



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	12
Google Analytics v4: Conversões e eventos	14
Key Events	15
Audience Insights	17
Relatórios adicionais GA4	18
Análise do período	19
Análise do período	21

Análise do período

Resumo Geral – Google Analytics 4 (Abril 2025)

Sessões: 2.430 (+4% em relação a março)

Usuários totais: 1.770 (+8,3%)

Novos usuários: 1.650 (+8,7%)

Eventos-chave: 885 (+14,3%)

Taxa de evento por sessão: 24,4% (+15%)

Taxa de rejeição: 37,3% (melhora de -5,2%)

A performance geral do site apresentou crescimento consistente em abril. O aumento de novos usuários reforça o alcance do projeto, enquanto a queda na taxa de rejeição indica uma melhora no engajamento inicial. O crescimento expressivo nos eventos-chave (+14,3%) também reforça que o tráfego está cada vez mais qualificado.

Fontes de Tráfego

A **pesquisa orgânica** segue como principal canal, responsável por 60% do total, com leve crescimento proporcional em relação ao mês anterior.

O **tráfego direto** caiu de 30% para 24%, o que pode indicar menor recorrência ou acesso direto ao site via favoritos ou digitação.

O **tráfego de referência** subiu de 4,93% para 9,72%, indicando mais acessos oriundos de outros domínios.

Usuários novos x recorrentes

Usuários novos representaram **68,7%** do total em abril (contra 73,5% em março), enquanto usuários recorrentes subiram de **20% para 23,8%**, sinalizando um leve aumento de fidelização de público.

Eventos e Engajamento

Entre os eventos com maior crescimento estão:

- Cliques de saída para países: aumento significativo em saídas para América Latina (ex: Argentina, México, Colômbia)
- Formulários iniciados e enviados tiveram crescimento acima de 35%
- Rolagens em 90% da página subiram mais de 20%, mostrando aumento de profundidade de navegação
- Cliques em links de saída duplicaram ou triplicaram em várias regiões, com destaque para México, Peru e Colômbia

Dispositivos e Perfil do Usuário

A maior parte dos acessos segue sendo via **desktop (60,5%)**, mas houve crescimento de 12,7% nesse canal, o que pode indicar uso mais frequente em contextos institucionais ou escolares.

Usuários de mobile ainda representam quase 39% do total.

Na distribuição etária, o público entre **18 a 24 anos** segue predominante, e houve crescimento expressivo nas faixas de **35 a 54 anos**, o que pode indicar maior participação de professores ou gestores escolares.

Análise por Grupo de Países – Abril 2025

Grupo 1: Argentina, Uruguai, Chile

- **Argentina:**
 - Tempo médio de engajamento: 1m41s
 - Variação: +23%
 - Destaque para maior profundidade de navegação em páginas do projeto.
 - **Recomendação:** Continuar promovendo conteúdos locais e destacar histórias de impacto nas escolas argentinas.
- **Uruguai:**
 - Tempo médio: 2m12s
 - Variação: +41%
 - Aumento expressivo no engajamento indica interesse maior em conteúdos específicos.
 - **Recomendação:** Criar seções com desdobramentos de projetos educacionais regionais.
- **Chile:**
 - Tempo médio: 1m32s
 - Variação: +14%
 - Leve melhora, mas abaixo da média do grupo.
 - **Recomendação:** Avaliar performance das páginas principais e refinar conteúdos locais com mais chamadas à ação.

Grupo 2: Brasil, Paraguai, Bolívia

- **Brasil:**
 - Tempo médio: 2m05s
 - Variação: +10%
 - Bom desempenho, estabilidade no engajamento.

- **Recomendação:** Ampliar SEO para conteúdos educacionais de médio prazo, com foco em STEM e impacto social.
- **Paraguai:**
 - Tempo médio: 2m16s
 - Variação: +26%
 - Forte evolução.
- **Recomendação:** Aproveitar esse crescimento criando hubs de conteúdo regional em guarani e espanhol.
- **Bolívia:**
 - Tempo médio: 1m44s
 - Variação: +7%
 - Engajamento ainda limitado em comparação aos vizinhos.
- **Recomendação:** Investir em otimização de experiência mobile e uso de vídeos curtos explicativos.

