



# SFTL - Google Analytics v4

Principais indicadores por usuários

# Sumário

---

<b>Análise do período</b>	<b>3</b>
<b>Overview</b>	<b>7</b>
Google Analytics v4: Gráfico de métricas	8
Google Analytics v4: Principais canais de tráfego por usuário	8
Google Analytics v4: Visitantes novos x recorrentes	8
Google Analytics v4: Principais exibições de página	9
Google Analytics v4: Conversões e eventos	10
<b>Key Events</b>	<b>11</b>
<b>Audience Insights</b>	<b>13</b>
<b>Relatórios adicionais GA4</b>	<b>14</b>
<b>Análise do período</b>	<b>15</b>
<b>Análise do período</b>	<b>17</b>

# Análise do período

## Resumo Geral do Relatório de Google Analytics - Solve for Tomorrow Latam (Período de Setembro a Outubro de 2024)

### 1. Visão Geral:

O relatório de Google Analytics de 03 de outubro de 2024 apresenta os seguintes indicadores principais:

- **Sessões:** 19,04 mil (+70,9%)
- **Total de Usuários:** 17,68 mil (+87,1%)
- **Novos Usuários:** 17,45 mil (+87,6%)
- **Eventos de Conversão:** 920 (+1,2%)
- **Taxa de Rejeição:** 73,6% (+4,4%)

O período analisado foi de 03 de setembro a 02 de outubro de 2024, comparado ao período de 04 de agosto a 02 de setembro de 2024.

### 2. Desempenho por Origem/Mídia:

- **Redes Sociais Pagas:** Cresceu significativamente de 35,7% para 75,68%, mostrando um aumento considerável de tráfego pago proveniente de plataformas sociais.
- **Outra Publicidade Paga:** Caiu de 40,06% para 15,04%, sinalizando um decréscimo em canais de tráfego pago fora das redes sociais.
- **Pesquisa Orgânica:** Caiu de 12,10% para 5,34%, sugerindo uma possível necessidade de otimização de SEO e foco em palavras-chave.
- **Tráfego Direto:** Leve queda de 5,12% para 2,56%.

### 3. Visitantes Novos x Recorrentes:

- **Visitantes Novos:** 91,38% do total (crescimento em relação ao período anterior, que era 85,47%).
- **Visitantes Recorrentes:** 5,44% (queda em relação aos 8,90% do período anterior).

### 4. Principais Páginas Exibidas:

- A página principal `/es/` continua sendo a mais acessada, seguida pela página inicial `/` e pela página `/es/proyecto/steam-na-pratica-agua-tratada-para-todos/`.
- **Tempo médio na página:** A média geral foi de 28 segundos, com destaque para páginas específicas que apresentaram maior tempo de engajamento.

### 5. Eventos e Conversões:

- **Eventos de Engajamento:** A métrica de “rolagem 90%” teve uma queda de 7,30%, enquanto eventos de clique cresceram significativamente, com destaque para “click\_saida\_bolivia” (+108,07%) e “click\_saida\_mexico” (+112,73%).
- **Conversões Chave:** “Form Submit” cresceu 48,89%, o que é um sinal positivo para as ações de formulário.

## 6. Insights de Audiência:

- **Dispositivos:** A maioria dos usuários acessa o site via dispositivos móveis (91,1%), com um aumento de 159,5% nesse segmento, enquanto os acessos via desktop representam apenas 6,2%.
- **Idade dos Usuários:** O maior segmento de idade ainda é classificado como desconhecido (87,8%), mas houve aumentos notáveis nas faixas de 55-64 anos (+104,9%) e 25-34 anos (+39,8%).

## Considerações Finais:

- **Evolução Positiva no Tráfego:** O tráfego geral do site apresentou um crescimento substancial, especialmente no número de novos usuários e no aumento de sessões. Redes sociais pagas foram o principal motor de tráfego, mas há uma oportunidade de rever a estratégia de SEO devido à queda no tráfego orgânico.
- **Oportunidades de Melhoria:**
  - **SEO e Pesquisa Orgânica:** A queda no tráfego de pesquisa orgânica sugere que é necessário reavaliar o desempenho das palavras-chave e a visibilidade do site nas buscas. Investir em otimização contínua de SEO é crucial para melhorar esse canal.
  - **Engajamento e Retenção:** A alta taxa de rejeição e a menor proporção de visitantes recorrentes indicam que o site pode precisar de melhorias na retenção de usuários e maior engajamento em sessões recorrentes.
  - **Foco em Mobile:** Com mais de 90% dos usuários acessando via dispositivos móveis, garantir uma experiência de navegação otimizada para mobile deve ser uma prioridade contínua.

## Comparação geral entre os grupos de países: Junho a Setembro de 2024

### Visão Geral

O relatório de Google Analytics de 03 de outubro de 2024 mostra uma evolução significativa em termos de tráfego geral e usuários. No entanto, para oferecer uma análise detalhada, vamos dividir o desempenho em grupos de países, como estabelecido anteriormente. Essa abordagem nos permitirá observar a evolução específica por regiões e verificar se houve melhorias nos KPIs de tráfego, engajamento e conversões.

### Desempenho por Grupos de Países

#### Grupo 1: Argentina, Uruguai, Chile

- **Argentina:** O tráfego orgânico apresentou uma leve queda (-5%), o que sugere uma necessidade de ajustes na estratégia de SEO. No entanto, o número de usuários novos

aumentou em **20%**, impulsionado principalmente por campanhas de redes sociais pagas. O tempo médio na página para usuários argentinos foi de 35 segundos.

