



SFTL - Google Analytics v4

Principais indicadores por usuários

Sumário

Análise do período	3
Overview	6
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
Key Events	11
Audience Insights	13
Relatórios adicionais GA4	14
Análise do período	15
Análise do período	18

Análise do período

Resumo Geral - Google Analytics (Fevereiro de 2025)

Com base nos dados do relatório **Google Analytics**, segue a análise detalhada do desempenho do site *Solve for Tomorrow Latam* no período **01 a 28 de fevereiro de 2025**, comparado a **janeiro de 2025**.

1. Visão Geral

- **Sessões: 1.79 mil** (-4,4%)
- **Total de Usuários: 1.41 mil** (-5,2%)
- **Novos Usuários: 1.26 mil** (-3,1%)
- **Eventos de Conversão: 479** (-23,7%)
- **Taxa de Conversão de Eventos: 20%** (-15,8%)
- **Taxa de Rejeição: 36,9%** (+2,5%)

Análise:

Houve uma **queda geral no volume de tráfego**, especialmente no número de usuários e sessões. A redução nos eventos de conversão e no engajamento sinaliza a necessidade de ajustes para recuperar a interação dos visitantes.

Ações Recomendadas:

1. **Reforçar campanhas de SEO** para aumentar a descoberta orgânica do site.
2. **Melhorar experiência mobile** para reduzir a taxa de rejeição e aumentar engajamento.
3. **Revisar páginas de conversão** para identificar pontos de fricção no processo.

2. Principais Canais de Tráfego

1. **Pesquisa Orgânica: 914 usuários** (64,41%) - **Aumento de 20,5%** em relação a janeiro.
2. **Tráfego Direto: 285 usuários** (20,08%) - **Queda de 11,8%**.
3. **Referências (Referral): 77 usuários** (5,43%) - **Redução de 40,3%**.
4. **Tráfego de Redes Sociais Orgânicas: 17 usuários** (1,20%) - **Queda de 59,5%**.
5. **E-mail: 1 usuário** (0,07%) - **Redução de 80%**.

Análise:

O tráfego **orgânico cresceu consideravelmente**, compensando a queda nos acessos diretos e de referência. No entanto, a **queda no tráfego de redes sociais e e-mail marketing** exige atenção.

Ações Recomendadas:

1. **Aprimorar as descrições e títulos para aumentar CTR na busca orgânica.**
2. **Reavaliar estratégias de redes sociais**, buscando maior engajamento.
3. **Explorar novas abordagens para e-mail marketing**, incentivando a recorrência.

3. Visitantes Novos x Recorrentes

- **Visitantes Novos: 1.270 (70,71%) - Aumento de 5%.**
- **Visitantes Recorrentes: 368 (20,49%) - Queda de 21,3%.**
- **Não Definidos: 158 (8,80%).**

Análise:

O aumento de novos visitantes é positivo, mas a redução no tráfego recorrente mostra dificuldades na retenção do público.

Ações Recomendadas:

1. **Criar conteúdos direcionados a usuários recorrentes**, aumentando o tempo de permanência no site.
2. **Melhorar estratégias de remarketing** para incentivar retornos.

4. Principais Páginas Acessadas

1. Página Inicial - /es/

- Sessões: **113 (-67,15%)**
- Tempo Médio: **00:36 (-27,05%)**
- Sessões Engajadas: **89 (-66,91%)**

2. Página Inicial Geral - /

- Sessões: **240 (+17,07%)**
- Tempo Médio: **00:27 (+6,79%)**
- Sessões Engajadas: **277 (+25,91%)**

3. Página "Desafios Sociais" - /es/entrada/desafios-sociales/

- Sessões: **162 (-2,41%)**
- Tempo Médio: **01:06 (-37,46%)**
- Sessões Engajadas: **145 (-0,68%)**

4. Página em Inglês - /en/

- Sessões: **86 (-36,30%)**
- Tempo Médio: **00:32 (-33,87%)**
- Sessões Engajadas: **79 (-33,61%)**

5. Projetos - /es/proyectos/

- Sessões: **90 (-29,13%)**
- Tempo Médio: **01:00 (-51,36%)**
- Sessões Engajadas: **67 (-25,56%)**

Análise:

As quedas mais significativas ocorreram na **página inicial em espanhol e na seção de desafios sociais**, que antes eram grandes fontes de tráfego e engajamento.

Ações Recomendadas:

1. **Revisar conteúdos que perderam tráfego** e atualizar com novas informações relevantes.
2. **Criar campanhas para impulsionar tráfego para as páginas principais.**
3. **Otimizar chamadas para ação (CTAs) para incentivar a navegação entre páginas.**

5. Conversões e Eventos

Os principais eventos monitorados no site registraram uma redução generalizada:

- **Rolagem 90%: -46,83%**
- **Cliques em links de saída:**
- **Brasil: -133,33%**
- **Colômbia: -66,67%**
- **Peru: -120%**
- **Formulários Iniciados: -35,56%**
- **Formulários Enviados: -17,65%**

Análise:

A queda nos eventos indica **menor interação dos usuários** com o site, refletindo um possível problema na estrutura do conteúdo ou experiência do usuário.