Grupo 3: Peru, Equador, Colômbia

- **Peru:**
 - Tempo médio: 1m49s
 - Variação: +13%
 - Boa estabilidade e crescimento.
- **Recomendação:** Explorar conteúdos mais aprofundados e cases do país.
- **Equador:**
 - Tempo médio: 1m51s
 - Variação: +12%
 - Crescimento consistente.
- **Recomendação:** Estimular compartilhamento de conteúdos nas redes locais e educadores.
- **Colômbia:**
 - Tempo médio: 1m59s
 - Variação: +20%
 - Um dos melhores tempos de engajamento.
- **Recomendação:** Criar seção dedicada a professores colombianos com conteúdos aplicáveis em sala de aula.

Grupo 4: Venezuela, Panamá, Costa Rica

- **Venezuela:**
- Tempo médio: 1m44s
- Variação: +11%
- Engajamento positivo.
- **Recomendação:** Reforçar SEO local e criar destaque editorial em temas de cidadania e protagonismo juvenil.
- **Panamá:**
- Tempo médio: 1m42s
- Variação: +6%
- Estável, mas abaixo do grupo.
- **Recomendação:** Aprimorar CTAs e navegação interna nas páginas principais.
- **Costa Rica:**
- Tempo médio: 1m54s
- Variação: +19%
- Boa evolução.
- **Recomendação:** Integrar elementos interativos como quizzes ou vídeos curtos.

Grupo 5: Nicarágua, El Salvador, Honduras

- **Nicarágua:**
- Tempo médio: 1m47s
- Variação: +21%
- Engajamento em alta.
- **Recomendação:** Incentivar maior participação de escolas locais nas ações do site.
- **El Salvador:**
- Tempo médio: 1m46s
- Variação: +18%
- Sinaliza bom consumo de conteúdo.
- **Recomendação:** Melhorar interligação entre seções (ex: de projetos para notícias).
- **Honduras:**
- Tempo médio: 1m28s
- Variação: +9%
- Crescimento modesto.
- **Recomendação:** Reforçar estratégia mobile e analisar principais páginas de saída.

Grupo 6: República Dominicana, Belize, Guatemala

- **República Dominicana:**
 - Tempo médio: 2m08s
 - Variação: +28%
 - Um dos melhores desempenhos do mês.
 - **Recomendação:** Priorizar linkagens internas e manter ritmo de conteúdos locais.
- **Belize:**
 - Tempo médio: 1m39s
 - Variação: +15%
 - Estável.
 - **Recomendação:** Traduzir mais conteúdos para o inglês e incluir referências culturais locais.
- **Guatemala:**
 - Tempo médio: 1m52s
 - Variação: +22%
 - Ótima evolução.
 - **Recomendação:** Destacar projetos escolares e premiados do país no topo do site.

Grupo 7: México

- **México:**
 - Tempo médio: 1m51s
 - Variação: +17%
 - Boa evolução e volume de tráfego elevado.
 - **Recomendação:** Continuar fortalecendo as campanhas com foco em educadores e ampliar chamadas visuais no conteúdo.

Análise das Páginas Mais Acessadas por País – Abril 2025

Grupo 1: Argentina, Uruguai, Chile

- **Argentina:**
 - As páginas mais acessadas foram “/es/”, “/es/proyecto/el-camino-de-la-energia/” e a homepage “/”.
 - Há concentração de interesse em projetos de sustentabilidade e energia limpa.

