



SFTL - Google Analytics v4

Principais indicadores por usuários

Sumário

Análise do período	3
Overview	5
Google Analytics v4: Gráfico de métricas	6
Google Analytics v4: Principais canais de tráfego por usuário	6
Google Analytics v4: Visitantes novos x recorrentes	6
Google Analytics v4: Principais exibições de página	7
Google Analytics v4: Conversões e eventos	8
Key Events	9
Audience Insights	11
Relatórios adicionais GA4	12
Análise do período	13
Análise do período	15

Análise do período

Análise do Período

Período analisado: 01 a 31 de março de 2025

Comparado com: 01 a 28 de fevereiro de 2025

1. Visão Geral

- **Sessões:** 2.530 (+41%)
- **Total de usuários:** 1.930 (+37,1%)
- **Novos usuários:** 1.800 (+43%)
- **Eventos de conversão:** 774 (+61,6%)
- **Taxa de conversão de eventos:** 21,3% (+6,4%)
- **Taxa de rejeição:** 39,3% (+6,6%)

O crescimento expressivo em sessões e novos usuários indica aumento de alcance e interesse no conteúdo. A alta na taxa de conversão mostra que os usuários estão interagindo melhor com os elementos do site.

2. Principais Canais de Aquisição

Março de 2025:

- Pesquisa orgânica: 1.114 usuários (57,19%)
- Tráfego direto: 593 usuários (30,44%)
- Tráfego não atribuído: 108 usuários (5,54%)
- Referência: 96 usuários (4,93%)
- Redes sociais orgânicas: 35 usuários (1,80%)
- Outros canais pagos: 1 usuário (0,05%)

Fevereiro de 2025:

- Pesquisa orgânica: 914 usuários (64,41%)
- Tráfego direto: 285 usuários (20,08%)

Destaque para o aumento no tráfego direto e na busca orgânica em números absolutos, mesmo com redução percentual na proporção de tráfego orgânico. Isso indica maior diversificação dos canais.

3. Novos vs Recorrentes

- Visitantes novos: 1.866 (73,5%)
- Visitantes recorrentes: 510 (20,1%)

Crescimento expressivo no número de novos visitantes, reforçando o alcance ampliado. A proporção de recorrentes se manteve estável, sugerindo que parte do público retornou ao site, mas o foco segue na aquisição.

4. Páginas Mais Acessadas

Entre as páginas com maior número de sessões e tempo médio, destacam-se:

- Página inicial (/)
- /es/entrada/desafios-sociales/
- /es/
- /es/practica/proyecto-stem-utiliza-energia-sonido/
- /es/proyecto/steam-na-practica-agua-tratada-para-todos/

A maioria das páginas apresentou crescimento em sessões, tempo médio e sessões engajadas. O conteúdo relacionado a projetos e desafios sociais continua atraente ao público.

5. Eventos e Conversões

- Aumento expressivo nos eventos de rolagem (rolagem 25% a 90%) e cliques de saída por país.
- Eventos como “scroll”, “click”, “file_download” e “form_submit” cresceram entre 28% e 56%.
- Destaque para o crescimento de 174% em “video_progress”, indicando maior consumo de conteúdo multimídia.
- Cliques de saída por país cresceram, com destaque para Brasil (+127%), Argentina/Uruguai/Paraguai (+100%) e Bolívia (+85%).

6. Insights de Audiência

Por dispositivo:

- Desktop: 63,3%
- Mobile: 35,8%
- Tablet: 1%

Por idade:

- Maioria dos usuários ainda aparece como “desconhecido” (66,3%)
- Faixas 18-24 e 25-34 com maior volume identificado

Por cidade:

- Destaques em Bogotá, Santiago, São Paulo, Rio de Janeiro, Buenos Aires e Cidade do México.