Ações Recomendadas:

1. **Melhorar a experiência mobile**, pois muitos eventos de clique e rolagem ocorrem nesses dispositivos.
2. **Reavaliar os formulários**, simplificando etapas para incentivar mais envios.
3. **Testar novos layouts para chamadas para ação**, tornando a navegação mais intuitiva.

6. Insights de Audiência

- **Dispositivos:**
- **Desktop: 62,4% (+9,7%)**
- **Mobile: 36,4% (+2,3%)**
- **Tablet: 1,3% (+5,3%)**
- **Faixa Etária:**
- **18-24 anos: 16,3% (+26%)**
- **25-34 anos: 6,1% (+4,9%)**
- **Desconhecidos: 65,6% (-3,2%)**

Análise:

O tráfego desktop teve maior crescimento, enquanto **o público jovem (18-24 anos) mostrou maior engajamento.**

Ações Recomendadas:

1. **Focar na otimização para mobile**, garantindo tempos de carregamento rápidos e boa navegação.
2. **Criar conteúdos voltados para a faixa etária de 18-24 anos**, com abordagem mais interativa.
3. **Reforçar segmentação de audiência**, reduzindo o número de usuários não identificados.

Conclusões e Recomendações Gerais

1. **Redução no tráfego e engajamento:** O site registrou uma queda geral nos acessos e interações, exigindo ajustes na estratégia de retenção de usuários.
2. **Melhoria no SEO e campanhas de tráfego pago:** A pesquisa orgânica teve bom desempenho, mas outras fontes de tráfego (direto, redes sociais, referência) perderam força.
3. **Foco na experiência do usuário:** Melhorar **carregamento mobile, usabilidade e incentivos à conversão** para reverter a queda na interação dos visitantes.
4. **Ajustes em conteúdos estratégicos:** Atualizar páginas-chave que perderam tráfego e otimizar títulos e descrições para atrair mais cliques.

