA.

A estrutura principal da página assenta nas seguintes secções:

Sobre

Esta secção apresenta uma visão global do projeto DigiMaTRIA, incluindo o seu enquadramento, objetivos estratégicos e abordagem tecnológica. São igualmente descritas as entidades que integram o consórcio e as suas competências complementares, contribuindo para uma compreensão clara do valor científico, tecnológico e industrial do projeto.

Marcos & Recursos

Nesta área são disponibilizados os principais conteúdos associados ao projeto, incluindo materiais promocionais, documentos públicos, vídeos demonstrativos e outros recursos relevantes. Esta secção funciona como um repositório organizado de informação, facilitando o acesso aos resultados e desenvolvimentos do projeto por parte de técnicos, investigadores e público interessado.

Contacto

Secção dedicada à comunicação direta com a equipa do projeto, disponibilizando informação de contacto institucional e um formulário para submissão de pedidos ou esclarecimentos. O objetivo é promover a interação com stakeholders, potenciais utilizadores e entidades interessadas no serviço DigiMaTRIA.

Blog

Um espaço dinâmico destinado à publicação regular de notícias e conteúdos relacionados com o projeto, incluindo atualizações de atividades, avanços técnicos e científicos, participação em iniciativas relevantes e outros destaques considerados pertinentes para a comunidade.

Esta organização assegura a visibilidade institucional do projeto DigiMaTRIA, ao mesmo tempo que reforça a sua presença digital como instrumento de comunicação, disseminação de conhecimento e valorização dos resultados, em alinhamento com os objetivos definidos para a atividade de promoção e divulgação.

2.3 Compatibilidade e acessibilidade

A página web do projeto foi desenvolvida na plataforma Wix, com aquisição de domínio próprio, garantindo uma solução funcional, visualmente apelativa e de fácil manutenção. A nível estético, optou-se por um fundo em tons neutros (branco e preto) com letra preta, facilitando a leitura. Em caixas delimitadas a preto com fundo branco, utilizou-se texto preto para assegurar contraste e legibilidade. Exclui-se o logótipo alternado com fundo preto com elementos a branco como contraste.

Foram incluídos ícones simples e intuitivos, facilitando a navegação e a compreensão por parte de utilizadores com diferentes níveis de literacia digital. A publicação de conteúdos é feita de forma fluida, nomeadamente através de blog posts com imagens e com a inclusão da marca de água do P2030, reforçando a identidade institucional.

Do ponto de vista técnico, a página cumpre requisitos básicos de acessibilidade e compatibilidade, estando disponível em protocolo seguro (https) e com um tempo de carregamento otimizado, graças à utilização de imagens leves e de uma estrutura simples.

Foi também iniciada a otimização para motores de busca (SEO), assente em duas frentes:

- **Técnica**, garantindo que o site é seguro, rápido e acessível;
- **Conteúdos**, com uso adequado de palavras-chave e descrição das imagens, para melhorar o desempenho em pesquisas orgânicas, nomeadamente no Google.

A eficácia desta abordagem refletiu-se nos primeiros resultados do Google PageSpeed Insights, com classificações entre 71 e 100 para dispositivos móveis e entre 91 e 100 para computadores desktop (Google, 2025) resumidos na Tabela 1. No espaço do projeto é expectável observar a degradação do indicador desempenho (relacionado com velocidade da página) em 2 a 3 pontos, realçando a obsolescência tecnológica da página.

Tabela 1 - Avaliação de desempenho de página em ambiente mobile e desktop (Google, 2025).

AMBIENTE	DESEMPENHO	ACESSIBILIDADE	PRÁTICAS RECOMENDADAS	SEO
MOBILE	71	99	100	100
DESKTOP	91	99	100	100

2.4 Integração com redes sociais

A integração com as redes sociais foi implementada de forma orgânica e estratégica, com o objetivo de criar sinergias entre os diferentes canais de comunicação e gerar backlinks que beneficiem a visibilidade global do projeto. Esta abordagem contribui não só para o aumento do tráfego entre plataformas, como também para a melhoria do desempenho em motores de busca.

A página de LinkedIn do projeto (<https://www.linkedin.com/company/digimatria/> (LinkedIn, 2025)) foi configurada como o principal canal institucional nas redes sociais. Nela são partilhadas ligações diretas ao site, assim como novas publicações, eventos e marcos relevantes. Esta dinâmica permite manter a comunidade informada, ao mesmo tempo que direciona os utilizadores para conteúdos mais completos no site oficial.

Adicionalmente, vários parceiros do consórcio criaram nas suas próprias páginas institucionais áreas dedicadas ao projeto ou fizeram partilhas regulares de publicações relacionadas com a sua participação. Esta disseminação cruzada fortalece a identidade do projeto, amplia o seu alcance e promove o envolvimento da comunidade técnica e científica associada a cada entidade. Inclui-se apenas de exemplos de backlinks a comunicação institucional (Tabela 2), excluindo-se da análise a partilha no LinkedIn por colaboradores do projeto.