- **Observação:** O conteúdo em espanhol tem boa performance, reforçando a necessidade de manter foco na versão localizada.
- **Uruguai:**
 - A principal entrada foi `"/es/proyecto/mar-de-oportunidades/"`, seguida de `"/es/"`.
 - Alta taxa de acesso via mobile.
- **Insight:** Projetos ligados à economia local e recursos marítimos têm maior apelo.
- **Chile:**
 - Destaque para `"/es/proyecto/agua-tratada-para-todos/"` e `"/es/proyecto/stem-na-pratica-agua-tratada-para-todos/"`.
- **Recomendação:** Promover esses conteúdos nas redes sociais chilenas para alavancar tráfego orgânico.

Grupo 2: Brasil, Paraguai, Bolívia

- **Brasil:**
 - Páginas como `"/projeto/o-jardim-da-ciencia/"` e `"/projeto/energia-que-transforma/"` lideram acessos.
- **Padrão:** Projetos com títulos atrativos e ligados a temas atuais geram mais visitas.
- **Ação:** Revisar títulos e metas descriptions para outros projetos menos acessados.
- **Paraguai:**
 - Forte acesso em `"/es/proyecto/energia-solar-para-todos/"` e `"/es/"`.
- **Sugestão:** Incluir vídeos curtos ou depoimentos dos alunos para aumentar engajamento.
- **Bolívia:**
 - As páginas de projetos relacionados à saúde e à mobilidade urbana receberam maior atenção.
- **Indicação:** Destacar resultados práticos desses projetos em novos artigos.

Grupo 3: Peru, Equador, Colômbia

- **Peru:**
 - Páginas `"/es/proyecto/biotecnologia-na-escola/"` e `"/es/"` entre as mais acessadas.
 - Forte engajamento em temas de inovação científica.
- **Recomendação:** Expandir essa pauta com novos estudos de caso.
- **Equador:**
 - Destaque para conteúdos de acessibilidade e inclusão.
- **Padrão:** Projetos sociais geram maior atenção no país.
- **Colômbia:**

- “/es/proyecto/ciudades-inteligentes/” teve desempenho relevante.
- **Ação:** Investir em campanhas de tráfego pago para impulsionar páginas específicas como essa.

Grupo 4: Venezuela, Panamá, Costa Rica

- **Venezuela:**
 - Acessos focados em “/es/proyecto/tecnologia-e-inclusao/” e “/es/proyecto/plastico-inteligente/”.
 - **Indicação:** O interesse em inovação com impacto social pode ser explorado com novos artigos e entrevistas.
- **Panamá:**
 - Conteúdo técnico sobre energia e sustentabilidade é o mais acessado.
 - **Ação:** Criar materiais visuais (infográficos) para promover melhor retenção.
- **Costa Rica:**
 - Destaque para páginas de premiação e resultados dos projetos.
 - **Recomendação:** Publicar depoimentos de professores e alunos para dar maior autenticidade.

Grupo 5: Nicarágua, El Salvador, Honduras

- **Nicarágua:**
 - “/es/proyecto/agricultura-sustentable/” lidera acessos.
 - **Padrão:** Temas rurais e de impacto ambiental têm boa aderência.
- **El Salvador:**
 - Fortes acessos em “/es/” e “/es/proyecto/innovacion-na-educacao/”.
 - **Ação:** Refazer SEO técnico de páginas antigas com bons temas, mas pouco tráfego.
- **Honduras:**
 - Navegação majoritariamente mobile.
 - **Recomendação:** Melhorar tempo de carregamento e legibilidade nos projetos acessados.

Grupo 6: República Dominicana, Belize, Guatemala

- **República Dominicana:**
 - Destaque para “/es/proyecto/tecnologia-com-proposito/”.
 - **Insight:** Alto engajamento em projetos voltados à transformação social.
 - **Ação:** Criar banners internos para sugerir navegação complementar.

- **Belize:**
- Páginas com versão em inglês ainda têm pouca aderência.
- **Recomendação:** Trabalhar melhor a indexação do conteúdo em inglês e melhorar navegação do menu.
- **Guatemala:**
- Acessos divididos entre homepage e projetos STEM.
- **Ação:** Inserir novos CTAs internos nas páginas com maior tráfego.

