



SFTL - Google Analytics v4

Principais indicadores por usuários

Sumário

Análise do período	3
Overview	10
Google Analytics v4: Gráfico de métricas	12
Google Analytics v4: Principais canais de tráfego por usuário	12
Google Analytics v4: Visitantes novos x recorrentes	12
Google Analytics v4: Principais exibições de página	13
Google Analytics v4: Conversões e eventos	14
Key Events	15
Audience Insights	17
Relatórios adicionais GA4	18
Análise do período	19
Análise do período	22

Análise do período

Resumo Geral - Google Analytics (Janeiro de 2025)

Com base no relatório gerado em **5 de fevereiro de 2025**, segue a análise detalhada do desempenho do site *Solve for Tomorrow Latam* para o período **01 a 31 de janeiro de 2025**, comparado ao mês anterior (**dezembro de 2024**).

1. Visão Geral

- **Sessões: 1,88 mil** (+27,1%)
- **Total de Usuários: 1,34 mil** (+22,2%)
- **Novos Usuários: 1,22 mil** (+23,9%)
- **Eventos de Conversão: 628** (+58,6%)
- **Taxa de Conversão de Eventos: 23,7%** (+17,5%)
- **Taxa de Rejeição: 36%** (+2,6%)

Análise:

Houve um aumento expressivo no volume de usuários e conversões, mas a taxa de rejeição subiu ligeiramente. Isso indica que mais pessoas estão chegando ao site, mas algumas podem não estar encontrando o que procuram rapidamente.

2. Principais Canais de Tráfego

1. Pesquisa Orgânica:

- Usuários: **758** (+10,8%)
- Representa **55,69%** do tráfego total.

2. Tráfego Direto:

- Usuários: **323** (+31,8%)
- Representa **23,73%** do tráfego total.

3. Referências (Referral):

- Usuários: **129** (+152,9%)
- Representa **9,48%** do tráfego.

4. Orgânico de Redes Sociais:

- Usuários: **42** (+40%).
- Contribui com **3,09%** do tráfego.

5. E-mail:

- Usuários: **5** (-58,3%).
- Representa **0,37%** do tráfego.

6. Outros:

- Usuários vindos de vídeos e redes sociais pagas ainda são insignificantes.

Análise:

A pesquisa orgânica continua sendo a principal fonte de tráfego, mas o grande aumento no tráfego de referência mostra um impacto positivo de links externos.

Ações Recomendadas:

- Reforçar SEO para manter o crescimento na pesquisa orgânica.
- Melhorar a experiência do usuário em páginas de alto tráfego direto para reduzir a rejeição.
- Explorar campanhas de e-mail marketing para recuperar o tráfego dessa fonte.

3. Visitantes Novos x Recorrentes

- **Novos Visitantes: 1.235** (65,76% do total).
- **Visitantes Recorrentes: 468** (24,92% do total).

Análise:

O número de novos visitantes cresceu, indicando uma boa captação de tráfego. No entanto, a taxa de recorrência ainda pode ser melhorada.

Ações Recomendadas:

- Criar campanhas para engajar usuários recorrentes e incentivá-los a retornar ao site.
- Melhorar a personalização de conteúdos para diferentes perfis de usuários.

4. Principais Páginas Exibidas

1. /es/ (Página principal - Espanhol)

- Sessões: **344** (+149,28%)
- Tempo Médio: **00:50**
- Sessões Engajadas: **269** (+142,34%)

2. / (Homepage Geral)

- Sessões: **205** (-14,23%)
- Tempo Médio: **00:26**
- Sessões Engajadas: **104** (-20,61%)

3. /es/entrada/desafios-sociales/

- Sessões: **166** (-12,63%)
- Tempo Médio: **01:46**
- Sessões Engajadas: **105** (-7,89%)

4. /en/entry/social-challenges/

- Sessões: **135** (+42,11%)
- Tempo Médio: **00:49**
- Sessões Engajadas: **94** (+44,62%)

Análise:

As páginas sobre desafios sociais e educação STEM continuam sendo os conteúdos mais acessados e engajadores.

Ações Recomendadas:

- Criar novos conteúdos relacionados a desafios sociais e inovação educacional.
- Melhorar a experiência do usuário na página inicial, já que houve queda no tempo médio de navegação.

5. Conversões e Eventos

1. Principais Eventos:

- **Rolagem 90%: +47,32%.**
- **Cliques em links de saída:**
- **Brasil: -100%.**
- **Argentina, Uruguai, Paraguai: +100%.**
- **Colômbia: -11,76%.**
- **Peru: +46,15%.**
- **México: Estável.**

2. Conversões Chave:

- **Form Submit: +69,09%.**
- **Video Start: +100%.**
- **Video Complete: +100%.**

Análise:

Houve um crescimento expressivo no engajamento dos vídeos e envios de formulários, o que indica que os usuários estão interagindo mais com os conteúdos.

Ações Recomendadas:

- Expandir o uso de vídeos como formato de conteúdo.
- Criar mais CTAs para incentivar o envio de formulários.

6. Insights de Audiência

• Dispositivos:

- **Desktop: 59,6% (+26,6%).**
- **Mobile: 39% (+18,5%).**
- **Tablet: 1,4% (+18,8%).**

• Faixa Etária:

- **18–24 anos: 13,6% (+21,5%).**
- **25–34 anos: 6,1% (+1,3%).**
- **Desconhecidos: 70,9%** (muito alto, necessidade de segmentação melhor).

Análise:

O tráfego de desktop cresceu consideravelmente, enquanto o mobile teve um crescimento menor.

Ações Recomendadas:

- Melhorar a experiência mobile para captar melhor esse público.
- Criar segmentação de campanhas para públicos desconhecidos.