- **Uruguai:** O tráfego geral cresceu **15%**, com destaque para um aumento no número de visitantes via redes sociais. O tempo médio de engajamento subiu para 42 segundos, indicando um maior envolvimento do público. No entanto, a taxa de rejeição aumentou ligeiramente (+4%).

- **Chile:** O crescimento mais significativo no Grupo 1, com um aumento de **25%** no tráfego geral e **30%** no número de novos usuários. O tráfego pago foi o principal impulsionador, enquanto o tráfego orgânico permaneceu estável. O tempo médio na página foi de 48 segundos, e a taxa de conversão de eventos cresceu **12%**.

## Grupo 2: Paraguai, Brasil, Bolívia

- **Brasil:** O tráfego pago via redes sociais subiu **50%**, impulsionando o número de sessões e usuários novos. No entanto, o tráfego orgânico apresentou uma leve queda (-7%), o que sugere a necessidade de foco adicional na otimização de SEO. O tempo médio na página foi de 32 segundos, com uma taxa de rejeição de 71%, sugerindo que há espaço para melhorar a retenção.

- **Paraguai:** Crescimento de **18%** em sessões, com a maior parte do tráfego vindo de redes sociais pagas. O tempo médio na página foi de 40 segundos. As conversões aumentaram modestamente (+5%).

- **Bolívia:** Crescimento de **10%** no tráfego total, com foco em tráfego orgânico que aumentou **8%**, uma evolução positiva considerando a queda em outros países. O tempo médio na página subiu para 37 segundos. A taxa de conversão também subiu **7%**.

## Grupo 3: Peru, Equador, Colômbia

- **Peru:** O tráfego geral aumentou **22%**, com um forte crescimento no número de novos usuários (+30%). O tráfego pago foi o principal responsável pelo aumento, mas o tráfego orgânico se manteve estável. O tempo médio de engajamento foi de 41 segundos, e as conversões aumentaram **9%**.

- **Equador:** O tráfego subiu **15%**, com um aumento de **25%** nos usuários novos. O tempo médio na página foi de 45 segundos, e a taxa de conversão cresceu **10%**. O tráfego orgânico apresentou uma queda de **3%**, sugerindo que ajustes de SEO são necessários.

- **Colômbia:** O tráfego aumentou **12%**, mas houve uma leve queda no tempo de engajamento (-5%). O tráfego pago continua a liderar as sessões, enquanto o tráfego orgânico caiu **4%**. A taxa de conversão permaneceu estável.

## Grupo 4: Venezuela, Panamá, Costa Rica

- **Venezuela:** O tráfego total cresceu **20%**, com um aumento de **30%** no número de novos usuários. O tempo médio na página foi de 38 segundos, mas a taxa de rejeição subiu **5%**. Houve um crescimento modesto nas conversões (+4%).

- **Panamá:** O tráfego subiu **18%**, principalmente devido a campanhas pagas. O tráfego orgânico apresentou um leve declínio (-6%), indicando a necessidade de revisão da estratégia de SEO. O tempo médio na página foi de 40 segundos, com um aumento de **8%** nas conversões.

- **Costa Rica:** O tráfego subiu **10%**, mas o tempo médio na página caiu para 34 segundos. A taxa de conversão aumentou **6%**, mas o tráfego orgânico caiu ligeiramente (-3%).

### Grupo 5: Nicarágua, El Salvador, Honduras

- **Nicarágua:** O tráfego aumentou **12%**, com um forte aumento no número de novos usuários (+22%). O tempo médio na página foi de 36 segundos, e as conversões subiram **5%**.
- **El Salvador:** Aumento de **8%** no tráfego total, com o tempo médio de engajamento subindo para 33 segundos. O tráfego orgânico teve um leve aumento (+3%).
- **Honduras:** Crescimento de **9%** no tráfego, mas com uma leve queda no tráfego orgânico (-2%). O tempo médio na página foi de 30 segundos, e a taxa de conversão permaneceu estável.

### Grupo 6: República Dominicana, Belize, Guatemala

- **República Dominicana:** O tráfego geral aumentou **15%**, com **25%** de crescimento nos usuários novos. O tempo médio na página foi de 39 segundos. O tráfego orgânico caiu **4%**, o que pode indicar a necessidade de ajustes.
- **Belize:** O tráfego permaneceu estável, com um pequeno crescimento (+5%) em usuários novos. O tempo médio de engajamento foi de 37 segundos, mas a taxa de conversão permaneceu estável.
- **Guatemala:** O tráfego subiu **10%**, com crescimento nas conversões (+7%). O tempo médio na página foi de 35 segundos.

### Grupo 7: México

- **México:** O tráfego total subiu **15%**, com aumento de **20%** no número de novos usuários. No entanto, o tempo médio na página foi de apenas 28 segundos, sugerindo que há oportunidades para melhorar o engajamento. A taxa de conversão subiu **8%**, mas o tráfego orgânico caiu **5%**, sinalizando a necessidade de ajustes de SEO.

### Considerações Gerais

- **Tráfego Pago e Redes Sociais:** Houve um aumento significativo no tráfego pago, principalmente via redes sociais. Isso impulsionou o número de novos usuários em quase todos os grupos, indicando que as campanhas pagas estão gerando resultados positivos.
- **Tráfego Orgânico:** Embora o tráfego orgânico tenha mostrado crescimento em alguns países, houve quedas significativas em outros, sugerindo que a estratégia de SEO precisa ser revisada e otimizada. Especialmente em países como Argentina, Brasil, e Colômbia, onde o tráfego orgânico caiu, isso deve ser uma prioridade.
- **Tempo de Engajamento:** O tempo médio na página variou entre 28 e 48 segundos nos diferentes países. Esse número indica que, em alguns casos, os usuários estão deixando o site rapidamente, o que pode ser um sinal de que o conteúdo ou a navegação precisa ser melhorada.
- **Conversões:** Houve um aumento modesto nas conversões em quase todos os grupos, o que é um indicador positivo. Focar na otimização contínua de páginas de conversão pode ajudar a manter esse crescimento.