Tabela 2 – Exemplos de comunicação e criação de backlinks dos parceiros.

PARCEIRO	PÁGINA PRÓPRIA	PUBLICAÇÃO LINKEDIN
GARCIA	Link	Link
ISEP	Link	Link
INESC-TEC	Link	Link
GAR.COM	-	Link

Este modelo de colaboração digital fomenta uma presença online coesa e distribuída, em linha com os objetivos de disseminação definidos e com a filosofia de construção colaborativa do projeto.

2.5 Material de divulgação físico

Para além da forte componente digital, a produção de suportes físicos de divulgação será um pilar estratégico para potenciar a visibilidade do projeto CRIARTE em feiras setoriais, conferências e showrooms. O desenvolvimento de panfletos, brochuras técnicas e roll-ups permitirá uma comunicação direta e tátil com parceiros e investidores, facilitando a transmissão dos conceitos complexos de robótica e gémeos digitais de forma apelativa e memorável. Estes materiais serão desenhados com uma identidade visual moderna e profissional, garantindo que o valor tecnológico do projeto seja imediatamente reconhecido em contextos de elevado dinamismo comercial.

Estes elementos físicos funcionarão como um complemento essencial às demonstrações em tempo real, servindo de guias rápidos para os casos de uso e especificações técnicas do piloto de montagem de painéis sandwich. Durante as ações previstas na tarefa T6.2, este material será distribuído de forma estratégica para consolidar a rede de contactos do consórcio, permitindo que os intervenientes levem consigo um registo tangível das inovações alcançadas. Assim, a combinação de conteúdos de alta qualidade técnica com suportes físicos de excelência fortalecerá o posicionamento do DIGIMATRIA como uma solução de vanguarda para a digitalização da construção civil.

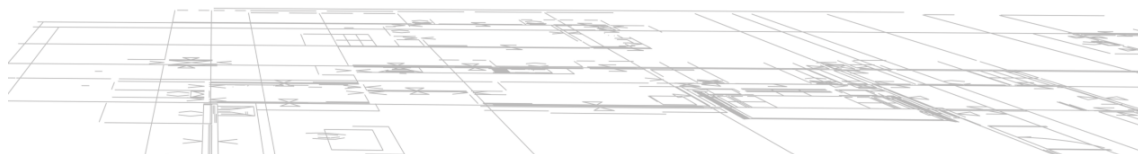
O DigiMaTRIA é um projeto inovador que combina tecnologias de robótica, sensorização IoT e inteligência artificial para transformar a manutenção da envolvente exterior de ativos industriais. Com uma abordagem baseada em gémeos digitais (Digital Twins), o projeto permite a monitorização contínua, predição de falhas e tomada de decisões informadas — reduzindo custos, aumentando a vida útil dos ativos e contribuindo para a sustentabilidade ambiental.



DIGIMATRIA

NORTE3 | 2030 | Cofinanciado pela União Europeia

A MANUTENÇÃO INDUSTRIAL DO FUTURO



SOBRE O DIGIMATRIA

Somos um consórcio de inovação composto pela **García García, Gar.com, ISEP, INESC TEC**, unindo a indústria e a academia para desenvolver soluções digitais avançadas para o setor da manutenção industrial. O projeto DigiMaTRIA decorre entre janeiro de 2024 e dezembro de 2026, com um investimento elegível superior a 980 mil euros. Está estruturado em sete atividades principais desde a definição de requisitos até à validação e divulgação da solução.



VISÃO

Ser uma referência global em manutenção preditiva de ativos industriais com base em Digital Twins.

MISSÃO

Transformar a gestão da manutenção industrial através de soluções digitais robustas e inteligentes.



Fig.01. Reconstrução tridimensional do edifício industrial, com recurso a drone e laser scan.

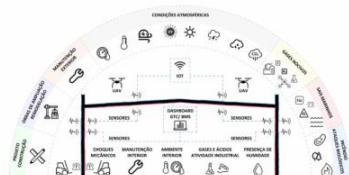


Fig.02. Utilização de IoT (Internet of things) para caracterização de degradação da envolvente do edifício industrial por agentes exteriores. (Ex.: corrosão, poluição, danos mecânicos, etc.)

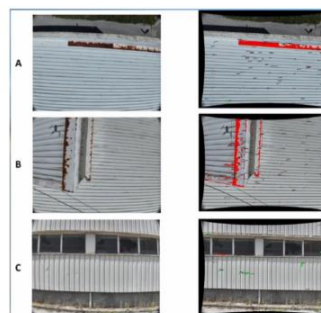


Fig.03. Diagnóstico e localização de patologias no digital do edifício industrial. (Ex.: Danos mecânicos, corrosão, acumulação de água).

DESTAQUES

- Monitorização multisensorial integrada
- Inspeção com UAVs (drones)
- Análise preditiva com IA
- Redução nos custos de inspeção
- Redução da pegada de carbono

Figura 3 – Exemplo de flyer de promoção de uma feira comercial.