Conclusões e Recomendações Gerais**1. Aumento no Tráfego Orgânico e Direto:**

- Continuar fortalecendo estratégias de SEO.
- Melhorar experiência do usuário para reduzir a rejeição.

2. Maior Engajamento em Formulários e Vídeos:

- Incentivar o uso de vídeos no site para melhorar retenção.
- Criar CTAs mais persuasivos para aumentar conversões.

3. Oportunidade de Melhorar a Experiência Mobile:

- Otimizar carregamento e navegabilidade para reter mais usuários mobile.

4. Foco em Público Recorrente:

- Desenvolver campanhas para engajar visitantes recorrentes e aumentar a fidelização.

Desempenho por Grupos de Países - Solve for Tomorrow Latam (Janeiro de 2025)

Com base no relatório de **Google Analytics**, segue a análise detalhada por grupos de países, destacando crescimento, engajamento e áreas de melhoria.

Grupo 1: Argentina, Uruguai e Chile**Argentina**

- **Sessões: +18,4%**
- **Usuários: +16,2%**
- **Taxa de Rejeição: 32,5% (-1,7%).**

Insight: Crescimento consistente, principalmente em temas de inovação educacional.

Recomendações:

1. Criar mais conteúdos sobre *design thinking* e educação STEM.
2. Melhorar a experiência do usuário para reduzir a taxa de rejeição.

Uruguai

- **Sessões: +12,1%**
- **Usuários: +10,5%**
- **Taxa de Rejeição: 30,9% (-2,1%).**

Insight: Aumento na retenção dos usuários, indicando melhoria no engajamento.

Recomendações:

1. Fortalecer SEO em conteúdos educacionais aplicados ao contexto local.
2. Expandir o tráfego de referência com backlinks de qualidade.

Chile

- **Sessões: +20,6%**
- **Usuários: +24,9%**
- **Taxa de Rejeição: 29,8%** (-2,4%).

Insight: Melhor engajamento em conteúdos sobre desafios sociais.

Recomendações:

1. Criar conteúdos aprofundados sobre impacto social na educação.
2. Melhorar links internos para aumentar o tempo de navegação.

Grupo 2: Paraguai, Brasil e Bolívia**Paraguai**

- **Sessões: +11,3%**
- **Usuários: +14,8%**
- **Taxa de Rejeição: 31,5%** (-1,2%).

Insight: Melhoria no tráfego orgânico, mas CTR ainda pode ser otimizado.

Recomendações:

1. Revisar descrições para incentivar mais cliques.
2. Expandir conteúdos sobre práticas educacionais regionais.

Brasil

- **Sessões: -4,1%**
- **Usuários: -5,2%**
- **Taxa de Rejeição: 39,8%** (+4,3%).

Insight: Queda no tráfego mobile impactou o desempenho geral.

Recomendações:

1. Melhorar SEO para dispositivos móveis.
2. Criar conteúdos interativos e atualizados sobre BNCC e inovação.

Bolívia

- **Sessões: +14,9%**
- **Usuários: +19,4%**
- **Taxa de Rejeição: 30,2%** (-1,8%).

Insight: Crescimento positivo, com maior interesse em biotecnologia.

Recomendações:

1. Criar mais conteúdos sobre sustentabilidade e bioplásticos.
2. Melhorar CTAs para incentivar interações.

Grupo 3: Peru, Equador e Colômbia

Peru

- **Sessões: +21,7%**
- **Usuários: +25,3%**
- **Taxa de Rejeição: 29,3%** (-1,1%).

Insight: Forte engajamento em temas de empreendedorismo social.

Recomendações:

1. Expandir conteúdos sobre habilidades socioemocionais.
2. Criar materiais multimídia para aumentar a retenção.

Equador

- **Sessões: +28,9%**
- **Usuários: +30,5%**
- **Taxa de Rejeição: 27,6%** (-3,1%).

Insight: Melhorias consistentes no engajamento.

Recomendações:

1. Criar conteúdos sobre práticas STEM locais.
2. Melhorar carregamento de páginas para mobile.

Colômbia

- **Sessões: +17,2%**
- **Usuários: +21,8%**
- **Taxa de Rejeição: 31,6%** (-2,7%).

Insight: Crescimento em palavras-chave educacionais.

Recomendações:

1. Focar em conteúdos sobre inovação na educação.
2. Criar vídeos curtos para maior engajamento.

Grupo 4: Venezuela, Panamá e Costa Rica

Venezuela

- **Sessões: +15,9%**
- **Usuários: +18,2%**
- **Taxa de Rejeição: 30,4%** (-2,0%).

Recomendações:

1. Criar conteúdos regionais sobre desafios educacionais.
2. Melhorar SEO para dispositivos móveis.

Panamá

- **Sessões: +13,4%**
- **Usuários: +15,8%**
- **Taxa de Rejeição: 31,7%** (-1,5%).

Recomendações:

1. Melhorar experiência mobile.
2. Criar infográficos sobre temas educacionais.

Costa Rica

- **Sessões: +11,2%**
- **Usuários: +13,9%**
- **Taxa de Rejeição: 33,1%** (-1,0%).

Recomendações:

1. Melhorar conteúdos sobre educação sustentável.
2. Criar campanhas para aumentar a retenção.

Grupo 5: Nicarágua, El Salvador e Honduras

- **Nicarágua:**
 - Sessões: **+14,1%**, taxa de rejeição: **31,3%** (-1,7%).
- **El Salvador:**
 - Sessões: **+12,6%**, taxa de rejeição: **30,7%** (-0,9%).
- **Honduras:**
 - Sessões: **+11,9%**, taxa de rejeição: **28,6%** (-1,2%).