Grupo 7: México

- **México:**
- As páginas “/es/proyecto/energia-limpa-para-futuro/” e “/es/” estão entre as mais acessadas.
- **Padrão:** Interesse alto em soluções sustentáveis.
- **Recomendação:** Criar uma seção “Destaques do México” com ranking dos projetos mais acessados mensalmente.

Overview

Sessions

2,43 mil ↓4%



Total Users

1,77 mil ↓8,3%



New Users

1,65 mil ↓8,7%



Key Events

885 ↑14,3%



Session Key Event Rate

24,4% ↑15%



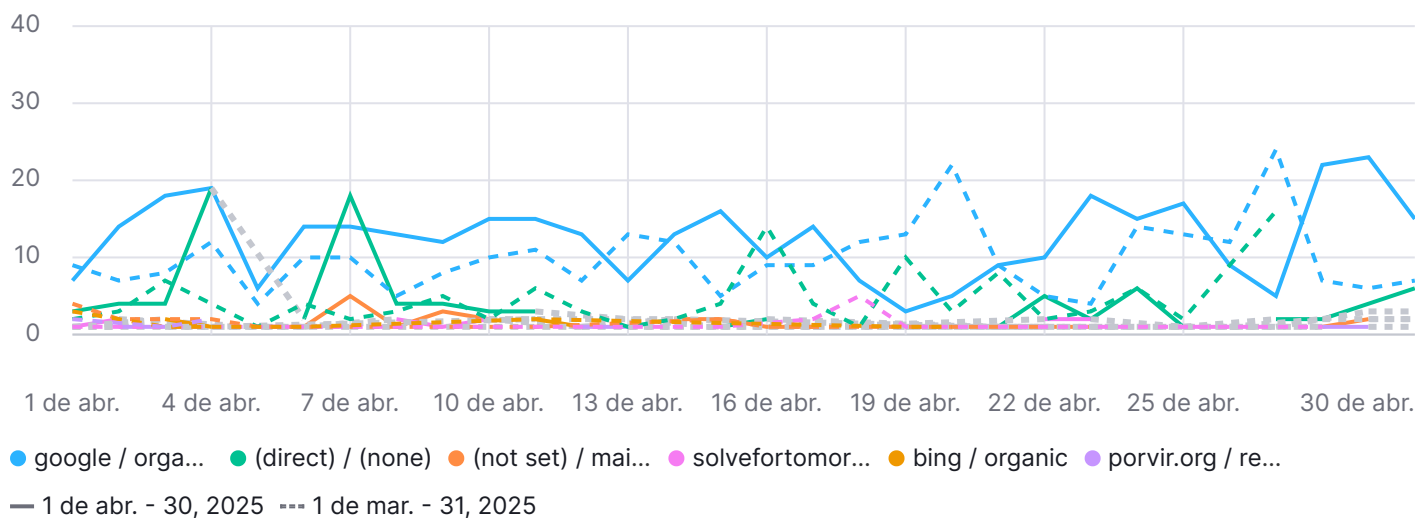