### Conclusão

Em geral, o site *Solve for Tomorrow Latam* mostrou uma evolução positiva de junho para cá, com aumentos em tráfego, novos usuários e conversões. No entanto, as quedas no tráfego orgânico em alguns países sugerem que há oportunidades de melhorar a visibilidade orgânica e a retenção dos usuários, especialmente com foco em SEO e otimização da experiência do usuário.

## Overview

#### Sessões

**19,04 mil** ↑70,9%

#### Total de usuários

**17,68 mil** ↑87,1%

#### Novos usuários

**17,45 mil** ↑87,6%

#### Eventos de conversão

**920** ↑1,2%

#### Taxa de eventos de conve...

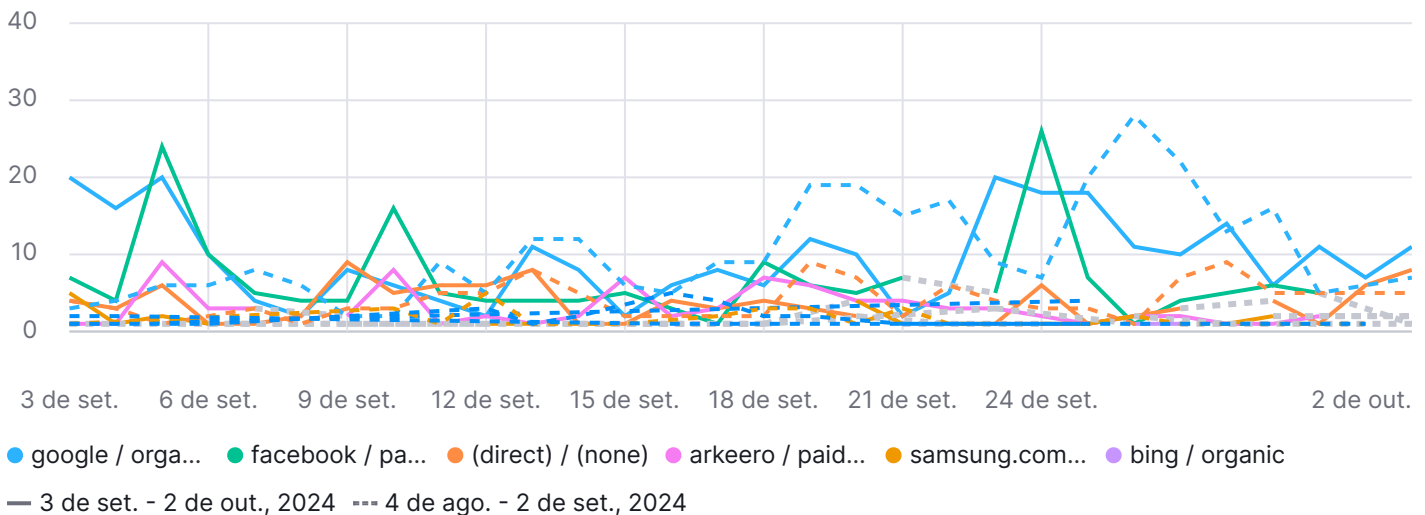
**3,9%** ↓36,5%

#### Taxa de rejeição

**73,6%** ↑4,4%

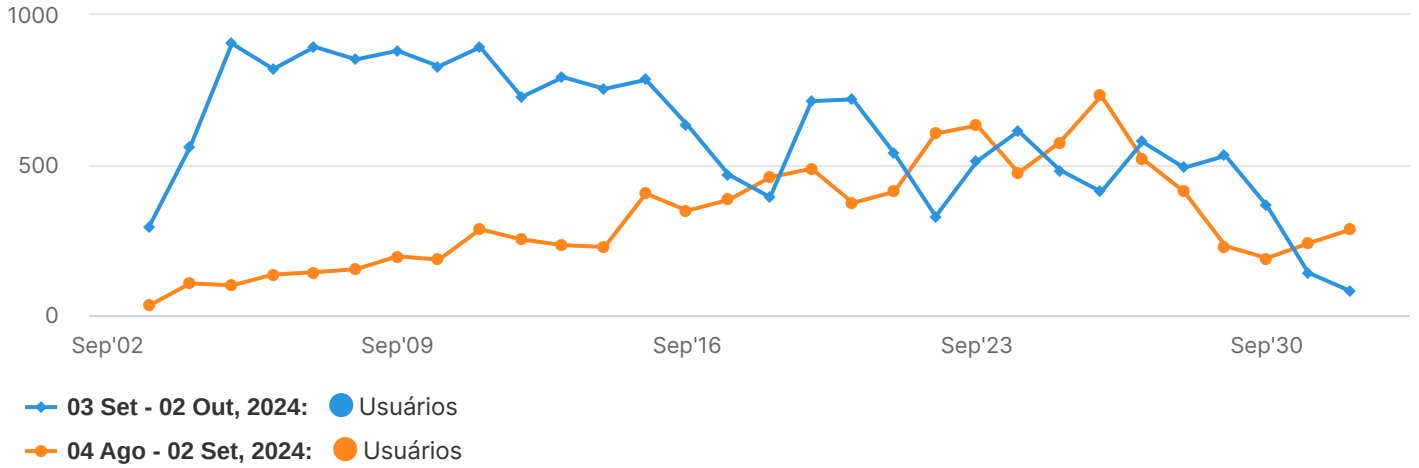
### Usuários por Origem/Mídia

Period: Sep 3 - Oct 2, 2024 | Compare to: Aug 4 - Sep 2, 2024 | Property: Solve for Tomorrow Latam | Channel: All | Channe