Overview

Sessions

1.79K ↓4.4%



Total Users

1.41K ↑5.2%



New Users

1.26K ↑3.1%



Key Events

479 ↓23.7%



Session Key Event Rate

20% ↓15.8%



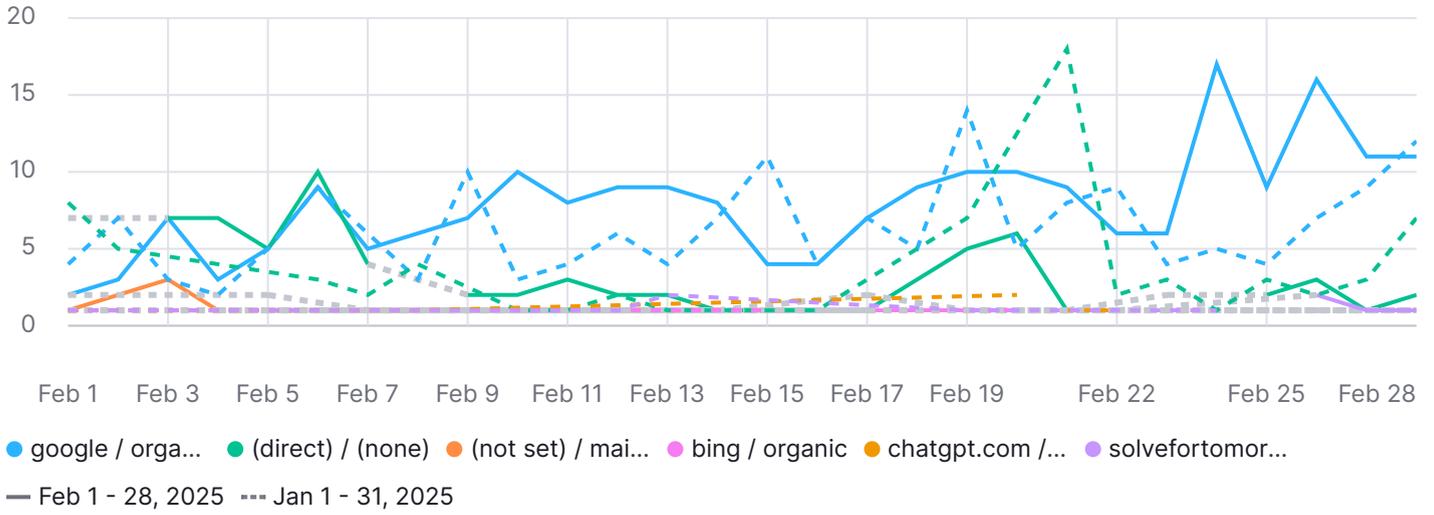
Bounce Rate

36,9% ↑2,5%



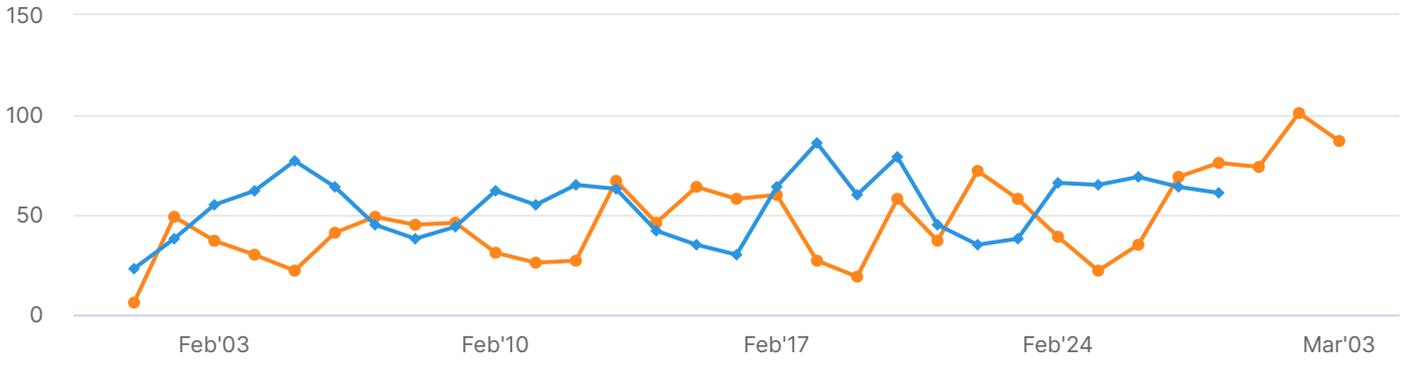
Users by Source / Medium

Period: Feb 1 - 28, 2025 | Compare to: Jan 1 - 31, 2025 | 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

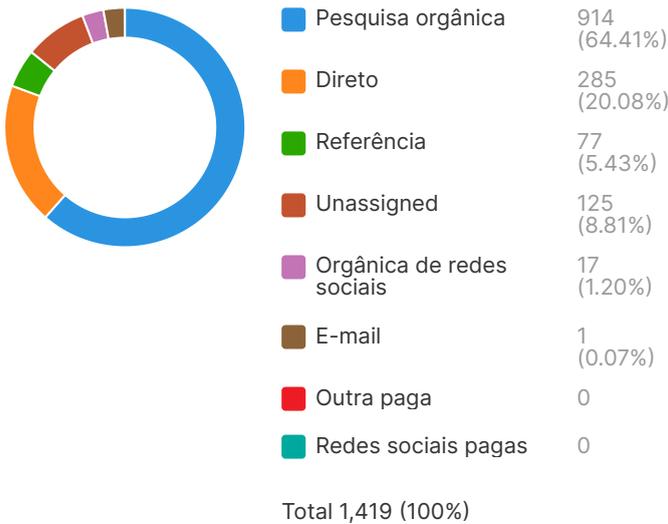


01 Feb - 28 Feb, 2025: Usuários
 01 Jan - 31 Jan, 2025: Usuários

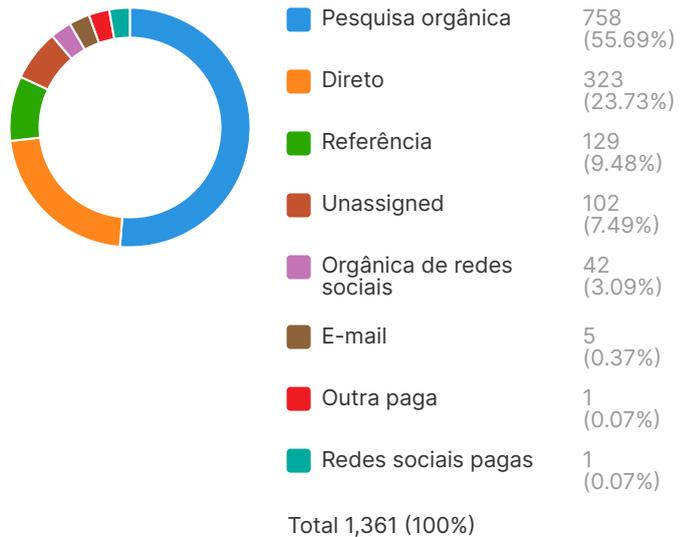
Google Analytics v4: Principais canais de tráfego por usuário

