



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...

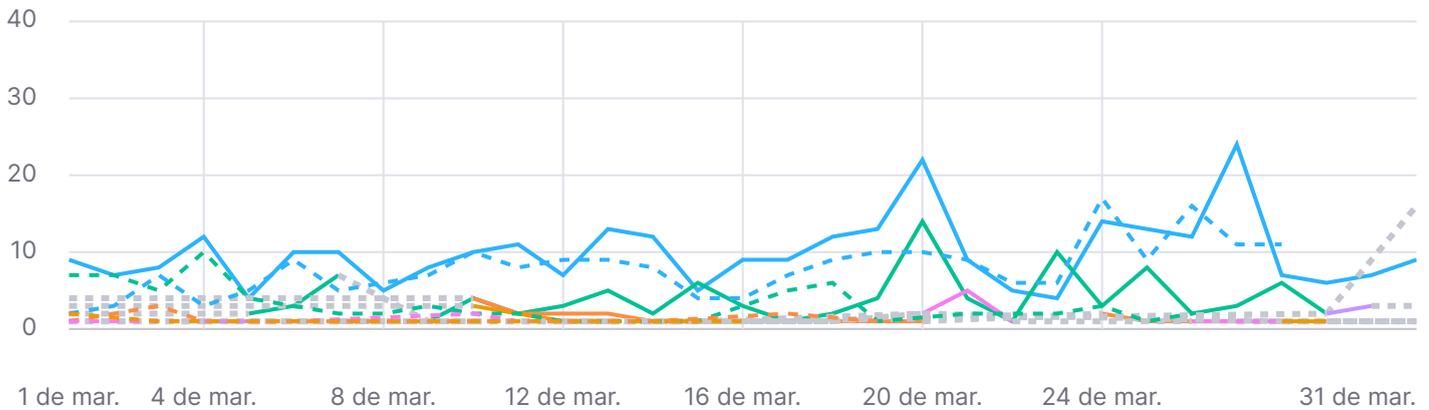
21,3% ↑6,4%

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

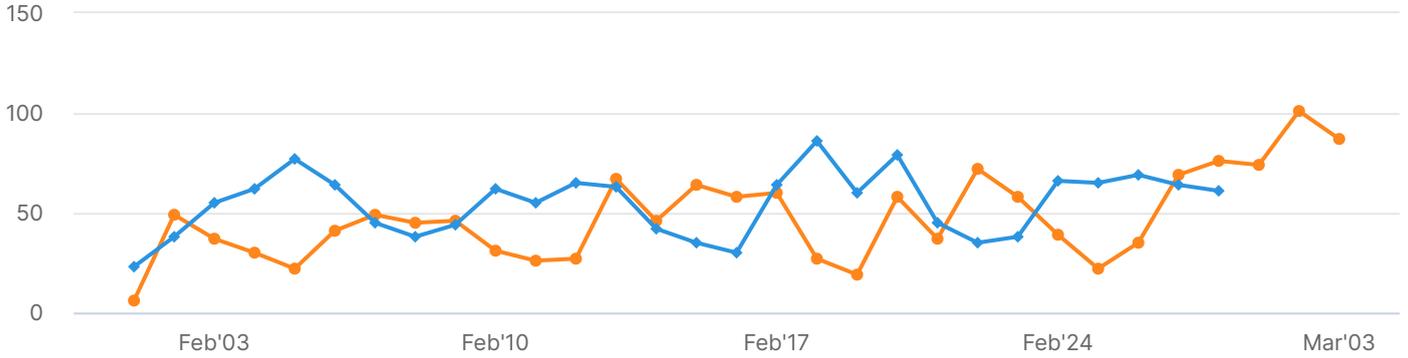


● google / orga... ● (direct) / (none) ● (not set) / mai... ● solvefortomor... ● bing / organic ● canais / nd