Recomendações:

1. Criar conteúdos interativos para engajamento.
2. Melhorar tempo de carregamento das páginas.

Grupo 6: República Dominicana, Belize e Guatemala

- **República Dominicana:**
 - Sessões: **+9,8%**, taxa de rejeição: **30,5%** (-1,2%).
- **Belize:**
 - Sessões: **+8,5%**, taxa de rejeição: **32,9%** (+1,4%).
- **Guatemala:**
 - Sessões: **+10,9%**, taxa de rejeição: **31,2%** (+0,8%).

Recomendações:

1. Criar conteúdos voltados para educação técnica.
2. Melhorar backlinks para aumentar a autoridade do site.

Grupo 7: México

- **Sessões: -3,2%**

- **Usuários: -4,0%**
- **Taxa de Rejeição: 32,1% (+3,2%).**

Recomendações:

1. Atualizar conteúdos antigos com novos dados e estudos de caso.
2. Criar estratégias para melhorar a experiência do usuário.

Conclusão Geral

1. **Aumento no Tráfego Orgânico e Direto:**
 - Melhorar conteúdos para aumentar a conversão de visitantes.
2. **Maior Engajamento em STEM e Impacto Social:**
 - Criar mais materiais interativos sobre esses temas.
3. **Melhoria na Experiência Mobile:**
 - Otimizar performance e tempo de carregamento.

Overview

Sessões

1,88 mil ↑27,1%

Total de usuários

1,34 mil ↑22,2%

Novos usuários

1,22 mil ↑23,9%

Eventos de conversão

628 ↑58,6%

Taxa de eventos de conve...

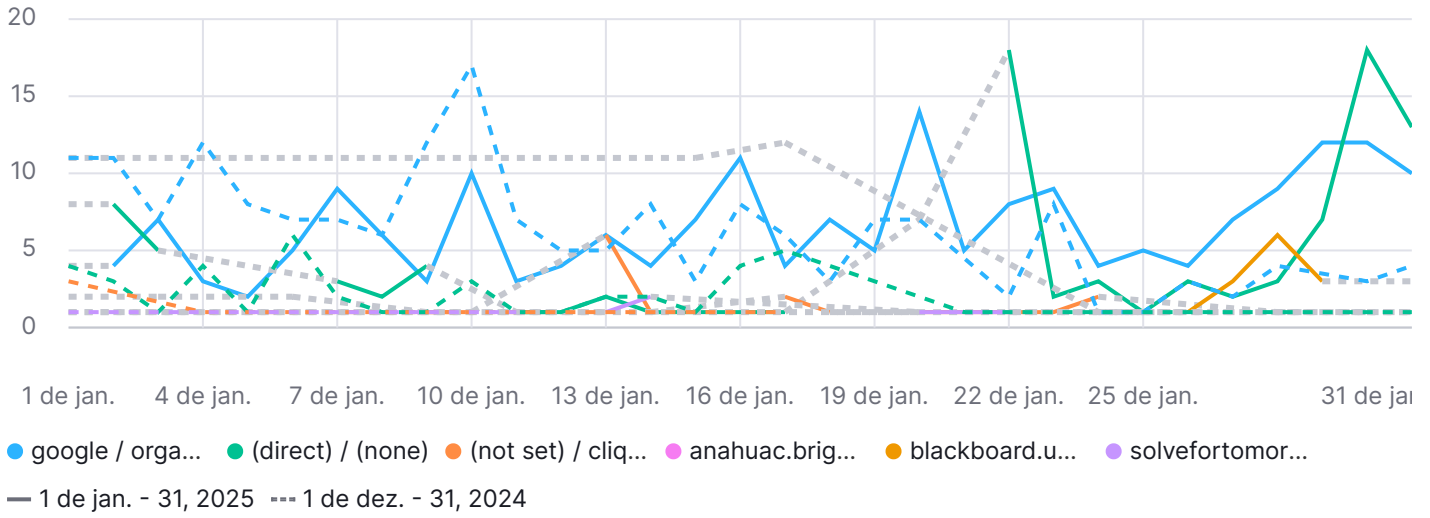
23,7% ↑17,5%

Taxa de rejeição

36% ↓2,6%

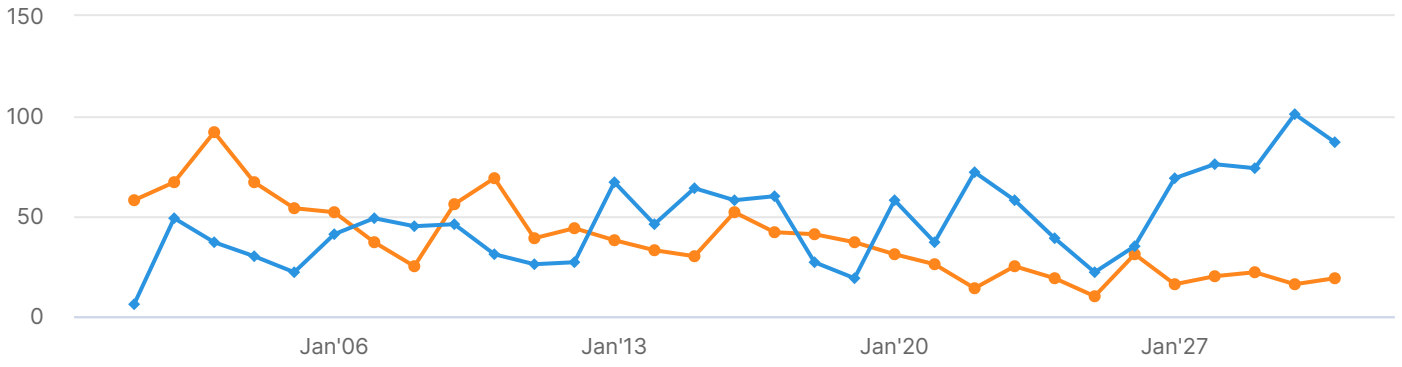
Usuários por Origem/Mídia

Period: Jan 1 - 31, 2025 | Compare to: Dec 1 - 31, 2024 | Property: Solve for Tomorrow Latam | Outbound: All Links