Considerações Finais

1. O site apresentou crescimento relevante em todos os indicadores principais: sessões, usuários, engajamento e conversões.
2. O tráfego está bem distribuído entre canais, com reforço no tráfego direto e orgânico.
3. O conteúdo relacionado a práticas STEM e desafios sociais segue entre os mais acessados, devendo ser priorizado nas estratégias futuras.
4. O aumento no consumo de vídeos e cliques por país indica avanço na interatividade dos usuários.
5. Recomenda-se manter a frequência de novos conteúdos, investir em otimização de páginas mais visitadas e reforçar a estratégia mobile.

Overview

Sessões

2,53 mil ↑41%

Total de usuários

1,93 mil ↑37,1%

Novos usuários

1,8 mil ↑43%

Eventos de conversão

774 ↑61,6%

Taxa de eventos de conve...

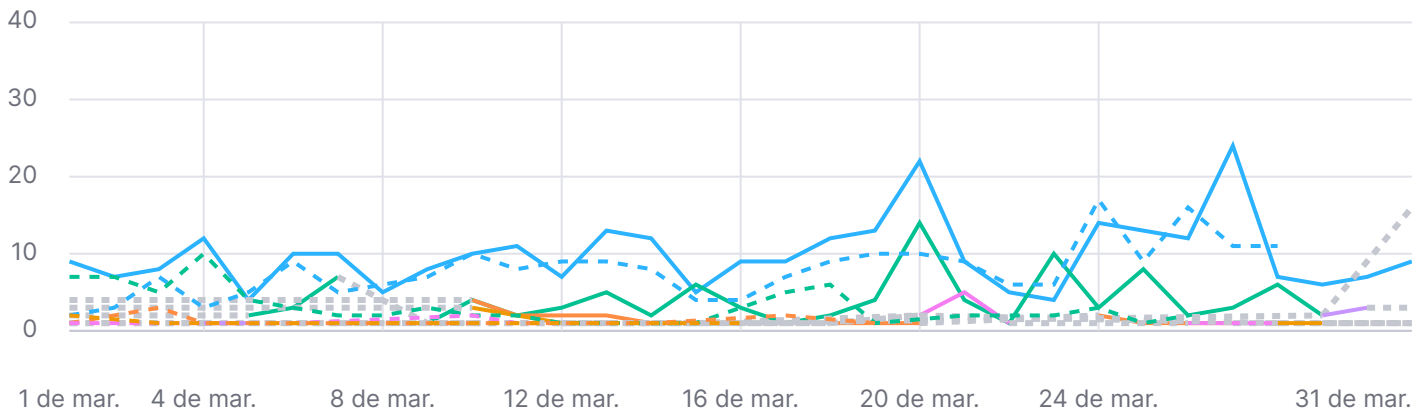
21,3% ↑6,4%

Taxa de rejeição

39,3% ↑6,6%

Usuários por Origem/Mídia

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

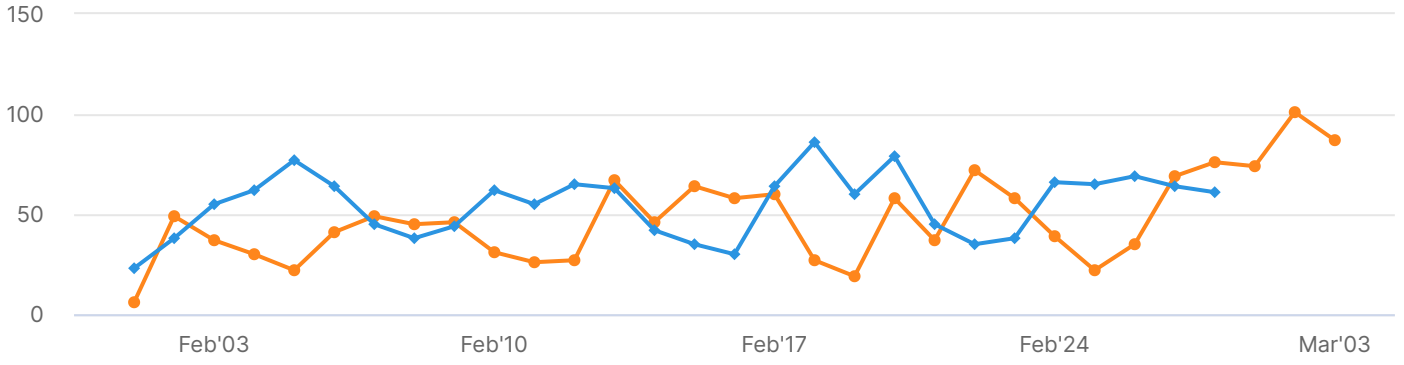


● google / orga... ● (direct) / (none) ● (not set) / mai... ● solvefortomor... ● bing / organic ● canais / nd