3. Estabelecimento da presença e estratégia nas redes sociais

3.1 Justificação da escolha da plataforma

A rede social LinkedIn foi escolhida como plataforma principal de comunicação digital do projeto devido ao seu carácter profissional e à sua adequação ao público-alvo — nomeadamente entidades do setor da construção, investigadores, académicos e potenciais parceiros institucionais. Esta plataforma permite a partilha estruturada de notícias, conteúdos multimédia e informação institucional, ao mesmo tempo que facilita o alargamento da rede de contactos e o posicionamento estratégico do projeto junto de stakeholders relevantes.

Apesar de o alcance do LinkedIn ser mais limitado em comparação com redes sociais de maior consumo informal (como o Instagram ou o Facebook), o seu foco em públicos especializados justifica a escolha, permitindo uma comunicação mais direcionada e relevante para os objetivos de disseminação e credibilidade do projeto.

Paralelamente, foi criado um canal de YouTube (<https://www.youtube.com/@Digimatria> (Youtube, 2025)) para alojamento de vídeos acessíveis ao público. Esta plataforma garante uma disponibilização eficaz de conteúdos audiovisuais, com potencial de reutilização em apresentações, formações e eventos públicos. O canal poderá também ser utilizado para a partilha de vídeos não listados, facilitando o suporte a comunicações específicas de membros do consórcio em contextos controlados.

A articulação entre estas duas plataformas — LinkedIn e YouTube — permite complementar o alcance e o formato da comunicação, assegurando consistência e flexibilidade na disseminação de conteúdos.

3.2 Branding e identidade visual

A presença do projeto DIGIMATRIA nas redes sociais segue uma abordagem coerente e alinhada com os princípios de comunicação institucional exigidos a projetos com financiamento nacional (P2030). O português foi adotado como língua principal de comunicação, por ser o idioma do público-alvo direto e do contexto de implementação do projeto. No entanto, algumas publicações

serão realizadas em inglês, especialmente quando se pretende alcançar um público mais amplo, nomeadamente da academia, de parceiros prestadores de serviço do setor da construção ou de clientes detentores de edifícios industriais.

A identidade visual das redes sociais foi concebida com base nos mesmos logótipos, cores e elementos gráficos definidos para o projeto, assegurando consistência visual entre os diferentes canais. O estilo de comunicação foi ajustado ao perfil profissional da rede LinkedIn, privilegiando a iconografia clara, textos curtos, linguagem objetiva e uma estrutura de fácil leitura, adequada à dinâmica daquela plataforma. Já os conteúdos publicados no website podem apresentar-se com um maior grau de desenvolvimento e profundidade, funcionando como complemento informativo.

No que diz respeito à produção de conteúdos multimédia, foram estabelecidas linhas orientadoras para produção futura, prevendo-se a criação de vídeos com foco técnico-científico, capazes de demonstrar soluções aplicadas à resolução de problemas concretos da indústria da construção. Estes vídeos deverão ter uma música de fundo neutra, idealmente sem narração, e incluir legendas em múltiplas línguas, de forma a garantir acessibilidade e utilidade em diversos contextos, incluindo eventos e formações internacionais. Em conformidade com as diretrizes estabelecidas, foi produzido um vídeo ([link](#) (Youtube, 2025)) focado na apresentação de soluções técnico-científicas de serviços propostos no projeto aplicados à manutenção de revestimentos de edifícios industriais. O vídeo apresenta o projeto DigiMaTRIA, destacando uma abordagem integrada à gestão digital da manutenção de ativos industriais, baseada na combinação de robótica, inteligência artificial, sensores IoT e gémeos digitais, desde a inspeção automatizada à tomada de decisão preditiva para manutenção sustentável.

Todos os conteúdos multimédia e visuais serão identificados com o logótipo do projeto e a marca de água do P2030, colocada de forma discreta num dos cantos da imagem ou vídeo, respeitando as diretrizes de visibilidade e financiamento.

Esta abordagem permite reforçar a identidade visual coesa, garantir o cumprimento das obrigações de comunicação e assegurar um posicionamento credível e atrativo junto dos diferentes públicos do projeto.

3.3 Políticas básicas de gestão e moderação

Apesar de o projeto DIGIMATRIA ser desenvolvido por um consórcio constituído por quatro entidades, a gestão dos canais de comunicação digital foi centralizada para garantir coesão, consistência e eficácia na divulgação de conteúdos.

A atribuição de credenciais de acesso aos canais oficiais, nomeadamente ao website e redes sociais, foi limitada à entidade responsável pela comunicação e líder do consórcio (GARCIA). Esta abordagem assegura um controlo adequado da informação publicada, evitando duplicações, incoerências ou publicações não alinhadas com a identidade do projeto.