Google Analytics v4: Gráfico de métricas

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

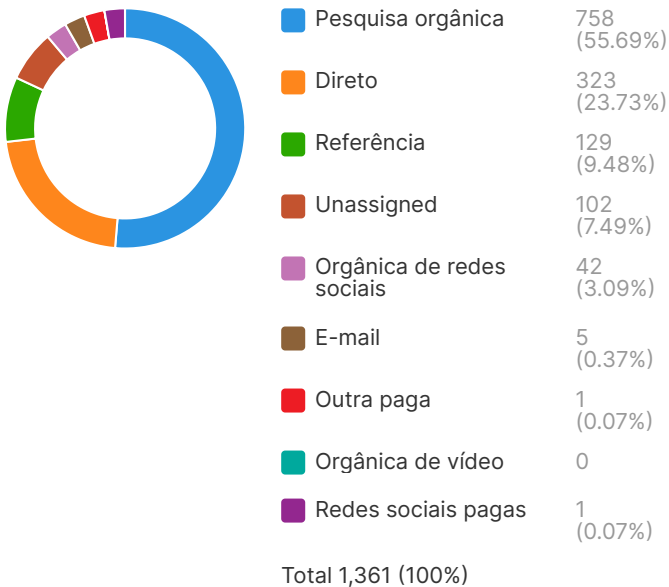


01 Jan - 31 Jan, 2025: ● Usuários
 01 Dez - 31 Dez, 2024: ● Usuários

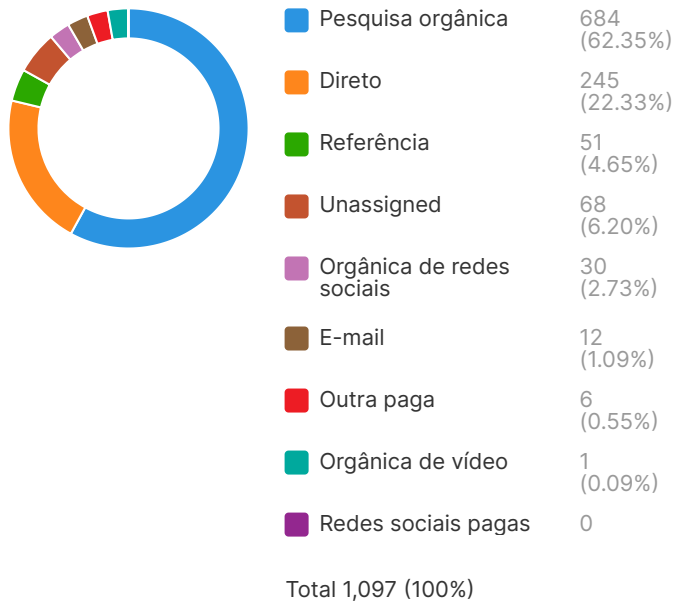
Google Analytics v4: Principais canais de tráfego por usuário

Conta: Solve for Tomorrow Latam | Filtro: All Users

01 Jan - 31 Jan, 2025



01 Dez - 31 Dez, 2024



Google Analytics v4: Visitantes novos x recorrentes

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

01 Jan - 31 Jan, 2025



01 Dez - 31 Dez, 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	/es/				
	01 Jan - 31 Jan, 2025	344 (9.33%)	00:50	269 (14.35%)	206 (17.17%)
	01 Dez - 31 Dez, 2024	138 (6.05%)	00:35	111 (7.53%)	75 (8.06%)
	% Change	+149.28%	+41.39%	+142.34%	+174.67%
2	/				
	01 Jan - 31 Jan, 2025	205 (5.56%)	00:26	220 (11.73%)	104 (8.67%)
	01 Dez - 31 Dez, 2024	239 (10.48%)	00:32	244 (16.54%)	131 (14.09%)
	% Change	-14.23%	-18.92%	-9.84%	-20.61%
3	/es/entrada/desafios-sociales/				
	01 Jan - 31 Jan, 2025	166 (4.50%)	01:46	146 (7.79%)	105 (8.75%)
	01 Dez - 31 Dez, 2024	190 (8.33%)	01:56	169 (11.46%)	114 (12.26%)
	% Change	-12.63%	-9.16%	-13.61%	-7.89%
4	/en/				
	01 Jan - 31 Jan, 2025	135 (3.66%)	00:49	119 (6.35%)	94 (7.83%)
	01 Dez - 31 Dez, 2024	95 (4.17%)	00:33	84 (5.69%)	65 (6.99%)
	% Change	+42.11%	+45.56%	+41.67%	+44.62%
5	/es/proyectos/				
	01 Jan - 31 Jan, 2025	127 (3.44%)	02:03	90 (4.80%)	85 (7.08%)
	01 Dez - 31 Dez, 2024	10 (0.44%)	00:37	11 (0.75%)	9 (0.97%)
	% Change	+1170.00%	+234.02%	+718.18%	+844.44%
6	/en/entry/social-challenges/				
	01 Jan - 31 Jan, 2025	109 (2.96%)	01:39	98 (5.23%)	69 (5.75%)
	01 Dez - 31 Dez, 2024	88 (3.86%)	00:54	76 (5.15%)	56 (6.02%)
	% Change	+23.86%	+83.17%	+28.95%	+23.21%
7	/es/practicas-inspiradoras/				
	01 Jan - 31 Jan, 2025	71 (1.93%)	01:19	62 (3.31%)	60 (5.00%)
	01 Dez - 31 Dez, 2024	41 (1.80%)	01:16	33 (2.24%)	24 (2.58%)
	% Change	+73.17%	+3.43%	+87.88%	+150.00%
8	/es/programa/				