— 1 de mar. - 31, 2025 --- 1 de fev. - 28, 2025

Google Analytics v4: Gráfico de métricas

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

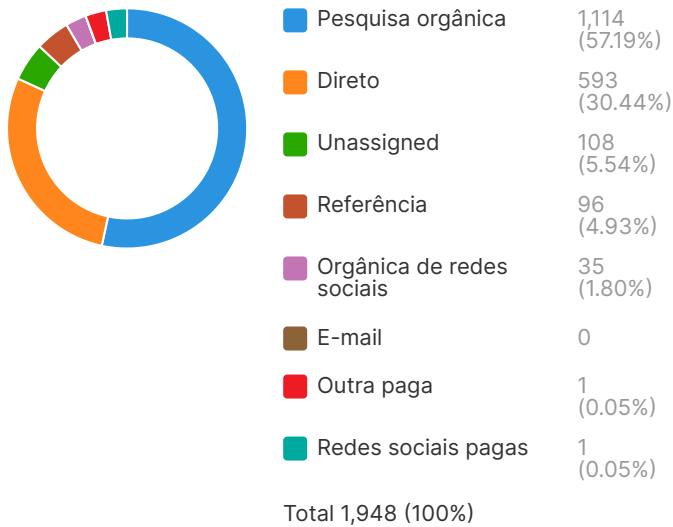


01 Feb - 28 Feb, 2025: Usuários
 01 Jan - 31 Jan, 2025: Usuários

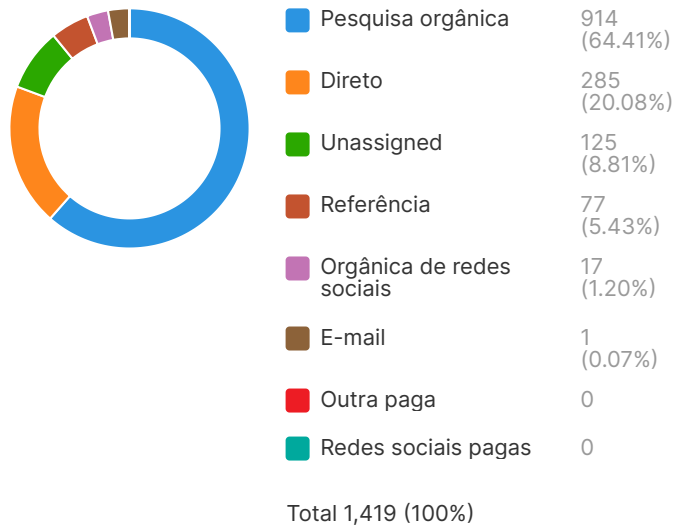
Google Analytics v4: Principais canais de tráfego por usuário