A participação dos restantes parceiros na produção de conteúdos será realizada de forma semi-estruturada, mediante o envio de contributos (textos, imagens, notícias ou sugestões) para a GARCIA. Esta entidade fará a validação, compatibilização e adaptação dos conteúdos, garantindo que estes respeitam o estilo de comunicação definido e mantêm a uniformidade da imagem institucional.

Dado tratar-se de um projeto de âmbito técnico e público restrito, não se antevê a ocorrência de litígios ou situações sensíveis nos canais digitais. Ainda assim, a moderação de conteúdos e interações ficará a cargo da GARCIA. Caso surja algum episódio que levante dúvidas quanto à sua gestão (por exemplo, comentários públicos problemáticos ou pedidos externos sensíveis), o tema será avaliado em conjunto com os restantes parceiros (ISEP, INESC-TEC e Gar.COM) de forma a alcançar um consenso sobre a resposta ou ação a adotar.

Este modelo simples, mas estruturado, garante uma gestão responsável, transparente e eficiente da presença online do projeto, promovendo ao mesmo tempo a participação de todos os parceiros.

4. Calendário de lançamento e marcos principais

4.1 Linha temporal do lançamento da web e redes

Como marco inicial na estratégia de comunicação do projeto, a criação do site oficial e das páginas nas redes sociais foi efetuada já nos primeiros meses, tendo sido lançados em junho de 2025. Esta ação constituiu a primeira pedra fundamental para a disseminação eficaz do projeto, permitindo estabelecer uma presença digital desde cedo.

Nesta fase inicial, a produção de conteúdo está a ser cuidadosamente ajustada para refletir o progresso real do trabalho desenvolvido, garantindo assim a relevância e a fidelidade das informações compartilhadas. Almeja-se manter uma publicação regular com periodicidade trimestral, permitindo uma atualização consistente e um envolvimento contínuo do público-alvo.

Até o momento, os objetivos previstos foram alcançados, com destaque para a realização da reunião de kick-off, a presença no Cluster Portuguese e o lançamento do vídeo. Estes marcos iniciais, em paralelo com as reuniões presenciais semestrais de consórcio, confirmam o alinhamento da comunicação com as etapas-chave do projeto.

Para o futuro, com o avanço na entrega dos principais produtos e resultados, prevê-se um incremento na frequência das publicações, que deverá atingir uma periodicidade mínima bimensal. Esse aumento visa maximizar a visibilidade e o impacto do projeto junto às comunidades científica, empresarial e ao público em geral.

Além disso, reconhecendo a relevância da comunicação multimédia, o projeto propõe-se a produzir anualmente um vídeo institucional que sintetize os resultados obtidos. Embora a produção de conteúdos em vídeo exija maior esforço e recursos, esta forma de comunicação revela-se altamente eficaz e atrativa, potencializando o alcance e o reconhecimento do projeto numa perspetiva de divulgação científica dinâmica e acessível.

4.2 Coordenação com outros entregáveis

O site do projeto foi desenvolvido para integrar, na secção “Recursos”, a cronologia dos entregáveis, facilitando assim a disseminação transparente e organizada dos elementos públicos associados

ao progresso do projeto. Esta integração permite uma visão clara do calendário das entregas principais, reforçando a coerência entre as várias atividades e etapas do projeto.

Importa salientar que, dada a natureza de alguns conteúdos — quer pela sua propriedade intelectual, quer pela sensibilidade da informação —, houve uma seleção criteriosa para excluir do acesso público quaisquer dados classificados como privados, garantindo a proteção dos ativos estratégicos do consórcio.

Abaixo, na Tabela 3 e Figura 4, apresenta-se uma tabela resumida e figura dos principais entregáveis relevantes para a coordenação com o lançamento da página web e redes sociais, com as respetivas datas previstas de publicação e identificação dos subentregáveis.

Tabela 3 – Calendarização de entregáveis, divulgação e referência pública a colocar no site (<https://www.digimatria.com/>).

ENTREGÁVEL	DESCRIÇÃO	DATAS E SUBENTREGÁVEIS
E4.4	Plataforma - Plataforma de serviços (versão beta e versão final)	2027-10 [E4.4 a]; 2028-02 [E4.4 b];
E5.1	Publicação – Relatórios com os resultados dos testes e verificações do serviço DigiMaTRIA	2027-07 [E5.1]
E5.2	Resultados da demonstração e validação do serviço DigiMaTRIA	2028-02 [E5.2]
E6.1	Publicação – Relatórios resumo de progresso das atividades	2026-03 [E6.1 a]; 2027-03 [E6.1 b]; 2028-03 [E6.1 c]
E6.2	Publicação – Relatórios resumo de progresso das ações de disseminação e promoção	2027-03 [E6.2 a]; 2028-03 [E6.2 b]

Marcos & Recursos

O projeto DigiMaTRIA decorre entre janeiro de 2024 e dezembro de 2026, com um investimento agregado superior a 900 mil euros. Está estruturado em sete atividades principais, desde a definição de requisitos até à validação e divulgação de solução.