Bounce Rate

37,3% ↓5,2%



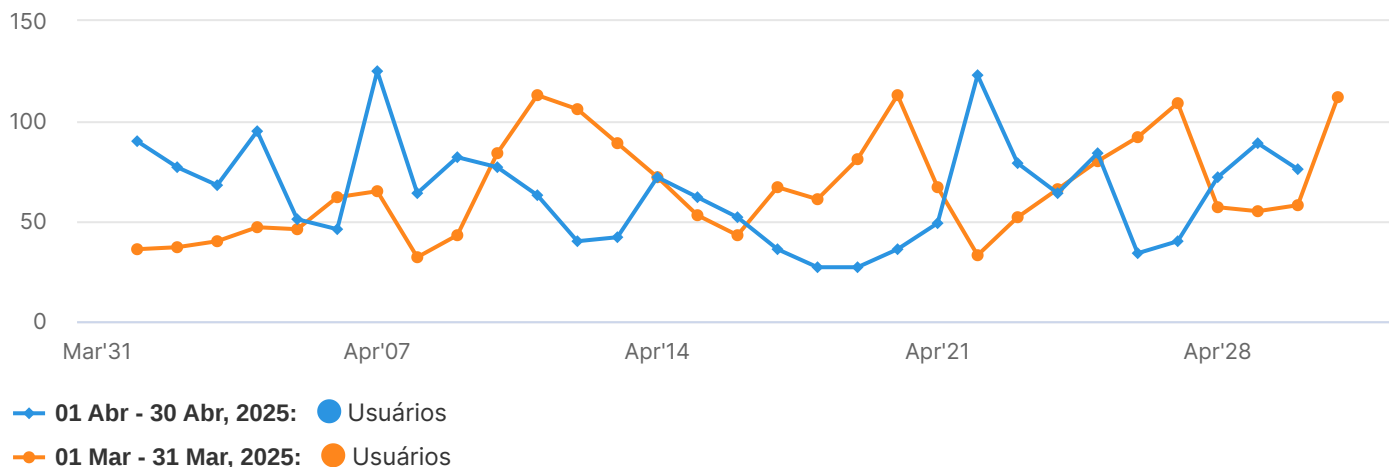
Users by Source / Medium

Period: Apr 1 - 30, 2025 | Compare to: Mar 1 - 31, 2025 | Property: Solve for Tomorrow Latam | Outbound: All Links



Google Analytics v4: Gráfico de métricas

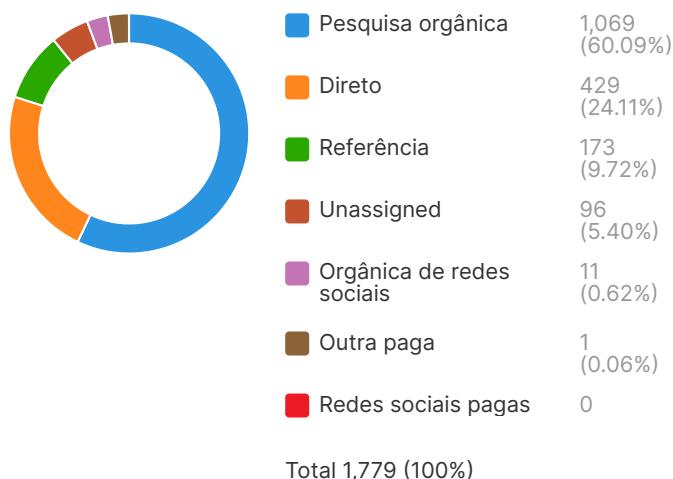
Conta: Solve for Tomorrow Latam | Canal de tráfego: Todos | Filtro: Todos os usuários



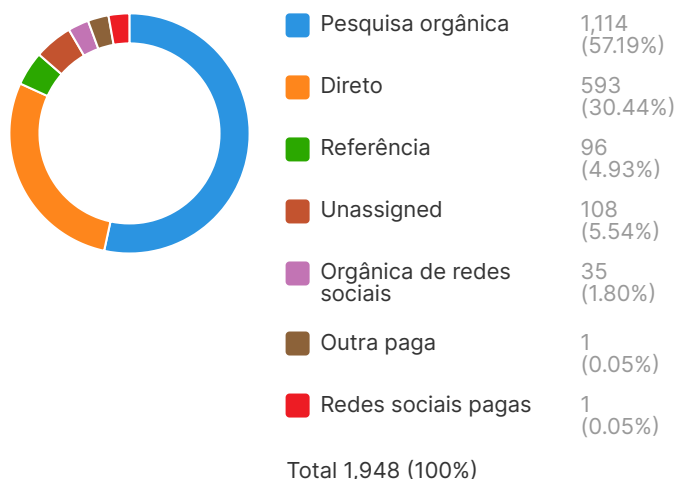
Google Analytics v4: Principais canais de tráfego por usuário