Conta: Solve for Tomorrow Latam | Filtro: All Users

01 Mar - 31 Mar, 2025



01 Feb - 28 Feb, 2025



Google Analytics v4: Visitantes novos x recorrentes

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

01 Mar - 31 Mar, 2025



01 Feb - 28 Feb, 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	/				
	01 Mar - 31 Mar, 2025	347 (8.30%)	00:33	328 (12.98%)	125 (8.15%)
	01 Feb - 28 Feb, 2025	240 (8.00%)	00:27	277 (15.46%)	112 (9.90%)
	% Change	+44.58%	+19.03%	+18.41%	+11.61%
2	/es/entrada/desafios-sociales/				
	01 Mar - 31 Mar, 2025	196 (4.69%)	01:10	167 (6.61%)	119 (7.76%)
	01 Feb - 28 Feb, 2025	162 (5.40%)	01:06	145 (8.09%)	102 (9.02%)
	% Change	+20.99%	+5.84%	+15.17%	+16.67%
3	/es/				
	01 Mar - 31 Mar, 2025	195 (4.66%)	00:31	168 (6.65%)	129 (8.41%)
	01 Feb - 28 Feb, 2025	113 (3.77%)	00:36	89 (4.97%)	76 (6.72%)
	% Change	+72.57%	-15.34%	+88.76%	+69.74%
4	/es/practica/proyecto-stem-utiliza-energia-sonido/				
	01 Mar - 31 Mar, 2025	135 (3.23%)	01:36	127 (5.03%)	56 (3.65%)
	01 Feb - 28 Feb, 2025	18 (0.60%)	00:37	11 (0.61%)	11 (0.97%)
	% Change	+650.00%	+157.36%	+1054.55%	+409.09%
5	/en/				
	01 Mar - 31 Mar, 2025	123 (2.94%)	00:31	108 (4.27%)	85 (5.54%)
	01 Feb - 28 Feb, 2025	86 (2.87%)	00:32	79 (4.41%)	58 (5.13%)
	% Change	+43.02%	-3.80%	+36.71%	+46.55%
6	/es/practicas-inspiradoras/				
	01 Mar - 31 Mar, 2025	110 (2.63%)	02:07	99 (3.92%)	85 (5.54%)
	01 Feb - 28 Feb, 2025	33 (1.10%)	01:05	26 (1.45%)	22 (1.95%)
	% Change	+233.33%	+95.42%	+280.77%	+286.36%
7	/en/entry/social-challenges/				
	01 Mar - 31 Mar, 2025	93 (2.22%)	01:09	72 (2.85%)	48 (3.13%)
	01 Feb - 28 Feb, 2025	88 (2.93%)	00:37	82 (4.58%)	59 (5.22%)
	% Change	+5.68%	+82.48%	-12.20%	-18.64%
8	/es/proyectos/				

No.	Page	Exibições de página ▼	Tempo médio na página	Sessões	Sessões engajadas
	01 Mar - 31 Mar, 2025	43 (1.03%)	00:39	33 (1.31%)	30 (1.96%)
	01 Feb - 28 Feb, 2025	90 (3.00%)	01:00	67 (3.74%)	61 (5.39%)
	% Change	-52.22%	-34.57%	-50.75%	-50.82%
9	/es/proyecto/steam-na-pratica-agua-tratada-para-todos/				
	01 Mar - 31 Mar, 2025	89 (2.13%)	01:11	89 (3.52%)	67 (4.37%)
	01 Feb - 28 Feb, 2025	75 (2.50%)	01:08	74 (4.13%)	50 (4.42%)
	% Change	+18.67%	+4.02%	+20.27%	+34.00%
10	/es/practica/con-inteligencia-artificial-estudiantes-traducen-lenguaje-de-senas/				
	01 Mar - 31 Mar, 2025	71 (1.70%)	01:40	71 (2.81%)	42 (2.74%)
	01 Feb - 28 Feb, 2025	48 (1.60%)	01:01	53 (2.96%)	39 (3.45%)
	% Change	+47.92%	+62.69%	+33.96%	+7.69%

Google Analytics v4: Conversões e eventos

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

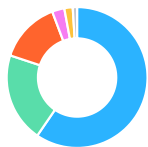
No.	Name	Conversion (01 Mar - 31 Mar, 2025)	Conversion (01 Feb - 28 Feb, 2025)	Change, %
1	sftl_rolagem	4,994	3,550	+33.80%
2	page_view	4,182	3,000	+32.92%
3	user_engagement	2,978	2,242	+28.20%
4	session_start	2,465	1,708	+36.28%
5	rolagem_25	2,429	1,806	+29.42%
6	first_visit	1,847	1,267	+37.25%
7	rolagem_50	1,460	1,072	+30.65%
8	rolagem_75	774	479	+47.09%
9	scroll	332	188	+55.38%
10	rolagem_90	328	193	+51.82%
11	click	93	69	+29.63%
12	file_download	68	38	+56.60%
13	form_start	56	37	+40.86%
14	view_search_results	46	35	+27.16%
15	form_submit	41	31	+27.78%
16	video_progress	29	2	+174.19%