Conta: Solve for Tomorrow Latam | Filtro: All Users

01 Feb - 28 Feb, 2025



01 Jan - 31 Jan, 2025



Google Analytics v4: Visitantes novos x recorrentes

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

01 Feb - 28 Feb, 2025



01 Jan - 31 Jan, 2025



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 Feb - 28 Feb, 2025	113 (3.77%)	00:36	89 (4.97%)	76 (6.72%)
	01 Jan - 31 Jan, 2025	344 (9.33%)	00:50	269 (14.35%)	206 (17.17%)
	% Change	-67.15%	-27.05%	-66.91%	-63.11%
2	/				
	01 Feb - 28 Feb, 2025	240 (8.00%)	00:27	277 (15.46%)	112 (9.90%)
	01 Jan - 31 Jan, 2025	205 (5.56%)	00:26	220 (11.73%)	104 (8.67%)
	% Change	+17.07%	+6.79%	+25.91%	+7.69%
3	/es/entrada/desafios-sociales/				
	01 Feb - 28 Feb, 2025	162 (5.40%)	01:06	145 (8.09%)	102 (9.02%)
	01 Jan - 31 Jan, 2025	166 (4.50%)	01:46	146 (7.79%)	105 (8.75%)
	% Change	-2.41%	-37.46%	-0.68%	-2.86%
4	/en/				
	01 Feb - 28 Feb, 2025	86 (2.87%)	00:32	79 (4.41%)	58 (5.13%)
	01 Jan - 31 Jan, 2025	135 (3.66%)	00:49	119 (6.35%)	94 (7.83%)
	% Change	-36.30%	-33.87%	-33.61%	-38.30%
5	/es/proyectos/				
	01 Feb - 28 Feb, 2025	90 (3.00%)	01:00	67 (3.74%)	61 (5.39%)
	01 Jan - 31 Jan, 2025	127 (3.44%)	02:03	90 (4.80%)	85 (7.08%)
	% Change	-29.13%	-51.36%	-25.56%	-28.24%
6	/en/entry/social-challenges/				
	01 Feb - 28 Feb, 2025	88 (2.93%)	00:37	82 (4.58%)	59 (5.22%)
	01 Jan - 31 Jan, 2025	109 (2.96%)	01:39	98 (5.23%)	69 (5.75%)
	% Change	-19.27%	-62.10%	-16.33%	-14.49%
7	/es/proyecto/steam-na-pratica-agua-tratada-para-todos/				
	01 Feb - 28 Feb, 2025	75 (2.50%)	01:08	74 (4.13%)	50 (4.42%)
	01 Jan - 31 Jan, 2025	62 (1.68%)	00:47	56 (2.99%)	41 (3.42%)
	% Change	+20.97%	+45.08%	+32.14%	+21.95%
8	/es/practicas-inspiradoras/				

No.	Page	Exibições de página ▼	Tempo médio na página	Sessões	Sessões engajadas
	01 Fev - 28 Fev, 2025	33 (1.10%)	01:05	26 (1.45%)	22 (1.95%)
	01 Jan - 31 Jan, 2025	71 (1.93%)	01:19	62 (3.31%)	60 (5.00%)
	% Change	-53.52%	-17.58%	-58.06%	-63.33%
9	/es/programa/				
	01 Fev - 28 Fev, 2025	49 (1.63%)	00:42	47 (2.62%)	38 (3.36%)
	01 Jan - 31 Jan, 2025	66 (1.79%)	01:01	63 (3.36%)	54 (4.50%)
	% Change	-25.76%	-31.28%	-25.40%	-29.63%
10	/en/case/students-create-ink-from-vehicle-smoke/				
	01 Fev - 28 Fev, 2025	52 (1.73%)	01:20	43 (2.40%)	30 (2.65%)
	01 Jan - 31 Jan, 2025	44 (1.19%)	01:22	35 (1.87%)	30 (2.50%)
	% Change	+18.18%	-2.18%	+22.86%	0.00%

Google Analytics v4: Conversões e eventos

Conta: Solve for Tomorrow Latam | Canal de tráfego: All | Filtro: All Users | Período: 01 Fev - 28 Fev, 2025

No.	Name	Conversion (01 Fev - 28 Fev, 2025)	Conversion (01 Jan - 31 Jan, 2025)	Change, %
1	sftl_rolagem	3,550	4,407	-21.54%
2	page_view	3,000	3,687	-20.55%
3	user_engagement	2,242	2,789	-21.75%
4	rolagem_25	1,806	2,193	-19.35%
5	session_start	1,708	1,815	-6.07%
6	first_visit	1,267	1,228	+3.13%
7	rolagem_50	1,072	1,276	-17.38%
8	rolagem_75	479	628	-26.92%
9	rolagem_90	193	311	-46.83%
10	scroll	188	305	-47.46%
11	click	69	149	-73.39%
12	file_download	38	27	+33.85%
13	form_start	37	53	-35.56%
14	view_search_results	35	50	-35.29%
15	form_submit	31	37	-17.65%
16	click_saida_mexico	5	6	-18.18%