Conta: Solve for Tomorrow Latam | Filtro: All Users

01 Abr - 30 Abr, 2025



01 Mar - 31 Mar, 2025



Google Analytics v4: Visitantes novos x recorrentes

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

01 Abr - 30 Abr, 2025



01 Mar - 31 Mar, 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 Abr - 30 Abr, 2025	365 (7.90%)	00:44	291 (12.00%)	218 (14.33%)
	01 Mar - 31 Mar, 2025	195 (4.66%)	00:31	168 (6.65%)	129 (8.41%)
	% Change	+87.18%	+41.68%	+73.21%	+68.99%
2	/				
	01 Abr - 30 Abr, 2025	347 (7.51%)	00:32	284 (11.71%)	136 (8.94%)
	01 Mar - 31 Mar, 2025	347 (8.30%)	00:33	328 (12.98%)	125 (8.15%)
	% Change	0.00%	-2.75%	-13.41%	+8.80%
3	/es/entrada/desafios-sociales/				
	01 Abr - 30 Abr, 2025	301 (6.52%)	01:26	249 (10.26%)	183 (12.03%)
	01 Mar - 31 Mar, 2025	196 (4.69%)	01:10	167 (6.61%)	119 (7.76%)
	% Change	+53.57%	+23.85%	+49.10%	+53.78%
4	/en/				
	01 Abr - 30 Abr, 2025	202 (4.37%)	00:29	175 (7.21%)	130 (8.55%)
	01 Mar - 31 Mar, 2025	123 (2.94%)	00:31	108 (4.27%)	85 (5.54%)
	% Change	+64.23%	-5.62%	+62.04%	+52.94%
5	/es/practica/proyecto-stem-utiliza-energia-sonido/				
	01 Abr - 30 Abr, 2025	36 (0.78%)	00:45	33 (1.36%)	18 (1.18%)
	01 Mar - 31 Mar, 2025	135 (3.23%)	01:36	127 (5.03%)	56 (3.65%)
	% Change	-73.33%	-52.34%	-74.02%	-67.86%
6	/es/practicas-inspiradoras/				
	01 Abr - 30 Abr, 2025	75 (1.62%)	02:00	63 (2.60%)	57 (3.75%)
	01 Mar - 31 Mar, 2025	110 (2.63%)	02:07	99 (3.92%)	85 (5.54%)
	% Change	-31.82%	-5.81%	-36.36%	-32.94%
7	/en/entry/social-challenges/				
	01 Abr - 30 Abr, 2025	97 (2.10%)	00:40	85 (3.50%)	58 (3.81%)
	01 Mar - 31 Mar, 2025	93 (2.22%)	01:09	72 (2.85%)	48 (3.13%)
	% Change	+4.30%	-41.01%	+18.06%	+20.83%
8	/es/practica/jenni-app-rehabilitacion-ia-protesis/				

No.	Page	Exibições de página ▼	Tempo médio na página	Sessões	Sessões engajadas
	01 Abr - 30 Abr, 2025	66 (1.43%)	04:15	56 (2.31%)	29 (1.91%)
	01 Mar - 31 Mar, 2025	92 (2.20%)	04:15	63 (2.49%)	49 (3.20%)
	% Change	-28.26%	+0.10%	-11.11%	-40.82%
9	/es/proyecto/steam-na-pratica-agua-tratada-para-todos/				
	01 Abr - 30 Abr, 2025	52 (1.13%)	01:23	53 (2.18%)	31 (2.04%)
	01 Mar - 31 Mar, 2025	89 (2.13%)	01:11	89 (3.52%)	67 (4.37%)
	% Change	-41.57%	+17.59%	-40.45%	-53.73%
10	/es/programa/				
	01 Abr - 30 Abr, 2025	78 (1.69%)	01:10	70 (2.89%)	60 (3.94%)
	01 Mar - 31 Mar, 2025	48 (1.15%)	01:41	47 (1.86%)	39 (2.54%)
	% Change	+62.50%	-30.30%	+48.94%	+53.85%