No.	Name	Conversion (01 Mar - 31 Mar, 2025)	Conversion (01 Feb - 28 Feb, 2025)	Change, %
17	video_start	19	4	+130.43%
18	click_saida_brasil	9	2	+127.27%
19	click_saida_argentina_uruguai_paraguai	7	0	+100.00%
20	click_saida_bolivia	5	2	+85.71%
21	click_saida_latin	4	4	0.00%
22	video_complete	3	0	+100.00%
23	click_saida_chile	2	0	+100.00%
24	click_saida_colombia	2	4	-66.67%
25	click_saida_mexico	2	5	-85.71%
26	click_saida_peru	2	2	0.00%

Key Events

Key Events by Medium

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



organic	60%	↑64,5%
(none)	20,7%	↑48,1%
referral	14,3%	↑78,3%
mailchimp	2,8%	↑10%
nd	1,9%	n.d.
(not set)	0,3%	↑5,2%

Total **774**

Key Events by Device Category

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

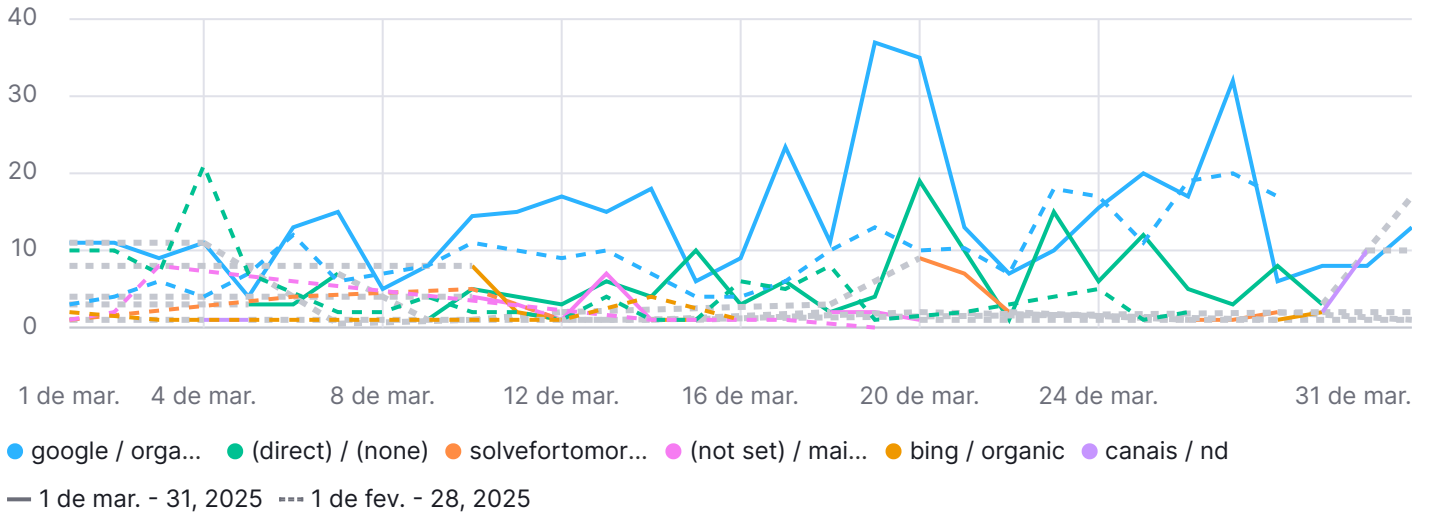


desktop	72,9%	↑72%
mobile	25,8%	↑34.2%
tablet	1,3%	↑400%

Total **774**

Principais eventos por origem/mídia

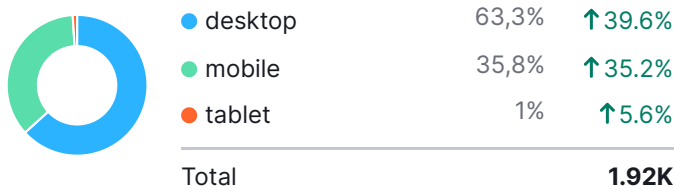
Period: Mar 1 - 31, 2025 | Compare to: Feb 1 - 28, 2025 | Property: Solve for Tomorrow Latam | Outbound: All Links