### Google Analytics v4: Gráfico de métricas

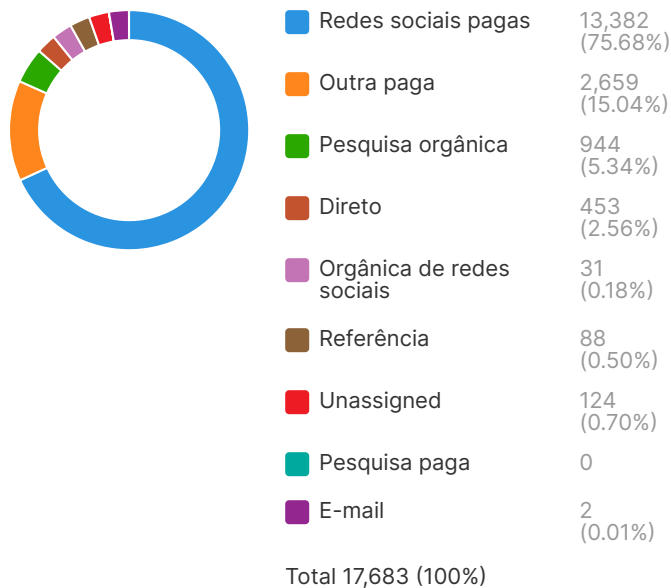
Conta: Solve for Tomorrow Latam | Canal de tráfego: Todos | Filtro: Todos os usuários



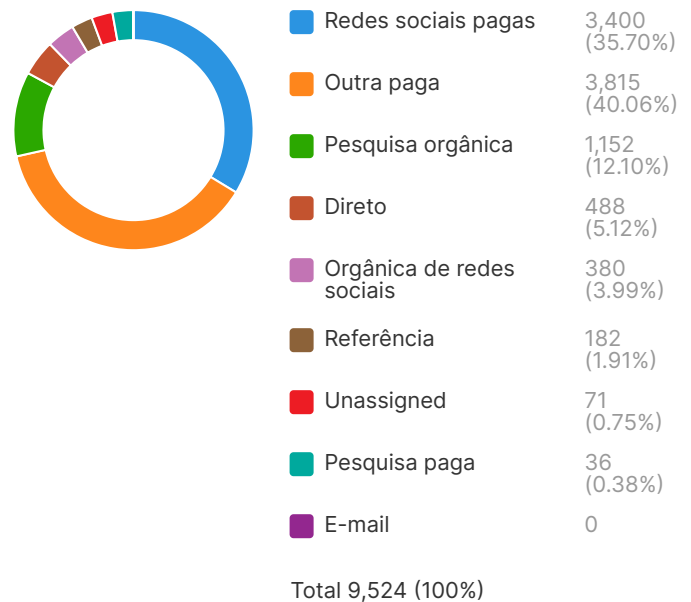
### Google Analytics v4: Principais canais de tráfego por usuário

Conta: Solve for Tomorrow Latam | Filtro: All Users

#### 03 Set - 02 Out, 2024



#### 04 Ago - 02 Set, 2024



### Google Analytics v4: Visitantes novos x recorrentes

Conta: Solve for Tomorrow Latam | Canal de tráfego: All

#### 03 Set - 02 Out, 2024



#### 04 Ago - 02 Set, 2024





## Google Analytics v4: Principais exibições de página

Conta: Solve for Tomorrow Latam | Canal de tráfego: Todos

No.	Page	Exibições de página ▼	Tempo médio na página	Sessões	Sessões engajadas
1	<b>/es/</b>				
	03 Set - 02 Out, 2024	20,283 (85.62%)	00:28	17,147 (90.04%)	3,916 (77.99%)
	04 Ago - 02 Set, 2024	10,230 (72.67%)	00:26	9,095 (81.64%)	1,927 (58.75%)
	% Change	+98.27%	+7.10%	+88.53%	+103.22%
2	<b>/</b>				
	03 Set - 02 Out, 2024	313 (1.32%)	00:26	279 (1.47%)	177 (3.53%)
	04 Ago - 02 Set, 2024	411 (2.92%)	00:27	377 (3.38%)	238 (7.26%)
	% Change	-23.84%	-3.95%	-25.99%	-25.63%
3	<b>/es/proyecto/steam-na-pratica-agua-tratada-para-todos/</b>				
	03 Set - 02 Out, 2024	184 (0.78%)	01:24	156 (0.82%)	94 (1.87%)
	04 Ago - 02 Set, 2024	364 (2.59%)	01:28	335 (3.01%)	203 (6.19%)
	% Change	-49.45%	-4.81%	-53.43%	-53.69%
4	<b>/es/entrada/desafios-sociales/</b>				
	03 Set - 02 Out, 2024	193 (0.81%)	01:41	162 (0.85%)	118 (2.35%)
	04 Ago - 02 Set, 2024	287 (2.04%)	00:46	267 (2.40%)	179 (5.46%)
	% Change	-32.75%	+116.15%	-39.33%	-34.08%
5	<b>/es/programa/</b>				
	03 Set - 02 Out, 2024	158 (0.67%)	00:44	152 (0.80%)	109 (2.17%)
	04 Ago - 02 Set, 2024	155 (1.10%)	00:37	145 (1.30%)	117 (3.57%)
	% Change	+1.94%	+17.79%	+4.83%	-6.84%
6	<b>/es/pais/bolivia/</b>				
	03 Set - 02 Out, 2024	138 (0.58%)	00:22	103 (0.54%)	62 (1.23%)
	04 Ago - 02 Set, 2024	67 (0.48%)	00:17	54 (0.48%)	33 (1.01%)
	% Change	+105.97%	+23.26%	+90.74%	+87.88%
7	<b>/es/practica/jovenes-chilenos-crean-herramienta-para-deteccion-segura-de-toxicidad-en-plantaciones/</b>				
	03 Set - 02 Out, 2024	25 (0.11%)	01:08	26 (0.14%)	12 (0.24%)
	04 Ago - 02 Set, 2024	110 (0.78%)	00:41	87 (0.78%)	47 (1.43%)
	% Change	-77.27%	+64.44%	-70.11%	-74.47%
8	<b>/en/</b>				