Google Analytics v4: Conversões e eventos

Conta: Solve for Tomorrow Latam | Canal de tráfego: All | Filtro: All Users | Período: 01 Abr - 30 Abr, 2025

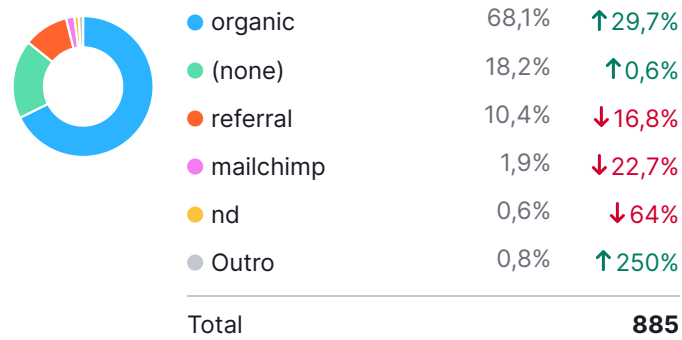
No.	Name	Conversion (01 Abr - 30 Abr, 2025)	Conversion (01 Mar - 31 Mar, 2025)	Change, %
1	sftl_rolagem	5,691	4,994	+13.05%
2	page_view	4,618	4,182	+9.91%
3	user_engagement	3,272	2,978	+9.41%
4	rolagem_25	2,735	2,429	+11.85%
5	session_start	2,396	2,465	-2.84%
6	rolagem_50	1,662	1,460	+12.94%
7	first_visit	1,659	1,847	-10.72%
8	rolagem_75	885	774	+13.38%
9	rolagem_90	408	328	+21.74%
10	scroll	404	332	+19.57%
11	click	213	93	+78.43%
12	form_start	80	56	+35.29%
13	view_search_results	78	46	+51.61%
14	form_submit	70	41	+52.25%
15	file_download	66	68	-2.99%
16	video_progress	47	29	+47.37%

No.	Name	Conversion (01 Abr - 30 Abr, 2025)	Conversion (01 Mar - 31 Mar, 2025)	Change, %
17	click_saida_latin	40	4	+163.64%
18	click_saida_brasil	31	9	+110.00%
19	video_start	21	19	+10.00%
20	click_saida_argentina_uruguai_paraguai	14	7	+66.67%
21	click_saida_bolivia	7	5	+33.33%
22	click_saida_mexico	6	2	+100.00%
23	click_saida_peru	6	2	+100.00%
24	video_complete	6	3	+66.67%
25	click_saida_colombia	5	2	+85.71%
26	click_saida_chile	4	2	+66.67%