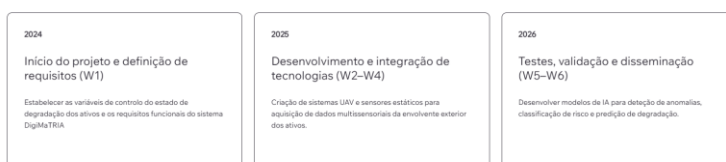


Figura 4 – Disseminação dos objetivos dos entregáveis no site (Wix, 2025).

Esta coordenação assegura que o conteúdo público disponibilizado no site e nas redes sociais esteja sempre alinhado com o calendário de entregas do projeto, promovendo uma comunicação integrada e eficaz junto das várias partes interessadas.

5. Análise inicial de indicadores de desempenho

5.1 Métricas de alcance e interação

A avaliação contínua das métricas de alcance e interação é essencial para garantir o impacto das ações de comunicação e a eficácia da disseminação do projeto. Abaixo, apresentam-se os objetivos definidos por plataforma, bem como os resultados atingidos até ao momento, discriminados simpli-ficadamente por ano de projeto (2025 a 2027). **Nota:** o projeto começou em Março de 2025 e termina em Março de 2028.

Website

Para o website, a meta para 2025 era alcançar 400 visitas e pelo menos 20 leituras completas de artigos do blog com tempo médio de visualização correspondente a 1/6 do tempo estimado de leitura (estimado como 1 minuto). A retenção do utilizador é um indicador da qualidade do conteúdo gerado.







LinkedIn

O crescimento da comunidade no LinkedIn foi projetado com um objetivo anual de 50 novos seguidores e uma taxa de interação mínima de 20%. Esta rede representa um canal estratégico de contacto com o meio técnico e científico. A monitorização será realizada anualmente, sendo os dados consolidados no final de cada ano.

YouTube

Dado o maior esforço associado à produção de conteúdos multimédia, o crescimento no You-tube foi planeado de forma mais modesta: 5 seguidores por ano e um número de visualizações cor-respondente a 3 vezes o número de seguidores. Esta métrica pretende assegurar um retorno propor-ci-onal ao investimento realizado na criação de vídeos de divulgação científica e tecnológica. Os vídeos serão carregados simultaneamente no Youtube e partilhados no LinkedIn, que causa alguma dispersão dos canais de comunicação do vídeo mas direciona o conteúdo à plataforma.

Tabela 4 – Tabela global de métricas por ano e plataforma

PLATAFORMA	INDICADOR	OBJETIVO ANUAL	2025* (ATINGIDO/OBJETIVO)	2026 (ATINGIDO/OBJETIVO)	2027 (ATINGIDO/OBJETIVO)
WEBSITE	Visitas totais	400	319 / 400	 AD / 400	 AD / 400
	Publicações Blog	4 / ano	8 / 4	 AD / 4	 AD / 4
	Leituras de blog	> 20 / post	213 / (20x8)	 AD / 20	 AD / 20

PLATAFORMA	INDICADOR	OBJETIVO ANUAL	2025* (ATINGIDO/OBJETIVO)	2026 (ATINGIDO/OBJETIVO)	2027 (ATINGIDO/OBJETIVO)
	(≥1 min)	> 1 min	28 s / 1 min	AD / 1 min	AD / 1 min
LINKEDIN	Novos seguidores	50/ano	38 / 50	AD / 100	AD / 150
	Publicações	4 / ano	8 / 4	AD / 8	AD / 12
	Taxa de interação	≥ 20%	619 / (10x8)	AD / 20	AD / 30
YOUTUBE	Novos seguidores	5/ano	4 / 5	AD / 10	AD / 15
	Visualizações (mín. 3x nº seguidores)	≥ 15 (com 5 seguidores)	115 / 15	AD / 30	AD / 45

Da análise dos indicadores é possível observar que o desempenho do website, LinkedIn e Youtube obtiveram sucesso parcial nos indicadores propostos. O desempenho do website ainda é modesto e observa-se que o esforço de duplicação de conteúdo em inglês ainda tem desempenho inferior ao de português, contudo com o tempo é desejável que convirja ou supere mesmo.

Apesar dos números observados de interação no LinkedIn, estes devem ser lidos com a intuição que interação inclui (cliques no post, link ou fotografias, gostos, comentários e partilhas).

Tabela 5 – Análise de desempenho de marcos do projeto e impacto na comunicação.