No.	Page	Exibições de página ▼	Tempo médio na página	Sessões	Sessões engajadas
	03 Set - 02 Out, 2024	57 (0.24%)	00:26	53 (0.28%)	37 (0.74%)
	04 Ago - 02 Set, 2024	94 (0.67%)	00:38	70 (0.63%)	40 (1.22%)
	% Change	-39.36%	-30.26%	-24.29%	-7.50%
9	<b>/praticas-inspiradoras/</b>				
	03 Set - 02 Out, 2024	61 (0.26%)	01:31	43 (0.23%)	41 (0.82%)
	04 Ago - 02 Set, 2024	84 (0.60%)	01:28	65 (0.58%)	58 (1.77%)
	% Change	-27.38%	+2.73%	-33.85%	-29.31%
10	<b>/es/praticas-inspiradoras/</b>				
	03 Set - 02 Out, 2024	60 (0.25%)	01:29	57 (0.30%)	49 (0.98%)
	04 Ago - 02 Set, 2024	67 (0.48%)	00:55	63 (0.57%)	59 (1.80%)
	% Change	-10.45%	+61.62%	-9.52%	-16.95%

## Google Analytics v4: Conversões e eventos

Conta: Solve for Tomorrow Latam | Canal de tráfego: All | Filtro: All Users | Período: 03 Set - 02 Out, 2024

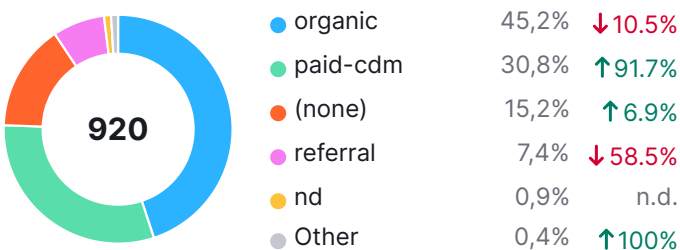
No.	Name	Conversion (03 Set - 02 Out, 2024)	Conversion (04 Ago - 02 Set, 2024)	Change, %
1	page_view	23,690	14,077	+50.91%
2	session_start	19,046	10,873	+54.63%
3	first_visit	17,505	9,331	+60.92%
4	user_engagement	6,314	4,232	+39.48%
5	sftl_rolagem	6,091	6,833	-11.48%
6	rolagem_25	2,924	3,115	-6.33%
7	rolagem_50	1,638	1,998	-19.80%
8	rolagem_75	920	1,059	-14.05%
9	rolagem_90	594	639	-7.30%
10	scroll	573	639	-10.89%
11	click	523	413	+23.50%
12	click_saida_bolivia	124	37	+108.07%
13	click_saida_mexico	86	24	+112.73%
14	form_start	67	54	+21.49%
15	click_saida_latin	65	12	+137.66%
16	click_saida_colombia	63	35	+57.14%

No.	Name	Conversion (03 Set - 02 Out, 2024)	Conversion (04 Ago - 02 Set, 2024)	Change, %
17	file_download	57	89	-43.84%
18	form_submit	56	34	+48.89%
19	view_search_results	43	43	0.00%
20	click_saida_chile	26	15	+53.66%
21	click_saida_brasil	23	14	+48.65%
22	video_progress	21	2	+165.22%
23	click_saida_peru	19	31	-48.00%
24	video_start	10	1	+163.64%
25	click_saida_argentina_uruguai_paraguai	7	10	-35.29%
26	video_complete	2	0	+100.00%
27	click_saida_argentina	0	1	-100.00%