Audience Insights

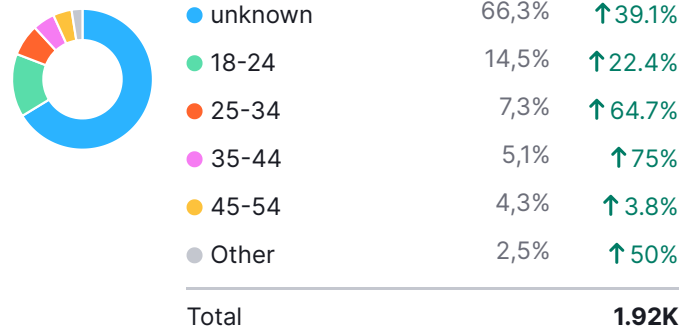
Usuários por categoria de dispositivo

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



Usuários por idade

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



Métricas por cidade

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

Cidade	Eventos De Conversão	Visualizações	Sessões	Total De Usuários
(not set)	100 ↑92.3%	517 ↑84%	349 ↑61.6%	299 ↑51.8%
Bogota	55 ↑266.7%	269 ↑278.9%	129 ↑134.5%	79 ↑88.1%
Santiago	32 ↑3.1K%	173 ↑1.6K%	96 ↑1.3K%	74 ↑1.1K%
Temuco	29 n/a	87 n/a	39 n/a	26 n/a
Rio de Janeiro	24 ↑100%	124 ↑675%	35 ↑169.2%	12 ↑71.4%
Sao Paulo	20 ↓54.5%	303 ↓28.4%	115 ↓24.8%	68 ↓17.1%
Seoul	19 ↑72.7%	141 ↓12.4%	38 ↑2.7%	24 ↓22.6%
Buenos Aires	18 ↑100%	47 ↑1.1K%	21 ↑320%	15 ↑275%
Nuestra Senora de La Paz	17 ↑183.3%	56 ↑229.4%	41 ↑355.6%	33 ↑312.5%

Cidade	Eventos De Conve rsão	Visualizações	Sessões	Total De Usuários
San Jose	12 ↑500%	83 ↑1.3K%	53 ↑783.3%	46 ↑666.7%
Concepcion	11 n/a	28 n/a	8 n/a	4 n/a
Guatemala City	11 ↑120%	35 ↑29.6%	30 ↑66.7%	20 ↑81.8%
Juliaca	11 n/a	22 n/a	1 n/a	1 n/a
Recife	9 ↑800%	32 ↑357.1%	17 ↑183.3%	11 ↑83.3%
Suwon-si	9 ↑125%	10 ↓9.1%	8 ↑100%	5 ↑150%
Caracas	8 ↑700%	14 ↑7.7%	6 0%	5 0%
Accra	7 ↑600%	14 ↑366.7%	5 ↑25%	5 ↑66.7%
Belem	7 ↑600%	37 ↑68.2%	11 ↑22.2%	6 ↑50%
Chillan	7 n/a	25 n/a	12 n/a	7 n/a
Guadalajara	7 ↑250%	22 ↑214.3%	16 ↑166.7%	13 ↑116.7%
Jundiai	7 ↑600%	8 ↑700%	1 0%	1 0%
San Salvador	7 ↑600%	22 ↑1K%	13 ↑550%	9 ↑350%
Vila Velha	7 ↑100%	8 ↑300%	4 ↑100%	3 ↑50%
Asuncion	6 ↑200%	16 ↑220%	7 ↑16.7%	6 ↑20%
Brasilia	6 ↑100%	23 ↑2.2K%	16 ↑1.5K%	10 ↑900%

Relatórios adicionais GA4

Tempo médio geral engajamento:

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

Análise do período

Análise de Tempo Médio de Engajamento por Grupo de Países (março vs fevereiro de 2025)

Grupo 1: Argentina, Uruguai, Chile

- **Argentina:** aumentou de **1min20s** para **2min33s** (+89,98%)
→ Evolução excelente, sinal de conteúdo mais atrativo ou maior alinhamento com as expectativas dos usuários.
- **Uruguai:** não teve tempo registrado em fevereiro, mas em março houve engajamento de **1min51s**
→ Indica retomada de interesse no país; importante verificar a origem do tráfego e consolidar essa retomada.
- **Chile:** passou de **2min42s** para **1min08s** (queda de 58%)
→ Forte queda de engajamento, recomenda-se revisar as páginas mais acessadas e investigar se houve mudanças de canal ou campanha.

Recomendação para o Grupo 1: manter foco na Argentina com mais conteúdos semelhantes aos que impulsionaram o engajamento. No caso do Chile, reforçar a análise de conteúdo e canais. Uruguai merece atenção especial para sustentar a reentrada de usuários.

Grupo 2: Paraguai, Brasil, Bolívia

- **Paraguai:** de **28s** para **1min47s** (+271,1%)
→ Excelente resultado. Usuários estão mais conectados ao conteúdo atual.
- **Brasil:** de **1min04s** para **1min08s** (+6,16%)
→ Leve crescimento, estável, mas ainda pode melhorar. Analisar quais páginas contribuíram.
- **Bolívia:** de **47s** para **7min48s** (+896,81%)
→ Surpreendente salto. Indica que alguma página ou campanha gerou alto engajamento.

Recomendação para o Grupo 2: foco em consolidar o engajamento altíssimo da Bolívia e do Paraguai. No Brasil, sugerimos refinar ainda mais as páginas de entrada e melhorar chamadas visuais para reter usuários.

Grupo 3: Peru, Equador, Colômbia

- **Peru:** de **2min01s** para **1min03s** (queda de 47,38%)
→ Queda expressiva, recomenda-se revisar fontes de tráfego e conteúdos acessados.
- **Equador:** de **33s** para **2min15s** (+309,09%)
→ Excelente evolução no engajamento.
- **Colômbia:** de **1min07s** para **1min43s** (+53,86%)

→ Bom avanço.

Recomendação para o Grupo 3: manter a linha editorial do Equador e Colômbia. Peru requer atenção — investigar palavras-chave, origem do tráfego e principais páginas acessadas.

Grupo 4: Venezuela, Panamá, Costa Rica

- **Venezuela:** de **2min28s** para **19s** (**queda de 86,97%**)
→ Queda drástica. Sinal de desinteresse no conteúdo atual ou problema técnico.
- **Panamá:** de **2min03s** para **36s** (**queda de 70,78%**)
→ Também grave.
- **Costa Rica:** de **27s** para **2min04s** (+359,26%)
→ Excelente crescimento.

Recomendação para o Grupo 4: ações urgentes para Venezuela e Panamá — revisar as páginas de entrada, erros de carregamento, possíveis mudanças de fonte de tráfego. Costa Rica está no caminho certo, manter estratégia.

Grupo 5: Nicarágua, El Salvador, Honduras

- **Nicarágua:** de **33s** para **1min52s** (+231,03%)
→ Grande crescimento.
- **El Salvador:** de **40s** para **1min41s** (+153,06%)
→ Muito bom.
- **Honduras:** de **1min14s** para **1min05s** (**queda de 11,74%**)
→ Queda leve.

Recomendação para o Grupo 5: manter a performance de Nicarágua e El Salvador. Em Honduras, observar se houve perda de visibilidade nas páginas mais acessadas.

Grupo 6: República Dominicana, Belize, Guatemala

- **República Dominicana:** de **28s** para **1min47s** (+271,1%)
→ Evolução forte.
- **Belize:** de **1min11s** para **56s** (**queda de 21,05%**)
→ Precisa de revisão.
- **Guatemala:** de **2min06s** para **1s** (**queda de 99,21%**)
→ Engajamento praticamente nulo.