EVENTO	DATA	LINK	WEBSITE – VISUALIZAÇÃO	WEBSITE – RETENÇÃO	LINKEDIN – VISUALIZAÇÃO	LINKEDIN – INTERAÇÃO	YOUTUBE - VISUALIZAÇÃO
KICK-OFF DO PROJETO	2025-03-27	Website EN LinkedIn	25 + 7	17 s	164	75	-
CLUSTER PORTUGUESE CIRCULARITY	2025-11-18	Website EN LinkedIn	33 + 1	49 s	284	39	-
2ª REUNIÃO PROJETO	2025-12-11	Website EN LinkedIn EN	30 + 1	20 s	849	99	-
VÍDEO DIGIMATRIA	2025-12-04	Website EN Youtube LinkedIn EN	17 + 7	21 s	1194	122	115
ARTIGO CIRMARE	2026-07-01	Website EN LinkedIn EN	33 + 5	21 s	612	49	-
INQUÉRITO PASSAPORTE MATERIAIS	2026-01-26	Website EN LinkedIn EN	10 + 6	28 s	386	35	-
II IBEROCONSTRUCT	2026-01-30	Website EN LinkedIn EN	18 + 2	59 s	1041	155	-
ARTIGO MDPI SUSTAINABILITY	2026-03-03	Website EN LinkedIn EN	17 + 1	19 s	435	45	-

Da análise acima, retira-se que a visualização e interação tem estabilizado com a consolidação do projeto. Considera-se, que o destaque em conferências e reuniões presenciais tenham um impacto bastante positivo na disseminação do projeto fruto da partilha dos membros do consórcio. Especula-se que apesar de se considerar a disseminação institucional relevante, observa-se que a partilha orgânica pelos indivíduos esteja a ser mais eficaz na divulgação, com destaque nas reuniões presenciais. A presença no II Iberoconstruct em Madrid obteve a maior interação à data que reforça a importância

de se mostrar a solução de um ponto de vista comercial. O desempenho do vídeo traduz-se numa lição importante com destaque para o LinkedIn e Youtube com desempenho acima da média e que reforça a pertinência da produção anual de um conteúdo nesta forma.

5.2 Ferramentas de monitorização utilizadas

De forma a aferir o desempenho do website é necessário recorrer a cookies para rastrear indicadores básicos de interação com o site. Para o efeito foi configurado o plugin de Google Analytics com a página Wix que não exige login (pelo visitante da página) nem a recolha indevida dos seus dados pessoais aquando da visita. Exclui-se o formulário de contacto no qual o utilizador fornece os seus dados para permitir uma resposta por email para o endereço Gmail do projeto. Desta forma, é minimizado a quantidade de dados rastreados por aplicações assegurando-se as boas práticas de RGPD. São identificados 9 cookies (Cookies Yes, 2025) dos quais 5 são classificados como essenciais e 4 como outros. O suporte do Wix classifica-os como essenciais (Wix, 2025).

Tabela 6 – Indicação de cookies presentes no website DIGIMATRIA.

COOKIE	DOMAIN	DESCRIPTION	DURATION	TYPE
SSR-CACHING	www.digimatria.com	The ssr-caching cookie is set by WIX and indicates how a site was rendered.	less than a minute	Necessary
XSRF-TOKEN	www.digimatria.com	This cookie enhances visitor browsing security by preventing cross-site request forgery.	session	Necessary
CLIENT-SESSION-BIND	www.digimatria.com		session	Other
SERVER-SESSION-BIND	www.digimatria.com		session	Other
HS	www.digimatria.com	Wix platform sets this cookie for security purposes.	session	Necessary
SVSESSION	www.digimatria.com	Wix platform sets this cookie to identify unique visitors and track a visitor's session on a site.	1 year 1 month 4 days	Necessary
BSESSION	www.digimatria.com	Wix set this cookie in context with load balancing to improve user experience.	1 hour	Necessary
FEDOPS.LOGGER.SESSIONID	digimatria.com		never	Other
MPASESSIONID	digimatria.com		session	Other

Para a monitorização das plataformas LinkedIn e Youtube, são utilizados os plugins correntes. A obtenção de dados dos visitantes é bastantes limitada a dados correntes não estando prevista a aquisição de subscrição de serviço premium.

6. Conclusão

Em conclusão, no âmbito do projeto DigiMaTRIA e da atividade W6.1 – Preparação de conteúdos promocionais, enquadrada nos objetivos O6.1 (Preparar conteúdos promocionais) e O6.2 (Organizar e participar em ações de disseminação e promoção), a GARCIA, em colaboração com os restantes parceiros do consórcio, desenvolveu um conjunto de ações orientadas para a estruturação, implementação e monitorização da presença digital do projeto, refletidas no presente entregável D6.1 – Relatórios resumo de progresso das atividades.

Atendendo ao carácter inovador do DigiMaTRIA e ao seu posicionamento na interseção entre manutenção industrial, robótica, inteligência artificial e gémeos digitais, revelou-se fundamental estabelecer, desde uma fase inicial, uma base sólida de comunicação institucional e promocional que permita valorizar os resultados do projeto ao longo do seu ciclo de vida. Neste contexto, o D6.1 consolida o progresso alcançado na definição da identidade visual, no desenvolvimento do website do projeto e na preparação de conteúdos digitais e multimédia de suporte à divulgação.