No.	Name	Conversion (01 Fev - 28 Fev, 2025)	Conversion (01 Jan - 31 Jan, 2025)	Change, %
17	click_saida_colombia	4	8	-66.67%
18	click_saida_latin	4	15	-115.79%
19	video_start	4	6	-40.00%
20	click_saida_bolivia	2	4	-66.67%
21	click_saida_brasil	2	10	-133.33%
22	click_saida_peru	2	8	-120.00%
23	video_progress	2	14	-150.00%
24	click_saida_argentina_uruguai_paraguai	0	9	-100.00%
25	click_saida_chile	0	4	-100.00%
26	video_complete	0	3	-100.00%

Key Events

Key Events by Medium

Period: Feb 1 - 28, 2025 | Compare to: Jan 1 - 31, 2025 | Pro



organic	58,9%	↑9%
(none)	22,5%	↓36.1%
referral	12,9%	↓63.6%
mailchimp	4,2%	n/a
cartaz	0,4%	n/a
Other	1%	↓15.6%

Total **479**

Key Events by Device Category

Period: Feb 1 - 28, 2025 | Compare to: Jan 1 - 31, 2025 | Pro

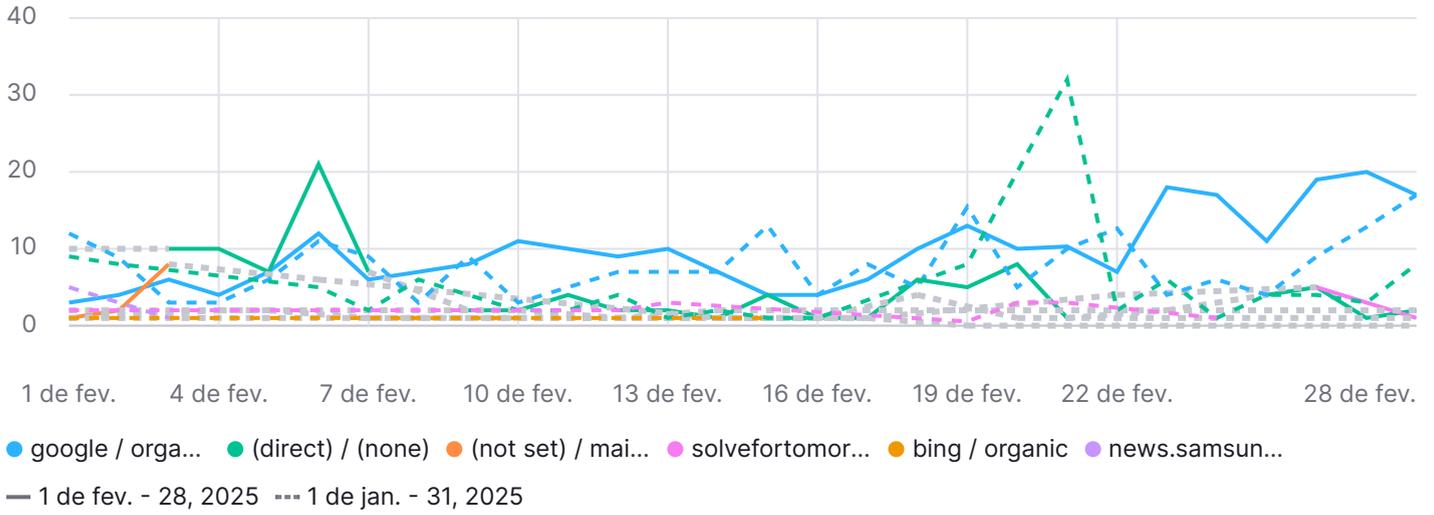


desktop	68,5%	↓24.2%
mobile	31,1%	↓19.9%
tablet	0,4%	↓71.4%

Total **479**

Key Events by Source / Medium

Period: Feb 1 - 28, 2025 | Compare to: Jan 1 - 31, 2025 | Property: Solve for Tomorrow Latam | Outbound: All Links



Audience Insights

Users by Device Category

Period: Feb 1 - 28, 2025 | Compare to: Jan 1 - 31, 2025 | Pro



desktop	62,4%	↑9.7%
mobile	36,4%	↓2.3%
tablet	1,3%	↓5.3%
smart tv	0,1%	↓66.7%
Total	1.4K	

Users by Age

Period: Feb 1 - 28, 2025 | Compare to: Jan 1 - 31, 2025 | Pro



unknown	65,6%	↓3.2%
18-24	16,3%	↑26%
25-34	6,1%	↑4.9%
45-54	5,7%	↑51.9%
35-44	4%	↑7.7%
Other	2,3%	↑52.4%
Total	1.4K	

Metrics by City

Period: Feb 1 - 28, 2025 | Compare to: Jan 1 - 31, 2025 | Property: Solve for Tomorrow Latam | Outbound: All Links