Recomendação para o Grupo 6: manter as ações que impulsionaram a República Dominicana. Belize precisa reforçar conteúdo e experiência do usuário. Guatemala é um caso crítico, requer revisão completa da origem e performance das visitas.

Grupo 7: México

- **México:** de **1min15s** para **1min15s** (estável, +0%)
→ Nenhuma variação.

Recomendação para o Grupo 7: explorar novas abordagens de conteúdo ou melhorias em SEO para aumentar o engajamento, já que está estagnado.

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 ▾ ×

Análise do período

Análise das Páginas Mais Acessadas por País – TOP 100

A seguir, apresento os destaques por país, considerando as páginas com maior volume de visualizações, tempo médio de engajamento e afinidade temática com o projeto.

Brasil

- O país continua como principal origem de tráfego, liderando em visualizações e número de usuários.
- **Principais páginas acessadas:**
 - Página inicial /
 - Página de projetos: /projetos/
 - Verbete sobre desafios sociais: /verbete/desafios-sociais/
 - Práticas inspiradoras: /praticas-inspiradoras/
 - Projeto de biodigestor: /projeto/educacao-stem-biodigestor-transformacao-alimentos-biogas/

- Conteúdo sobre letramento científico, ODS, aprendizagem baseada em projetos, entre outros.

- **Engajamento:**

- Tempo médio: varia entre 1 e 2 minutos nas páginas principais.
- Muitas sessões com múltiplas visualizações e tempo de permanência adequado.

México

- Volume relevante de acessos a páginas em espanhol, com destaque para:
- Projetos específicos: /es/proyecto/steam-na-pratica-agua-tratada-para-todos/
- Conteúdo educacional sobre STEM e desafios sociais.
- Avaliação de projetos STEM: /es/como-evaluar-proyectos-stem-sugerencias-y-herramientas/

- **Engajamento:**

- Sessões com tempo médio acima de 1 minuto em diversas URLs.
- Diversidade de temas acessados mostra bom interesse da audiência.

Chile

- Destaque em práticas específicas:
- Projeto de reabilitação com IA: /es/practica/jenni-app-rehabilitacion-ia-protesis/
- Desafios sociais e práticas inspiradoras.
- Páginas de projetos locais, como uso de ondas Wi-Fi para geração de energia.

- **Engajamento:**

- Algumas sessões com tempo de até 5 minutos em páginas específicas.
- Alta afinidade com conteúdos educacionais e inovadores.

Colômbia

- Acesso a conteúdos em espanhol voltados para STEM:
- Página do projeto de energia sonora: /es/practica/proyecto-stem-utiliza-energia-sonido/
- Tradução de linguagem de sinais com IA.
- Página raiz /es/ e conteúdos sobre práticas inspiradoras.

- **Engajamento:**

- Tempo médio entre 1 e 2 minutos nas principais páginas.
- Acesso contínuo a conteúdos educacionais sinaliza bom alcance.

Peru

- Foco em páginas como:
- Página inicial /es/
- Prática com biofiltro para limpeza de rios.
- Conteúdos sobre práticas inspiradoras e desafios sociais.

• **Engajamento:**

- Sessões com até 2 minutos de permanência.
- Conteúdo voltado a STEM tem boa aceitação.

Demais países relevantes

- **Argentina, Bolívia, Guatemala, República Dominicana, Panamá, Costa Rica e El Salvador** também aparecem com acessos expressivos em conteúdos de práticas locais e desafios sociais, demonstrando boa distribuição geográfica do conteúdo.

Considerações Gerais

- As páginas mais acessadas mantêm consistência temática com os pilares do projeto Solve for Tomorrow, como STEM, impacto social, práticas escolares e inovação.
- O tráfego por país reflete o alcance latino-americano, com destaque para Brasil, México e Chile.
- Há forte correlação entre o tempo de engajamento e o conteúdo localizado — páginas com temáticas específicas tendem a reter mais o usuário.
- O relatório sugere que conteúdos em espanhol estão performando bem e devem continuar sendo priorizados.