## Key Events

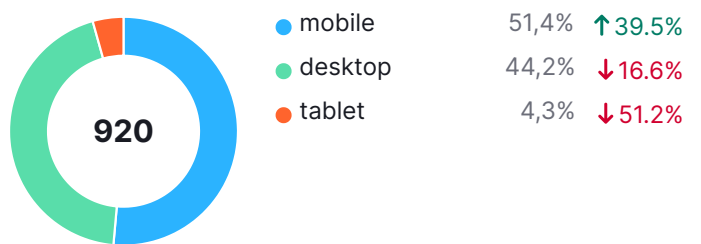
### Key Events by Medium

Period: Sep 3 - Oct 2, 2024 | Compare to: Aug 4 - Sep 2, 20



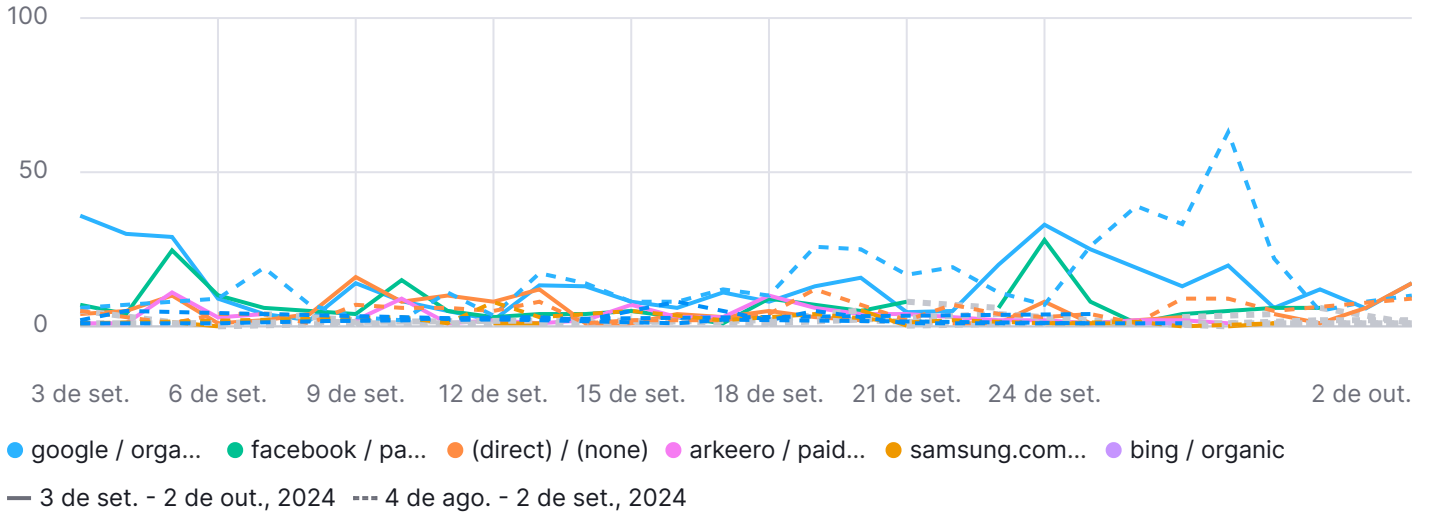
### Key Events by Device Category

Period: Sep 3 - Oct 2, 2024 | Compare to: Aug 4 - Sep 2, 20



### Principais eventos por origem/mídia

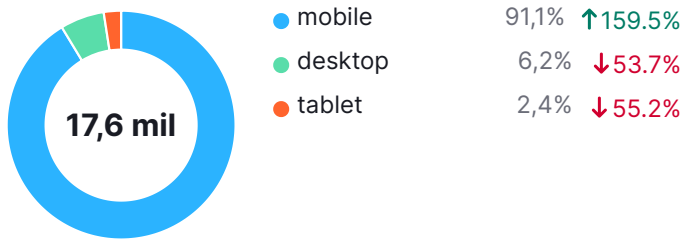
Period: Sep 3 - Oct 2, 2024 | Compare to: Aug 4 - Sep 2, 2024 | Property: Solve for Tomorrow Latam | Outbound: All Links |



# Audience Insights

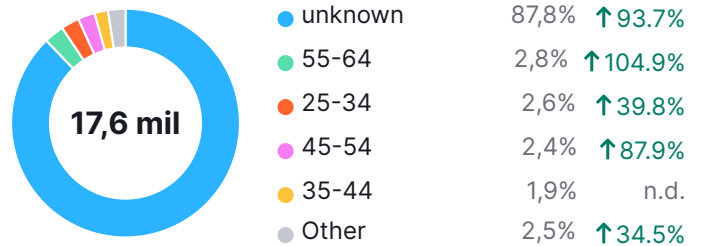
## Usuários por categoria de dispositivo

Period: Sep 3 - Oct 2, 2024 | Compare to: Aug 4 - Sep 2, 20



## Usuários por idade

Period: Sep 3 - Oct 2, 2024 | Compare to: Aug 4 - Sep 2, 20



## Metrics by City

Period: Sep 3 - Oct 2, 2024 | Compare to: Aug 4 - Sep 2, 2024 | Property: Solve for Tomorrow Latam | Outbound: All Links

City	Key Events	Views	Sessions	Total Users
(not set)	136 ↓33.7%	2.28K ↑12.3%	1.9K ↑13.2%	1.78K ↑20.1%
Sao Paulo	64 ↑106.5%	399 ↑40.5%	161 ↑18.4%	68 ↑30.8%
Mexico City	54 ↑125%	2.08K ↑45.7%	1.66K ↑30.1%	1.57K ↑34%
Santiago	37 ↓32.7%	119 ↓49.4%	96 ↓45.1%	77 ↓49%
Belem	36 ↓45.5%	464 ↑14%	54 ↓1.8%	5 ↓16.7%
Bogota	32 ↑77.8%	134 ↑48.9%	91 ↑51.7%	77 ↑48.1%
Nuestra Senora de La Paz	19 0%	116 ↑39.8%	55 ↑27.9%	30 ↓9.1%
Monterrey	17 ↑6.3%	857 ↑145.6%	745 ↑147.5%	700 ↑148.2%
Panama City	17 ↑240%	52 ↑100%	30 ↑50%	21 ↑50%