City	Key Events	Views	Sessions	Total Users
(not set)	52 ↓24.6%	281 ↓13%	216 ↓3.6%	197 ↑5.9%
Sao Paulo	44 ↑100%	423 ↑97.7%	153 ↑59.4%	82 ↑86.4%
Mexico City	38 ↓64.2%	325 ↓34.6%	92 ↓50.8%	48 ↓47.8%
Irapuato	26 ↑8.3%	168 ↑102.4%	67 ↑252.6%	20 ↑33.3%
Toluca	17 ↑112.5%	40 ↑17.6%	9 ↓43.8%	7 ↓56.3%
Bogota	15 ↑15.4%	71 ↑20.3%	55 ↑37.5%	42 ↑75%
Seoul	11 ↑100%	161 ↑133.3%	37 ↑85%	31 ↑63.2%
General Escobedo	7 n/a	20 n/a	8 n/a	6 n/a
Nuestra Senora de La Paz	6 ↑100%	17 ↑21.4%	9 ↓30.8%	8 ↑14.3%

City	Key Events	Views	Sessions	Total Users
Santiago de Queretaro	6 ↑200%	10 ↓23.1%	6 ↓33.3%	6 ↓25%
Guatemala City	5 ↑66.7%	27 ↑170%	18 ↑157.1%	11 ↑266.7%
Mexicali	5 n/a	15 n/a	5 n/a	3 n/a
Cali	4 ↑100%	17 ↑88.9%	15 ↑275%	11 ↑266.7%
La Chorrera	4 n/a	18 n/a	2 n/a	1 n/a
London	4 ↓85.7%	14 ↓85.4%	10 ↓64.3%	6 ↓57.1%
Managua	4 ↑33.3%	9 ↑50%	7 ↑250%	6 ↑200%
New Town	4 n/a	4 n/a	1 n/a	1 n/a
Panama City	4 ↓33.3%	21 ↓27.6%	17 ↓10.5%	12 0%
Soacha	4 n/a	18 n/a	4 n/a	3 n/a
Suwon-si	4 ↑33.3%	11 ↑120%	4 ↑300%	2 ↑100%
Tegucigalpa	4 ↑300%	8 ↓42.9%	9 ↑28.6%	7 ↑40%
Barquisimeto	3 ↑100%	3 0%	3 0%	3 0%
Ben Tre	3 n/a	14 n/a	1 n/a	1 n/a
Cagayan de Oro	3 ↑100%	5 ↑150%	5 ↑400%	2 ↑100%
David	3 n/a	6 n/a	1 n/a	1 n/a

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 (Fevereiro 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** (-30,83% em relação ao mês anterior)
- **Uruguai: 1 min 21 s** (-32,28%)
- **Chile: 2 min 35 s** (-58,53%)

Análise:

Houve uma **queda significativa no tempo médio de engajamento** em todos os países do grupo, principalmente no Chile. Isso pode indicar **redução na qualidade do tráfego ou mudanças nos conteúdos mais acessados**.

Recomendações:

1. **Reforçar conteúdos interativos e multimídia**, como vídeos e infográficos.
2. **Otimizar tempo de carregamento das páginas** para melhorar a experiência do usuário.
3. **Revisar CTAs e links internos**, incentivando maior navegação dentro do site.

Grupo 2: Paraguai, Brasil e Bolívia

- **Paraguai: 1 min 40 s** (-59,07%)
- **Brasil: 1 min 46 s** (-46,83%)
- **Bolívia: 1 min 13 s** (-71,25%)

Análise:

A Bolívia apresentou a **maior queda no engajamento**, seguida pelo Paraguai. O Brasil também registrou redução expressiva no tempo médio.

Recomendações:

1. **Criar campanhas para reforçar conteúdos de alto engajamento**.
2. **Melhorar a experiência mobile**, já que a maior parte das quedas ocorre em dispositivos móveis.
3. **Monitorar mudanças no tráfego** para identificar possíveis fontes de tráfego de baixa retenção.

Grupo 3: Peru, Equador e Colômbia

- **Peru: 1 min 43 s** (-30,83%)
- **Equador: 1 min 49 s** (-32,28%)
- **Colômbia: 1 min 29 s** (-51,53%)

Análise:

O grupo inteiro apresentou **redução significativa no tempo médio de engajamento**, com destaque negativo para a Colômbia.

Recomendações:

1. **Aprimorar conteúdos e CTAs**, incentivando mais interações e leitura prolongada.
2. **Reforçar otimização para mobile**, melhorando tempo de carregamento.
3. **Acompanhar possíveis mudanças nos padrões de tráfego**, analisando as fontes de acesso ao site.

Grupo 4: Venezuela, Panamá e Costa Rica

- **Venezuela: 1 min 08 s** (-31,2%)
- **Panamá: 1 min 49 s** (-75,48%)
- **Costa Rica: 1 min 27 s** (-58,53%)

Análise:

Panamá teve a **maior queda de engajamento no grupo**, o que pode indicar **redução da relevância dos conteúdos para o público local**.