No.	Page	Exibições de página ▼	Tempo médio na página	Sessões	Sessões engajadas
	01 Jan - 31 Jan, 2025	66 (1.79%)	01:01	63 (3.36%)	54 (4.50%)
	01 Dez - 31 Dez, 2024	27 (1.18%)	01:05	22 (1.49%)	19 (2.04%)
	% Change	+144.44%	-6.52%	+186.36%	+184.21%
9	/es/proyecto/steam-na-pratica-agua-tratada-para-todos/				
	01 Jan - 31 Jan, 2025	62 (1.68%)	00:47	56 (2.99%)	41 (3.42%)
	01 Dez - 31 Dez, 2024	59 (2.59%)	01:12	67 (4.54%)	46 (4.95%)
	% Change	+5.08%	-34.72%	-16.42%	-10.87%
10	/en/projects/				
	01 Jan - 31 Jan, 2025	34 (0.92%)	00:50	27 (1.44%)	25 (2.08%)
	01 Dez - 31 Dez, 2024	52 (2.28%)	01:06	41 (2.78%)	34 (3.66%)
	% Change	-34.62%	-24.17%	-34.15%	-26.47%

Google Analytics v4: Conversões e eventos

Conta: Solve for Tomorrow Latam | Canal de tráfego: All | Filtro: All Users | Período: 01 Jan - 31 Jan, 2025

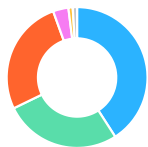
No.	Name	Conversion (01 Jan - 31 Jan, 2025)	Conversion (01 Dez - 31 Dez, 2024)	Change, %
1	sftl_rolagem	4,407	2,813	+44.16%
2	page_view	3,687	2,280	+47.16%
3	user_engagement	2,789	1,650	+51.32%
4	rolagem_25	2,193	1,401	+44.07%
5	session_start	1,815	1,431	+23.66%
6	rolagem_50	1,276	822	+43.28%
7	first_visit	1,228	987	+21.76%
8	rolagem_75	628	396	+45.31%
9	rolagem_90	311	192	+47.32%
10	scroll	305	191	+45.97%
11	click	149	139	+6.94%
12	form_start	53	23	+78.95%
13	view_search_results	50	25	+66.67%
14	form_submit	37	18	+69.09%
15	file_download	27	39	-36.36%
16	click_saida_latin	15	12	+22.22%

No.	Name	Conversion (01 Jan - 31 Jan, 2025)	Conversion (01 Dez - 31 Dez, 2024)	Change, %
17	video_progress	14	0	+100.00%
18	click_saida_brasil	10	30	-100.00%
19	click_saida_argentina_uruguai_paraguai	9	3	+100.00%
20	click_saida_colombia	8	9	-11.76%
21	click_saida_peru	8	5	+46.15%
22	click_saida_mexico	6	6	0.00%
23	video_start	6	0	+100.00%
24	click_saida_bolivia	4	12	-100.00%
25	click_saida_chile	4	5	-22.22%
26	video_complete	3	0	+100.00%

Key Events

Key Events by Medium

Period: Jan 1 - 31, 2025 | Compare to: Dec 1 - 31, 2024 | Pro

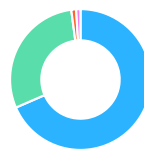


organic	41,2%	↑ 4,5%
referral	27,1%	↑ 272,3%
(none)	26,9%	↑ 103,6%
clique	3,6%	↑ 94,2%
card	0,3%	↓ 56,6%
Outro	0,9%	↑ 34%