No presente entregável foram apresentados os principais elementos estruturantes da comunicação do projeto, incluindo o conceito subjacente à imagem gráfica, a organização funcional do website DigiMaTRIA e a sistematização dos conteúdos promocionais produzidos. Foram igualmente definidos princípios orientadores para a gestão editorial e atualização de conteúdos, bem como analisados indicadores iniciais de desempenho associados à presença digital do projeto, os quais evidenciam uma evolução positiva e consistente com os objetivos estabelecidos para esta fase.

O desenvolvimento de materiais multimédia, em particular o vídeo de apresentação do projeto, contribuiu para reforçar a clareza da proposta de valor do DigiMaTRIA e para apoiar futuras ações de disseminação, que serão detalhadas no âmbito do entregável D6.2. O presente documento assume, assim, um papel essencial de reporte, monitorização e alinhamento estratégico das ações de comunicação, sem prejuízo da sua atualização periódica.

O entregável D6.1 será revisto nos momentos de reporte previstos (M12, M24 e M36), de forma a refletir a evolução da presença digital do projeto, a maturidade dos conteúdos promocionais e as recomendações resultantes da monitorização contínua da estratégia de comunicação do DigiMaTRIA.

Referências

Bibliografia

- Cookies Yes. (27 de 06 de 2025). *Free Website Cookie Checker* - <https://www.https://www.digimatria.com/>. Obtido de Cookies Yes: <https://www.cookieyes.com/cookie-checker/>
- Google. (27 de 06 de 2025). *Digimatria - Google - Page Speed Insights*. Obtido de Google - Page Speed Insights: https://pagespeed.web.dev/analysis/https-www-digimatria-com/pr03puwb6n?form_factor=desktop
- LinkedIn. (01 de 04 de 2025). *LinkedIn - DigiMaTRIA*. Obtido de LinkedIn - DigiMaTRIA: <https://www.linkedin.com/company/digimatria/>
- Wix. (27 de 06 de 2025). *Cookies and Your Wix Site*. Obtido de Wix Help Center: <https://support.wix.com/en/article/cookies-and-your-wix-site>
- Wix. (01 de 08 de 2025). *Webpage DigiMaTRIA - Manutenção Industrial do Futuro*. Obtido de Webpage DigiMaTRIA - Manutenção Industrial do Futuro: <https://www.digimatria.com/>
- Youtube. (01 de 08 de 2025). *Youtube - DigiMaTria*. Obtido de Youtube - DigiMaTria: <https://www.youtube.com/@Digimatria>
- Youtube. (04 de 12 de 2025). *Youtube - O que é o projeto DigiMaTRIA?* Obtido de Youtube - O que é o projeto DigiMaTRIA?: <https://www.youtube.com/watch?v=jypkfPHL1ws>