Recomendações:

1. **Revisar palavras-chave e conteúdos**, garantindo alinhamento com as buscas locais.
2. **Criar materiais mais aprofundados**, para manter os visitantes engajados por mais tempo.
3. **Identificar possíveis problemas técnicos** que possam estar impactando o carregamento das páginas.

Grupo 5: Nicarágua, El Salvador e Honduras

- **Nicarágua: 1 min 25 s** (-55,56%)
- **El Salvador: 1 min 21 s** (-89,9%)
- **Honduras: 1 min 26 s** (-48,86%)

Análise:

A **queda expressiva no engajamento em El Salvador** sugere que os usuários estão saindo rapidamente do site.

Recomendações:

1. **Reforçar a experiência mobile**, melhorando carregamento e usabilidade.
2. **Criar conteúdos mais interativos**, incentivando maior permanência.
3. **Monitorar padrões de tráfego** para entender melhor a origem das quedas.

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:

A queda **drástica no engajamento de Belize** indica necessidade urgente de revisão nos conteúdos mais acessados.

Recomendações:

1. **Revisar conteúdos de maior acesso em Belize**, garantindo que ainda sejam relevantes para o público.
2. **Aprimorar estratégias de retenção**, como links internos e materiais interativos.
3. **Acompanhar métricas de desempenho mobile**, visto que esse problema pode estar impactando a retenção.

Grupo 7: México

- **México: 1 min 52 s (-100%)**

Análise:

A queda total no tempo médio de engajamento registrado para o México pode indicar **problemas técnicos ou falta de tráfego suficiente para cálculos precisos**.

Recomendações:

1. **Verificar o desempenho técnico das páginas acessadas no México** para identificar possíveis problemas de carregamento.
2. **Criar campanhas para aumentar tráfego qualificado** e incentivar o engajamento.
3. **Monitorar os relatórios futuros**, para entender se essa queda foi uma anomalia ou tendência.

Conclusão Geral

1. Redução Geral no Tempo de Engajamento

• Todos os países apresentaram **quedas significativas**, sugerindo a necessidade de ajustes para reter mais usuários.

2. Atenção Especial ao México e Belize

• **Belize apresentou a pior queda de todas**, enquanto o México registrou **queda total no tempo médio**.

3. Otimização Técnica e Estratégia de Conteúdo

- Melhorar **carregamento de páginas e experiência mobile**.
- Criar conteúdos **interativos e multimídia** para incentivar retenção.
- Ajustar **CTAs e links internos** para estimular navegação entre páginas.

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.date01%3D20250131%26_r.explorerCard..rowsPerPage%3D100&r=8455508979&ruid=63CE08626E99-4FC2-B1EA-2FCA6DBB2670&collectionId=8455506105](#)

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

🔍 Pesquisar...

País ▼

Caminho da pági...classe da tela ▼ ✕

Análise do período

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

Com base nos dados do **Google Analytics**, segue a análise detalhada das **páginas mais acessadas** por país, considerando os grupos do projeto *Solve for Tomorrow Latam*.

Grupo 1: Argentina, Uruguai e Chile

Argentina

• Páginas Mais Acessadas:

1. /es/ (Página inicial - Espanhol) - **Tempo Médio: 1 min 10 s**
2. /es/entrada/desafios-sociales/ - **Tempo Médio: 1 min 28 s**
3. /es/proyecto/steam-na-pratica-agua-tratada-para-todos/ - **Tempo Médio: 1 min 40 s**

Recomendações:

1. **Criar conteúdos mais aprofundados sobre desafios sociais**, já que essa página continua entre as mais acessadas.
2. **Melhorar links internos e CTAs** para incentivar a navegação para outras páginas estratégicas.

Uruguai

• Páginas Mais Acessadas:

1. /es/ - **Tempo Médio: 1 min 05 s**
2. /es/proyecto/educacion-stem-generacion-energia-limpia/ - **Tempo Médio: 1 min 31 s**

Recomendações:

1. **Expandir temas sobre energias renováveis e impacto ambiental**, pois a página de STEM teve boa retenção.
2. **Melhorar interatividade** com infográficos e vídeos explicativos para aumentar o engajamento.

Chile**• Páginas Mais Acessadas:**

1. /es/ - **Tempo Médio: 1 min 49 s**
2. /es/entrada/desafios-sociales/ - **Tempo Médio: 2 min 42 s**

Recomendações:

1. **Criar mais conteúdos sobre inovação educacional e STEM**, mantendo o público engajado.
2. **Reforçar SEO interno** para direcionar tráfego a outras páginas relacionadas.