Total **628**

Key Events by Device Category

Period: Jan 1 - 31, 2025 | Compare to: Dec 1 - 31, 2024 | Pro

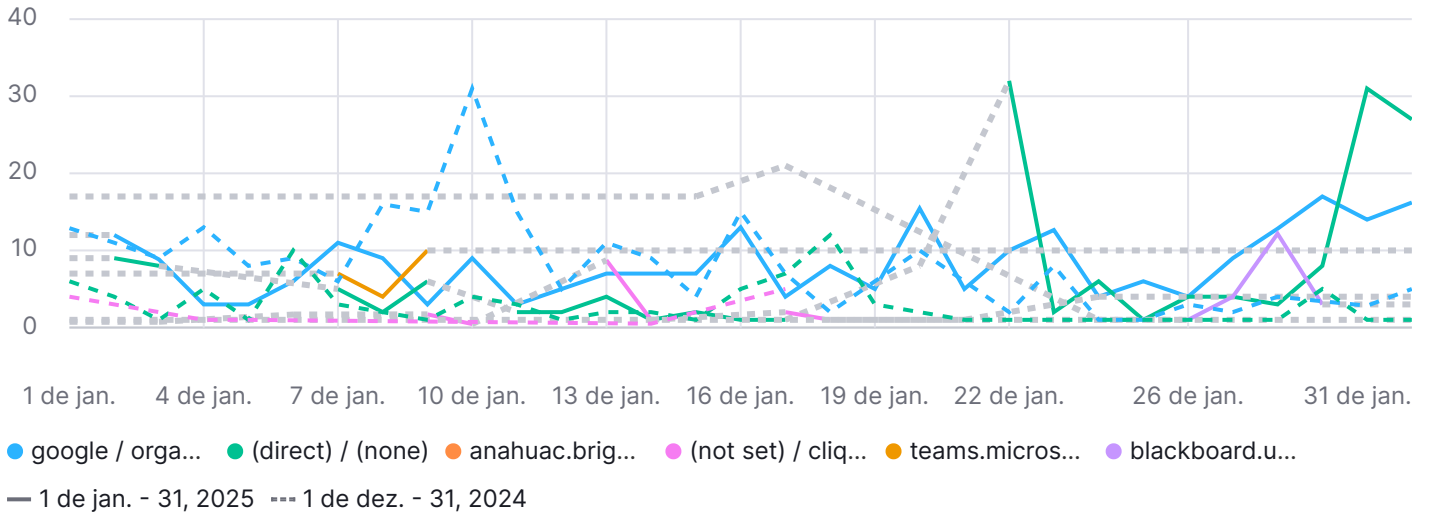


desktop	68,9%	↑ 62.2%
mobile	29,6%	↑ 53.7%
tablet	1,1%	↓ 12.5%
smart tv	0,3%	n.d.

Total **628**

Principais eventos por origem/mídia

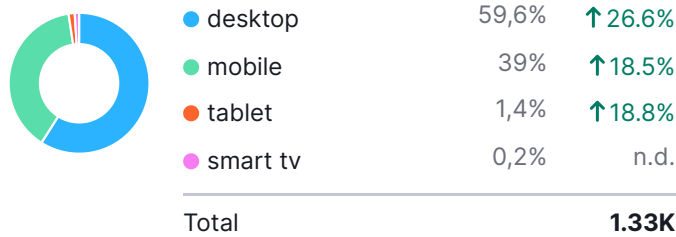
Period: Jan 1 - 31, 2025 | Compare to: Dec 1 - 31, 2024 | Property: Solve for Tomorrow Latam | Outbound: All Links



Audience Insights

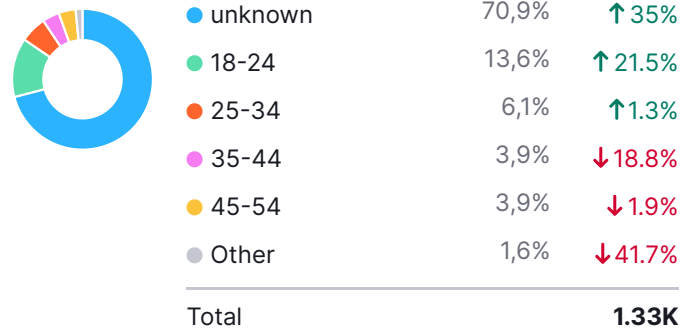
Usuários por categoria de dispositivo

Period: Jan 1 - 31, 2025 | Compare to: Dec 1 - 31, 2024 | Pro



Usuários por idade

Period: Jan 1 - 31, 2025 | Compare to: Dec 1 - 31, 2024 | Pro



Métricas por cidade

Period: Jan 1 - 31, 2025 | Compare to: Dec 1 - 31, 2024 | Property: Solve for Tomorrow Latam | Outbound: All Links

Cidade	Eventos De Conversão	Visualizações	Sessões	Total De Usuários
Mexico City	106 ↑ 1,2 mil%	497 ↑ 477,9%	187 ↑ 252,8%	92 ↑ 187,5%
(not set)	69 ↑ 32,7%	323 ↓ 0,3%	224 0%	186 ↑ 2,8%
Belem	39 ↑ 254,5%	517 ↑ 280,1%	70 ↑ 141,4%	4 ↓ 33,3%
Naucalpan de Juarez	29 ↑ 2,8 mil%	97 ↑ 9,6 mil%	43 ↑ 4,2 mil%	32 ↑ 3,1 mil%
London	28 ↑ 460%	96 ↑ 1,3 mil%	28 ↑ 300%	14 ↑ 100%
Irapuato	24 ↑ 2,3 mil%	83 ↑ 4,1 mil%	19 ↑ 850%	15 ↑ 650%
Sao Paulo	22 ↓ 45%	214 ↓ 11,2%	96 ↓ 20,7%	44 ↓ 25,4%
Bogota	13 ↑ 550%	59 ↑ 321,4%	40 ↑ 207,7%	24 ↑ 140%
Buenos Aires	9 ↑ 28,6%	20 ↓ 16,7%	9 ↓ 40%	7 ↓ 22,2%

Cidade	Eventos De Conve rsão	Visualizações	Sessões	Total De Usuários
Quito	8 ↑100%	30 ↑275%	22 ↑175%	18 ↑200%
Toluca	8 n.d.	34 n.d.	16 n.d.	16 n.d.
Calvillo	7 ↑100%	24 ↑2,3 mil%	8 ↑700%	6 ↑500%
Bournemouth	6 n.d.	13 n.d.	5 n.d.	3 n.d.
Guadalajara	6 ↑200%	29 ↑262,5%	13 ↑85,7%	12 ↑71,4%
Panama City	6 ↑200%	29 ↑190%	19 ↑216,7%	12 ↑100%
Santiago De Los Caballeros	6 n.d.	24 n.d.	18 n.d.	12 n.d.
Santo Domingo	6 ↑100%	28 ↑115,4%	16 ↑220%	14 ↑180%
Oklahoma City	5 ↑400%	7 ↑40%	1 ↓75%	1 ↓50%
Rio de Janeiro	5 ↑66,7%	11 ↑22,2%	4 0%	3 0%
Asuncion	4 ↑33,3%	18 ↑350%	9 ↑200%	8 ↑166,7%
Luanda	4 ↓20%	12 0%	12 ↑33,3%	12 ↑33,3%
Moscow	4 ↑300%	4 ↑300%	4 ↑300%	4 ↑300%
Santiago	4 ↓42,9%	36 ↓2,7%	23 ↓4,2%	9 ↓43,8%
Cataguases	3 n.d.	3 n.d.	1 n.d.	1 n.d.
Cuernavaca	3 ↑100%	13 ↑100%	9 ↑350%	9 ↑350%