— 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

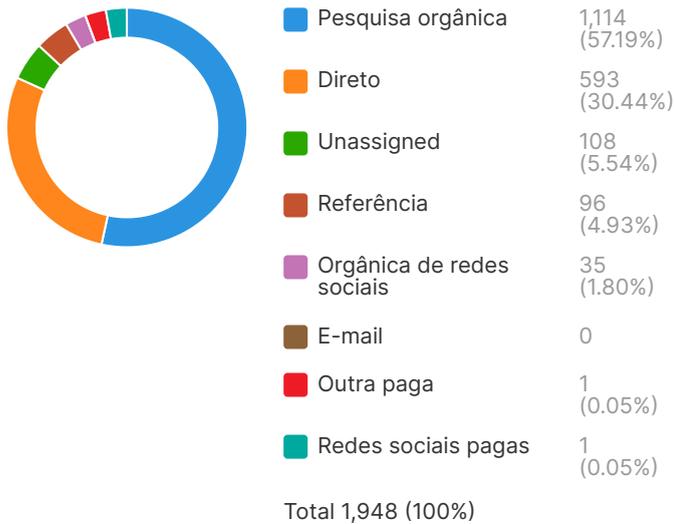


01 Feb - 28 Feb, 2025: Usuários
 01 Jan - 31 Jan, 2025: Usuários

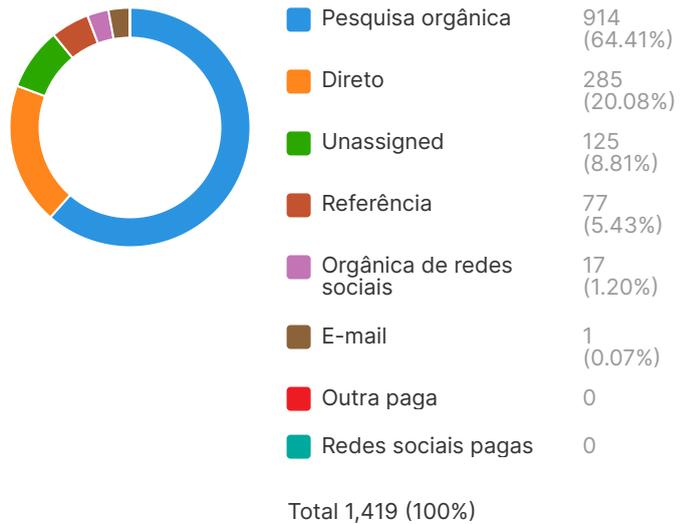
Google Analytics v4: Principais canais de tráfego por usuário

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

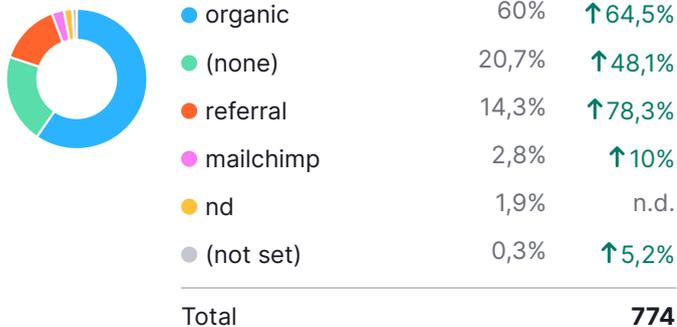
| No. | Name | Conversion (01 Mar - 31 Mar, 2025) | Conversion (01 Feb - 28 Feb, 2025) | Change, % |
|-----|---------------------|------------------------------------|------------------------------------|-----------|
| 1 | sftl_rolagem | 4,994 | 3,550 | +33.80% |
| 2 | page_view | 4,182 | 3,000 | +32.92% |
| 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