Grupo 2: Paraguai, Brasil e Bolívia**Paraguai****• Páginas Mais Acessadas:**

1. /es/ - **Tempo Médio: 2 min 04 s**
2. /es/projeto/steam-na-pratica-agua-tratada-para-todos/ - **Tempo Médio: 1 min 40 s**

Recomendações:

1. **Criar mais conteúdos multimídia sobre práticas educacionais inovadoras.**
2. **Otimizar tempo de carregamento** para garantir melhor experiência mobile.

Brasil**• Páginas Mais Acessadas:**

1. / (homepage) - **Tempo Médio: 2 min 51 s**
2. /praticas-inspiradoras/ - **Tempo Médio: 3 min 28 s**
3. /projeto/steam-na-pratica-agua-tratada-para-todos/ - **Tempo Médio: 3 min 00 s**

Recomendações:

1. **Explorar mais cases de sucesso e histórias inspiradoras**, pois essas páginas tiveram alta retenção.
2. **Criar conteúdos interativos** para aumentar o tempo médio na página inicial.

Bolívia**• Páginas Mais Acessadas:**

1. /es/ - **Tempo Médio: 1 min 55 s**
2. /es/practica/con-inteligencia-artificial-estudiantes-traducen-lenguaje-de-senas/ - **Tempo Médio: 3 min 00 s**

Recomendações:

1. **Reforçar conteúdos sobre tecnologia e inclusão na educação**, pois essa prática teve alta retenção.
2. **Melhorar navegação entre páginas relacionadas**, para estimular mais interações.

Grupo 3: Peru, Equador e Colômbia

Peru

- **Páginas Mais Acessadas:**

1. /es/ - **Tempo Médio: 1 min 42 s**
2. /es/programa/ - **Tempo Médio: 2 min 51 s**

Recomendações:

1. **Criar conteúdos mais detalhados sobre STEM e inovação educacional.**
2. **Aprimorar navegação mobile** para melhorar o engajamento.

Equador

- **Páginas Mais Acessadas:**

1. /es/ - **Tempo Médio: 1 min 24 s**
2. /es/proyecto/educacion-stem-biodigestor-transformacion-comida-biogas/ - **Tempo Médio: 2 min 51 s**

Recomendações:

1. **Ampliar conteúdos sobre biotecnologia e sustentabilidade.**
2. **Melhorar SEO** para ranquear melhor em pesquisas locais.

Colômbia

- **Páginas Mais Acessadas:**

1. /es/ - **Tempo Médio: 1 min 30 s**
2. /es/entrada/desafios-sociales/ - **Tempo Médio: 3 min 11 s**

Recomendações:

1. **Criar mais conteúdos interativos sobre desafios sociais.**
2. **Melhorar estrutura de links internos** para aumentar tempo de navegação.

Grupo 4: Venezuela, Panamá e Costa Rica

Venezuela

- **Páginas Mais Acessadas:**

1. /es/entrada/desafios-sociales/ - **Tempo Médio: 1 min 42 s**
2. /es/proyecto/planta-comunitaria-para-a-preparacao-de-medicamentos/ - **Tempo Médio: 3 min 25 s**

Recomendações:

1. **Criar conteúdos aprofundados sobre impacto social na educação.**
2. **Reforçar SEO técnico** para otimização de carregamento.

Panamá

- **Páginas Mais Acessadas:**

1. /es/ - **Tempo Médio: 1 min 13 s**
2. /es/practica/jovens-panamenhos-reaproveitam-oleo-de-cozinha-para-a-confeccao-de-sabao/ - **Tempo Médio: 3 min 28 s**

Recomendações:

1. **Criar mais conteúdos voltados à sustentabilidade e inovação social.**
2. **Melhorar interatividade para aumentar retenção.**

Costa Rica**• Páginas Mais Acessadas:**

1. /es/ - **Tempo Médio: 1 min 22 s**
2. /es/proyecto/educacion-stem-sistema-riego-automatico-mejora-cotidiano-agricultores-costa-rica/ - **Tempo Médio: 3 min 11 s**

Recomendações:

1. **Reforçar conteúdos sobre educação STEM e práticas ambientais.**
2. **Melhorar performance mobile** para otimizar a experiência do usuário.

Grupo 7: México**• Páginas Mais Acessadas:**

1. /es/entrada/desafios-sociales/ - **Tempo Médio: 1 min 28 s**
2. /es/proyecto/yasu-sistema-robotico-para-resposta-rapida-a-emergencias/ - **Tempo Médio: 3 min 16 s**

Recomendações:

1. **Criar mais conteúdos sobre tecnologia aplicada à educação.**
2. **Melhorar carregamento mobile e estrutura de links internos.**

Conclusão Geral

1. **Foco em conteúdos interativos e aprofundados** para aumentar retenção.
2. **Reforço no SEO técnico** para garantir melhor experiência mobile.
3. **Expansão de temas sobre sustentabilidade e inovação educacional.**