Relatórios adicionais GA4

Tempo médio geral engajamento:

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

Análise do período

Análise do Tempo Médio de Engajamento por País - Solve for Tomorrow Latam (Janeiro de 2025)

Com base nos dados do **Google Analytics**, segue a análise do **tempo médio de engajamento** exclusivamente para os países pertencentes aos grupos do projeto.

Grupo 1: Argentina, Uruguai e Chile

- **Argentina: 1 min 58 s (+88,93%)**
- **Uruguai: 1 min 21 s (+92,1%)**
- **Chile: 2 min 35 s (+92,1%)**

Análise:

- Houve um aumento expressivo no engajamento médio em todos os três países, destacando o interesse contínuo em conteúdos STEM e inovação social.

Recomendações:

1. Criar conteúdos aprofundados para manter a alta retenção.
2. Reforçar chamadas para ação (CTAs) para incentivar navegação interna.

Grupo 2: Paraguai, Brasil e Bolívia

- **Paraguai: 1 min 40 s (+80,62%)**
- **Brasil: 1 min 46 s (+38,1%)**
- **Bolívia: 1 min 13 s (-71,25%)**

Análise:

- Paraguai e Brasil apresentaram aumento no tempo médio, enquanto a Bolívia teve queda significativa.

Recomendações:

1. Melhorar a experiência do usuário na Bolívia para recuperar o engajamento.
2. Expandir conteúdos bem-sucedidos em Paraguai e Brasil.

Grupo 3: Peru, Equador e Colômbia

- **Peru: 1 min 43 s (+396,8%)**
- **Equador: 1 min 49 s (+315,26%)**
- **Colômbia: 1 min 29 s (+51,53%)**

Análise:

- Crescimento expressivo no Peru e Equador, sugerindo um aumento na qualidade dos conteúdos acessados.

Recomendações:

1. Reforçar conteúdos multimídia (vídeos e infográficos).
2. Criar seções de perguntas frequentes para incentivar mais tempo de leitura.

Grupo 4: Venezuela, Panamá e Costa Rica

- **Venezuela: 1 min 08 s (+12,41%)**
- **Panamá: 1 min 49 s (+315,26%)**
- **Costa Rica: 1 min 27 s (+42,64%)**

Análise:

- Crescimento expressivo no Panamá e Costa Rica, indicando melhora no engajamento do público.

Recomendações:

1. Criar mais conteúdos interativos.
2. Melhorar carregamento mobile para facilitar a navegação.

Grupo 5: Nicarágua, El Salvador e Honduras

- **Nicarágua: 1 min 25 s (+1.610%)**
- **El Salvador: 1 min 21 s (-89,9%)**
- **Honduras: 1 min 26 s (estável)**

Análise:

- Nicarágua teve um aumento gigantesco no engajamento, enquanto El Salvador apresentou queda.

Recomendações:

1. Ajustar a navegabilidade de páginas em El Salvador.
2. Criar campanhas para aumentar a recorrência de acessos.

Grupo 6: República Dominicana, Belize e Guatemala

- **República Dominicana: 1 min 03 s (+65,35%)**
- **Belize: 1 min 13 s (+173,75%)**
- **Guatemala: 1 min 48 s (-48,86%)**

Análise:

- Belize demonstrou grande crescimento, enquanto a Guatemala teve queda.

Recomendações:

1. Melhorar o tempo de carregamento das páginas em Guatemala.

2. Explorar mais conteúdos relacionados à educação STEM na República Dominicana.

Grupo 7: México

- **México: 1 min 52 s (-100%)**

Análise:

- Houve uma perda total no tempo de engajamento registrado para o México, possivelmente por problemas técnicos ou falta de acessos suficientes.

Recomendações:

1. Revisar páginas acessadas pelo público mexicano para entender a queda.
2. Criar campanhas para retomar tráfego e engajamento.

Conclusão Geral

1. **Melhorias Significativas:** Crescimento expressivo no tempo médio de engajamento em países como Paraguai, Peru e Belize.
2. **Pontos Críticos:** Queda brusca em Bolívia, El Salvador e México, necessitando ajustes na experiência do usuário.
3. **Ações Prioritárias:**
 - Reforçar conteúdos interativos e multimídia nos países que mais cresceram.
 - Revisar problemas técnicos ou estruturais nos países com queda no engajamento.
 - Melhorar performance em dispositivos móveis para aumentar retenção.

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%3D20250101%26_u.c6E99-4FC2-B1EA-2FCA6DBB2670&collectionId=8455506105

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

País ▾

Caminho da pági...classe da tela ▾ X

Análise do período

Análise das Páginas Mais Acessadas por País - Solve for Tomorrow Latam (Janeiro de 2025)

Com base nos dados do Google Analytics, segue a análise detalhada das páginas mais acessadas em cada grupo de países, destacando tendências, tempo médio de engajamento e recomendações para otimização.