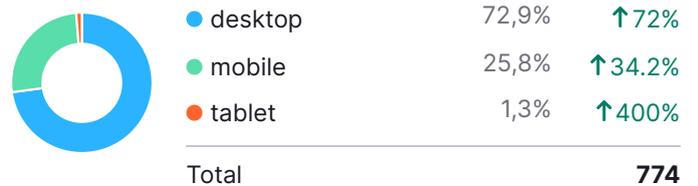
Key Events by Medium

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



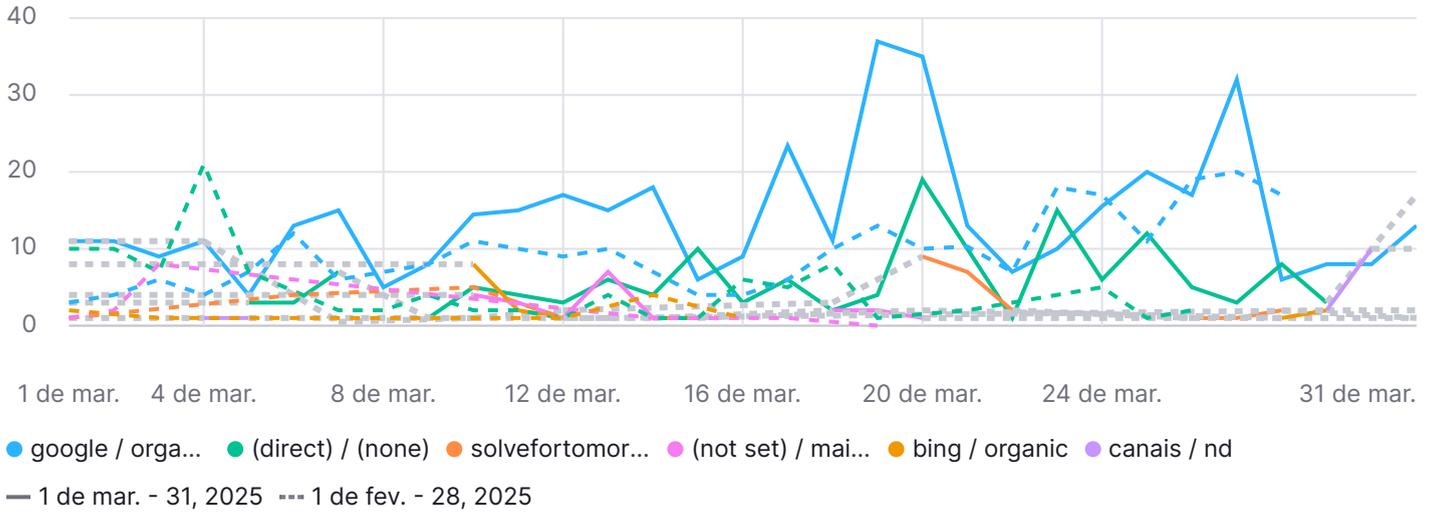
Key Events by Device Category

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



Principais eventos por origem/mídia

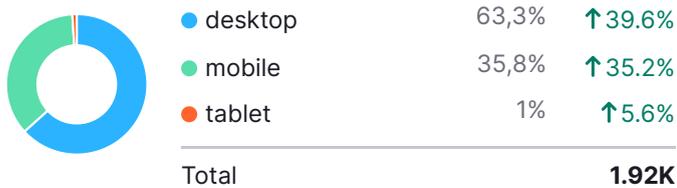
Period: Mar 1 - 31, 2025 | Compare to: Feb 1 - 28, 2025 | Property: Solve for Tomorrow Latam | Outbound: All Links



Audience Insights

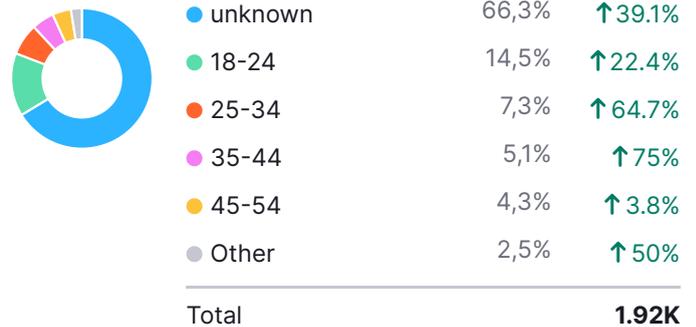
Usuários por categoria de dispositivo

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-practica-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.