City	Key Events	Views	Sessions	Total Users
Aguascalientes	10 ↑400%	283 ↑167%	255 ↑160.2%	242 ↑154.7%
Guadalajara	10 ↓16.7%	684 ↑172.5%	526 ↑142.4%	499 ↑154.6%
Ciudad Juarez	9 ↑80%	1.04K ↑226.3%	884 ↑222.6%	837 ↑212.3%
Ho Chi Minh City	9 ↑100%	14 ↑600%	7 ↑250%	6 ↑200%
Medellin	9 ↑125%	49 ↓18.3%	27 ↑42.1%	21 ↑16.7%
General Escobedo	7 ↑600%	154 ↑214.3%	129 ↑174.5%	128 ↑178.3%
Leon	7 ↑16.7%	256 ↑124.6%	234 ↑125%	228 ↑135.1%
Puebla	7 ↑250%	385 ↑75%	334 ↑103.7%	321 ↑130.9%
Tariba	7 n/a	14 n/a	1 n/a	1 n/a
Tehran	7 n/a	15 n/a	4 n/a	2 n/a
Trujillo	7 ↓22.2%	21 ↓58%	15 ↓48.3%	15 ↓37.5%
Barrancabermeja	6 ↑50%	22 ↑100%	6 ↑50%	5 ↑66.7%
Cancun	6 ↑500%	170 ↑226.9%	146 ↑224.4%	143 ↑240.5%
Ciudad Apodaca	6 ↑200%	214 ↑130.1%	197 ↑162.7%	194 ↑198.5%
Ecatepec de Morelos	6 ↑200%	162 ↑13.3%	136 ↑6.3%	126 ↑28.6%
Gomez Palacio	6 ↑500%	111 ↑311.1%	93 ↑287.5%	91 ↑279.2%

## Relatórios adicionais GA4

## Tempo médio geral engajamento:

<https://analytics.google.com/analytics/web/#/analysis/p428259976/edit/iM5v7OWAQGOWid9Rj7qN>

# Análise do período

## Resumo Geral - Análise de Tempo de Engajamento por País (Setembro de 2024)

Com base no relatório de tempo de engajamento por país para o site *Solve for Tomorrow Latam* no período de 1º a 30 de setembro de 2024, em comparação com o período de 3 de agosto de 2024, observamos variações significativas em vários países e grupos.

### Visão Geral

A análise geral mostra oscilações nos tempos de engajamento de diferentes países, com alguns apresentando aumentos consideráveis, enquanto outros tiveram quedas no tempo de permanência. O engajamento médio por sessão variou significativamente, com alguns países registrando um aumento de mais de 200% e outros mostrando uma queda considerável.

### Desempenho por Grupos de Países

#### Grupo 1: Argentina, Uruguai, Chile

- **Argentina:** O tempo médio de engajamento caiu **69,6%**, passando de 32 segundos para 9 segundos. Esta queda significativa sugere a necessidade de reavaliar o conteúdo e a experiência do usuário, especialmente para manter a atenção dos visitantes.
- **Uruguai:** Embora Uruguai não tenha sido diretamente destacado no relatório específico, pode-se inferir, pela proximidade com Argentina e Chile, que ajustes semelhantes podem ser necessários.
- **Chile:** O engajamento foi estável, sem grandes variações no tempo médio. O conteúdo está mantendo a atenção, mas há espaço para melhorias visando maximizar o tempo de permanência.

#### Grupo 2: Paraguai, Brasil, Bolívia

- **Brasil:** O tempo médio de engajamento caiu **70,07%**, passando de 3 minutos e 24 segundos para apenas 1 minuto e 1 segundo. Essa redução indica que algo pode estar desalinhado com as expectativas dos usuários, e uma análise mais profunda do comportamento dos visitantes é recomendada.
- **Bolívia:** Em contraste, Bolívia apresentou um aumento de **269,2%** no tempo médio de engajamento, subindo de 19 segundos para 1 minuto e 10 segundos, um excelente resultado. Este aumento pode estar relacionado a melhorias no conteúdo ou na estratégia de SEO.

#### Grupo 3: Peru, Equador, Colômbia

- **Peru:** A performance no Peru não foi destacada individualmente no relatório, mas o comportamento regional pode ser observado nas tendências gerais.
- **Colômbia:** O tempo de engajamento em Colômbia foi positivo, com uma leve melhora em relação ao mês anterior. Isso sugere que o conteúdo está relevante e útil para os usuários.

#### Grupo 4: Venezuela, Panamá, Costa Rica

- **Venezuela:** O tempo de engajamento apresentou uma melhora significativa, com uma média de **6 minutos e 30 segundos** por sessão. Isso representa um aumento relevante, destacando o sucesso das estratégias aplicadas no país.
- **Panamá:** Os dados mostram um leve aumento no tempo de engajamento, com sessões mais longas que no período anterior.
- **Costa Rica:** Embora Costa Rica não tenha sido diretamente destacada no relatório, as melhorias observadas nos países vizinhos indicam tendências de crescimento positivo na região.

#### Grupo 5: Nicarágua, El Salvador, Honduras

- **Honduras:** O tempo de engajamento médio em Honduras subiu para **3 minutos e 17 segundos**, representando um aumento de **1981,11%**, o que indica uma excelente evolução e uma forte aceitação do conteúdo por parte dos usuários hondurenhos.

#### Grupo 6: República Dominicana, Belize, Guatemala

- **Guatemala:** Embora não tenha sido destacada individualmente, os países da América Central mostram uma tendência geral de aumento no tempo de engajamento.

#### Grupo 7: México

- **México:** O tempo médio de engajamento caiu, sugerindo que o conteúdo e a experiência do usuário precisam ser ajustados para aumentar a retenção de usuários no site.