Anexos

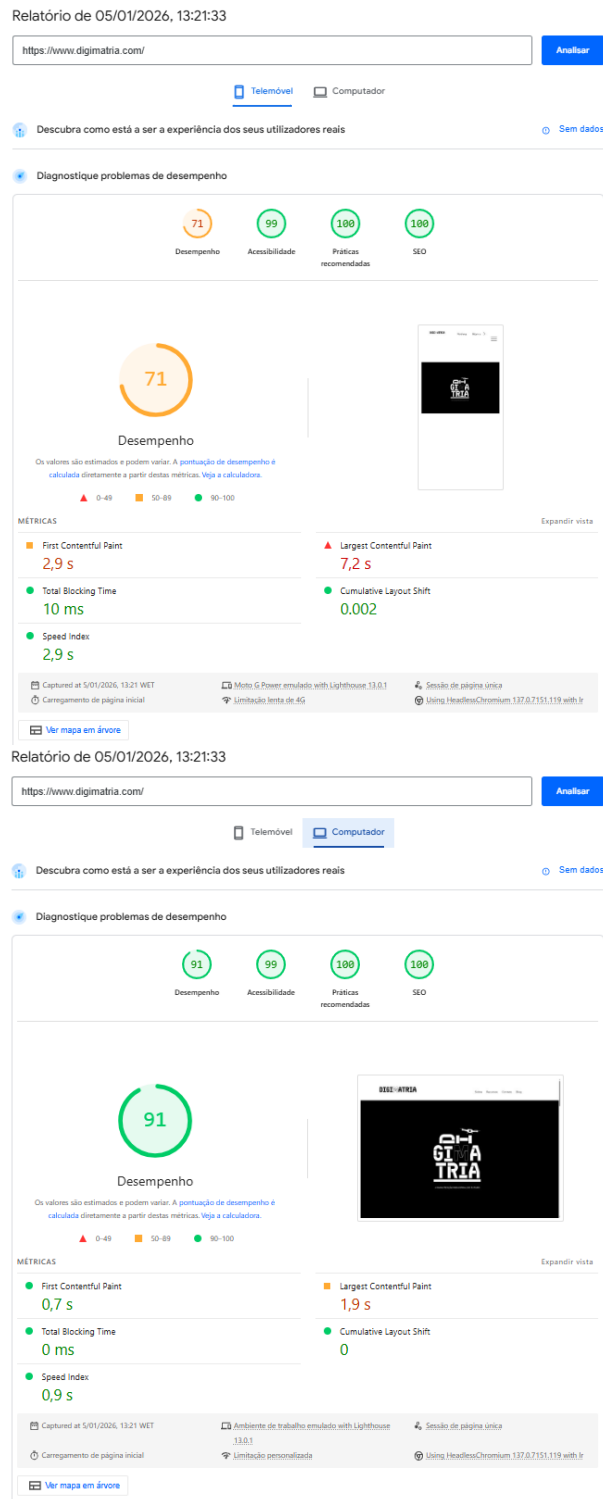


Figura 5 – Desempenho página mobile (cima) e desktop (baixo) de <https://www.digimatria.com/> (Google, 2025).

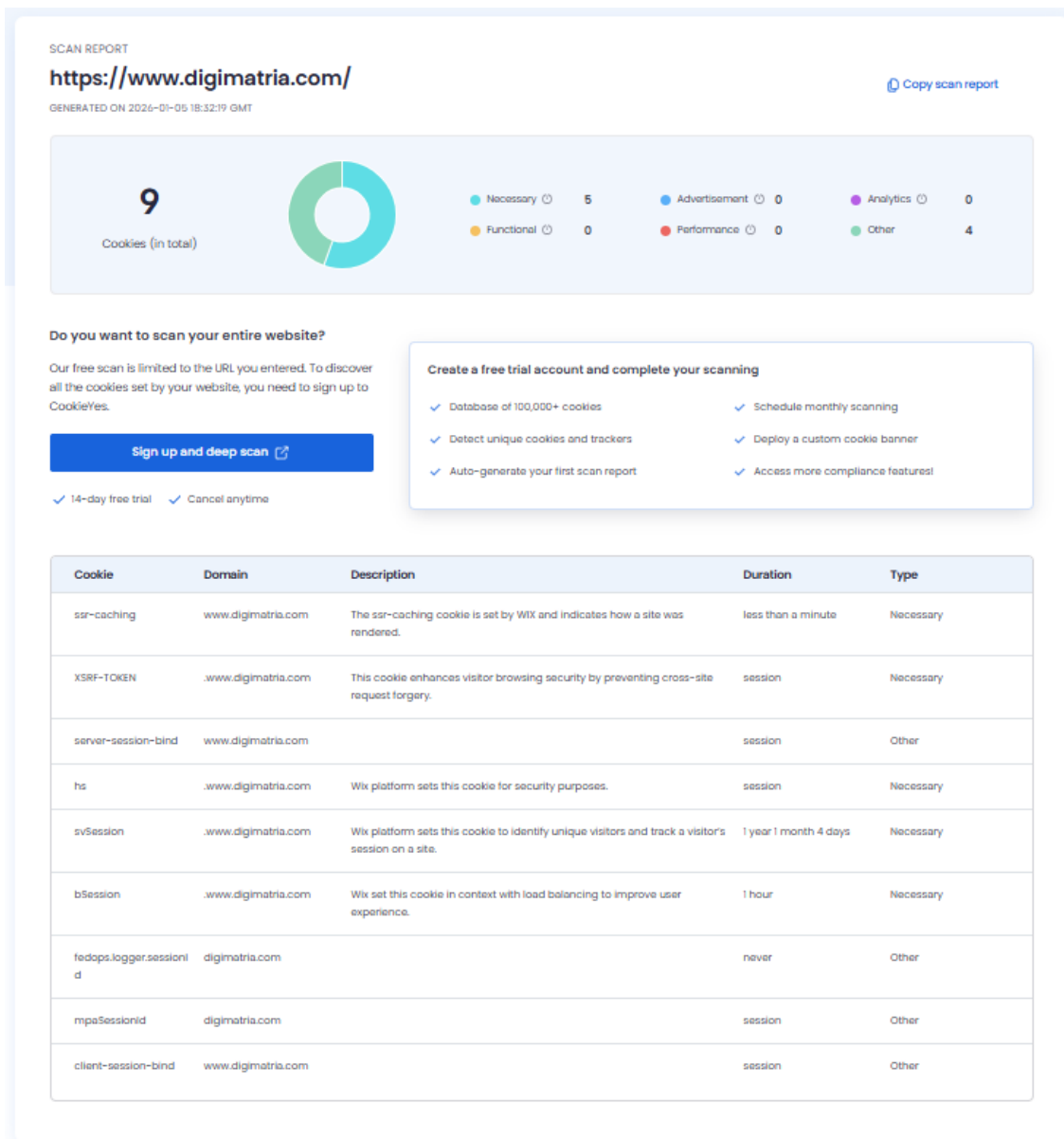


Figura 6 – Cookies presentes no site <https://www.digimatria.com/> (CookieYes, 2025).