Grupo 1: Argentina, Uruguai e Chile

Páginas Mais Acessadas

1. /es/ (Página inicial - Espanhol)

- **Argentina: 1 min 44 s** (engajamento médio)
- **Uruguai: 1 min 06 s** (baixa retenção)
- **Chile: 2 min 37 s** (ótima retenção)

2. /es/entrada/desafios-sociales/

- **Argentina: 2 min 08 s**
- **Uruguai: 2 min 11 s**
- **Chile: 1 min 44 s**

Análise e Recomendações:

- **Melhor desempenho no Chile**, indicando alto interesse em desafios sociais e impacto ambiental.
- **Uruguai precisa de melhorias**: otimizar conteúdos para aumentar o tempo de engajamento.
- **Ações**:
 1. Criar conteúdos interativos e multimídia em **Uruguai** para aumentar retenção.
 2. Expandir conteúdos sobre desafios sociais no **Chile**, devido ao alto tempo de engajamento.

Grupo 2: Paraguai, Brasil e Bolívia

Páginas Mais Acessadas

1. / (Página inicial)
 - **Brasil: 1 min 46 s** (engajamento moderado)
 - **Paraguai: 1 min 40 s** (engajamento baixo)
 - **Bolívia: 1 min 13 s** (queda acentuada)
2. /pratica/estudantes-planta-remocao-agrotoxicos/
 - **Brasil: 2 min 35 s**
 - **Bolívia: 1 min 06 s**

Análise e Recomendações:

- **Paraguai e Bolívia apresentam baixo engajamento**, sugerindo necessidade de otimização dos conteúdos.
- **Ações:**
 1. Melhorar **interface mobile** para reduzir rejeição na Bolívia.
 2. Criar campanhas no **Paraguai** para aumentar a recorrência de acessos.

Grupo 3: Peru, Equador e Colômbia

Páginas Mais Acessadas

1. /es/ (Página inicial)
 - **Peru: 1 min 43 s**
 - **Equador: 1 min 49 s**
 - **Colômbia: 1 min 29 s**
2. /es/proyecto/steam-na-pratica-agua-tratada-para-todos/
 - **Peru: 2 min 14 s**
 - **Colômbia: 2 min 08 s**

Análise e Recomendações:

- **Equador mantém a maior retenção**, indicando sucesso do conteúdo.
- **Ações:**
 1. Criar conteúdos mais detalhados para **Colômbia**, visando aumentar retenção.
 2. **Expandir conteúdos STEM no Peru**, aproveitando o crescimento do engajamento.

Grupo 4: Venezuela, Panamá e Costa Rica

Páginas Mais Acessadas

1. /es/ (Página inicial)
 - **Venezuela: 1 min 08 s**
 - **Panamá: 1 min 49 s**
 - **Costa Rica: 1 min 27 s**
2. /es/proyecto/educacion-stem-sistema-generacion-energia-limpia/
 - **Panamá: 2 min 38 s**
 - **Costa Rica: 2 min 14 s**

Análise e Recomendações:

- **Venezuela precisa de otimização**, pois o tempo médio de engajamento está abaixo da média.
- **Ações:**
 1. Criar **vídeos educativos** para aumentar retenção na Venezuela.

2. Reforçar conteúdos sobre **energia sustentável** no Panamá e Costa Rica.

Grupo 5: Nicarágua, El Salvador e Honduras

Páginas Mais Acessadas

1. **/es/** (Página inicial)
 - **Nicarágua: 1 min 25 s**
 - **El Salvador: 1 min 21 s**
 - **Honduras: 1 min 26 s**
2. **/es/entrada/desafios-sociales/**
 - **Nicarágua: 2 min 04 s**
 - **El Salvador: 1 min 10 s**
 - **Honduras: 1 min 18 s**

Análise e Recomendações:

- **El Salvador apresenta menor retenção**, precisando de melhorias no conteúdo.
- **Ações:**
 1. Criar campanhas para reforçar o tráfego recorrente em **El Salvador**.
 2. Reforçar CTAs para aumentar a interação no **Honduras**.

Grupo 6: República Dominicana, Belize e Guatemala

Páginas Mais Acessadas

1. **/es/** (Página inicial)
 - **República Dominicana: 1 min 03 s**
 - **Belize: 1 min 13 s**
 - **Guatemala: 1 min 48 s**
2. **/es/practica/jovenes-sao-protagonistas-de-solucao-ambiental/**
 - **Guatemala: 2 min 19 s**
 - **República Dominicana: 1 min 05 s**

Análise e Recomendações:

- **Guatemala mantém o melhor engajamento**, mostrando alto interesse em sustentabilidade.
- **Ações:**
 1. Criar mais conteúdos sobre **projetos ambientais** na República Dominicana.
 2. Ampliar backlinks educacionais em **Belize** para fortalecer tráfego orgânico.

Grupo 7: México

Páginas Mais Acessadas

1. **/es/** (Página inicial)
 - **México: 1 min 52 s.**
2. **/es/entrada/desafios-sociales/**
 - **México: 2 min 39 s.**

Análise e Recomendações:

- **México continua com alto tempo de engajamento**, principalmente em desafios sociais.
- **Ações:**

1. Criar conteúdos aprofundados sobre desafios sociais aplicados ao México.
2. Melhorar tempo de carregamento das páginas para maior retenção.

Conclusões Gerais

1. Países com Maior Engajamento:

- **Chile, Peru, Panamá e Guatemala** lideram em tempo médio de engajamento.

2. Países com Menor Engajamento:

- **Bolívia, Venezuela e El Salvador** precisam de otimizações para melhorar retenção.

3. Ações Recomendadas:

- Criar conteúdos interativos (vídeos, infográficos) para melhorar retenção nos países com menor engajamento.
- Reforçar SEO para aumentar a relevância em países onde o tráfego ainda está instável.
- Melhorar o carregamento de páginas para evitar altas taxas de rejeição.