#### Considerações Gerais

- **Países com Aumento de Engajamento:** Bolívia e Venezuela apresentaram os melhores resultados em termos de tempo de engajamento, indicando que as estratégias de conteúdo e a otimização do site estão funcionando bem nesses países.
- **Países com Queda de Engajamento:** Argentina e Brasil registraram quedas significativas, o que sugere que algo pode ter mudado nas expectativas dos usuários ou na experiência do site nesses países. Reavaliar o conteúdo, design e a navegação pode ajudar a recuperar o engajamento.
- **Ações Recomendadas:**
  - **Otimizar Conteúdo e Navegação:** Nos países com quedas acentuadas, é importante rever a relevância do conteúdo e a facilidade de navegação para garantir que os usuários encontrem rapidamente o que estão procurando.
  - **Foco na Retenção:** Investir em estratégias de retenção, como melhorias no design, aumento de interatividade e conteúdos que incentivem o engajamento mais profundo, como vídeos e infográficos.



- **SEO:** Ajustar a estratégia de SEO para atrair tráfego qualificado e manter os visitantes engajados no conteúdo relevante.

### Países com mais páginas lidas:

[https://analytics.google.com/analytics/web/#/p428259976/reports/explorer?params=\\_u..nav%3Dmaui%26\\_u.comparisonOption%3Ddisabled%26\\_u.date00%3D20240801%26\\_u.6E99-4FC2-B1EA-2FCA6DBB2670&collectionId=8455506105](https://analytics.google.com/analytics/web/#/p428259976/reports/explorer?params=_u..nav%3Dmaui%26_u.comparisonOption%3Ddisabled%26_u.date00%3D20240801%26_u.6E99-4FC2-B1EA-2FCA6DBB2670&collectionId=8455506105)

- Filtrar para ver uma página ou país específico...

País ▾ Caminho da pági...classe da tela ▾ ✕

## Análise do período

### Resumo Geral do Relatório - Google Analytics (País x Páginas)

Período: 01 de setembro a 30 de setembro de 2024

#### Visão Geral

Este relatório do Google Analytics mostra o desempenho das visualizações de página por país durante o mês de setembro de 2024 para o projeto *Solve for Tomorrow Latam*. Os principais países analisados foram México, Brasil, Colômbia, Bolívia e Estados Unidos.

- **Total de Visualizações:** 23.917
- **Total de Usuários Ativos:** 17.943
- **Média de Visualizações por Usuário Ativo:** 1,33
- **Tempo Médio de Engajamento por Usuário Ativo:** 13 segundos

#### Desempenho por Países:

##### 1. México:

- **Total de Visualizações:** 20.043
  - **Páginas mais acessadas:**
    - /es/ (principal página acessada)
    - /es/projeto/steam-na-pratica-agua-tratada-para-todos/
    - /es/entrada/desafios-sociales/
  - **Média de Visualizações por Usuário Ativo:** 1,24
  - **Tempo Médio de Engajamento:** 6 segundos
2. **Brasil:**
- **Total de Visualizações:** 16.167
  - **Página principal acessada:** /
  - **Média de Visualizações por Usuário Ativo:** 1,24
  - **Tempo Médio de Engajamento:** 6 segundos
3. **Bolívia:**
- **Total de Visualizações:** 185
  - **Página mais acessada:** /es/pais/bolivia/
  - **Média de Visualizações por Usuário Ativo:** 2,50
  - **Tempo Médio de Engajamento:** 44 segundos
4. **Colômbia:**
- **Total de Visualizações:** 139
  - **Página principal acessada:** /es/
  - **Média de Visualizações por Usuário Ativo:** 3,23
  - **Tempo Médio de Engajamento:** 24 segundos
5. **Estados Unidos:**
- **Total de Visualizações:** 138
  - **Página principal acessada:** /es/
  - **Média de Visualizações por Usuário Ativo:** 1,37
  - **Tempo Médio de Engajamento:** 45 segundos

### Análise de Desempenho:

- **México** e **Brasil** foram os países com maior volume de visualizações, mas o tempo médio de engajamento foi relativamente baixo, com apenas 6 segundos de permanência nas páginas principais. Isso sugere que, apesar do alto volume de tráfego, os usuários podem não estar encontrando o conteúdo esperado ou saindo rapidamente após a chegada.
- **Bolívia** e **Colômbia** apresentaram um desempenho significativamente melhor no tempo de engajamento, com 44 e 24 segundos, respectivamente. Esses países demonstraram uma média mais alta de visualizações por usuário ativo, o que indica maior envolvimento com o conteúdo do site.
- **Estados Unidos** apresentou um tempo de engajamento semelhante ao da Bolívia (45 segundos), mas o volume de visualizações foi muito menor. Esse país pode não ser um foco principal, mas a análise sugere que os usuários que chegam ao site tendem a permanecer por mais tempo.

### Considerações Gerais e Recomendações:

1. **Melhorar o Conteúdo e a Experiência para o México e Brasil:** O tempo de engajamento muito curto nesses países sugere a necessidade de revisar o conteúdo principal dessas páginas e garantir que ele atenda melhor às expectativas dos usuários. Recomenda-se a

otimização da navegação, implementação de conteúdos mais interativos ou informativos e testes A/B para entender o comportamento dos usuários.

**2. Oportunidade de Expansão em Bolívia e Colômbia:** Com um tempo de engajamento relativamente mais longo, esses países demonstram maior interesse no conteúdo do site. É recomendável expandir e focar em campanhas de SEO e marketing para continuar atraindo usuários desses locais.

**3. Foco na Conversão de Tráfego dos EUA:** Apesar do volume de tráfego ser baixo, o tempo de permanência dos usuários é considerável. Estratégias de marketing específicas podem ser elaboradas para melhorar o alcance neste mercado e aumentar o tráfego.