Key Events

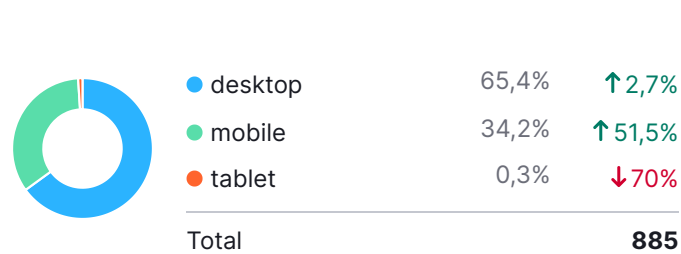
Key Events by Medium

Period: Apr 1 - 30, 2025 | Compare to: Mar 1 - 31, 2025 | Prc



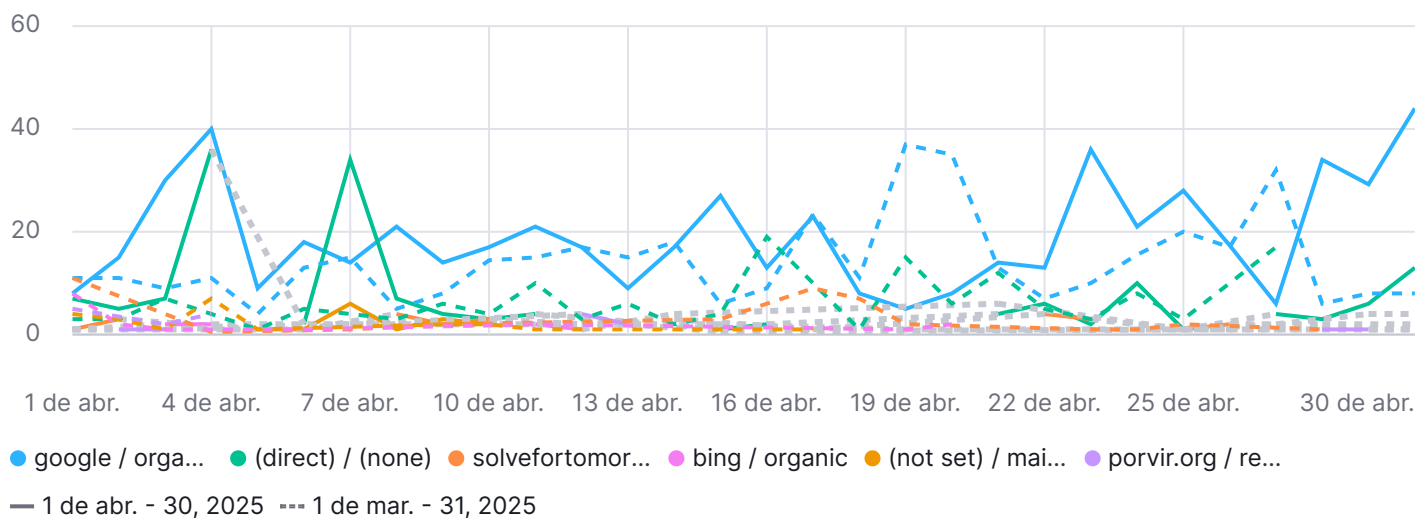
Key Events by Device Category

Period: Apr 1 - 30, 2025 | Compare to: Mar 1 - 31, 2025 | Prc



Key Events by Source / Medium

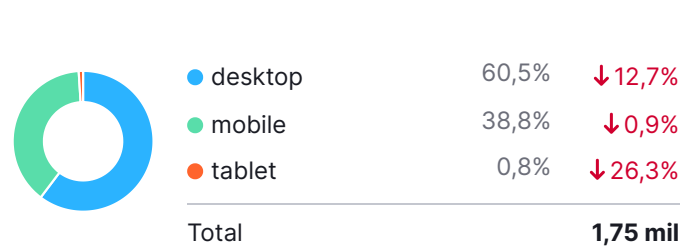
Period: Apr 1 - 30, 2025 | Compare to: Mar 1 - 31, 2025 | Property: Solve for Tomorrow Latam | Outbound: All Links



Audience Insights

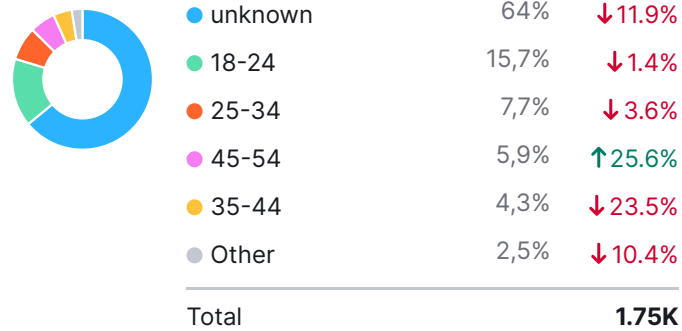
Users by Device Category

Period: Apr 1 - 30, 2025 | Compare to: Mar 1 - 31, 2025 | Prc



Users by Age

Period: Apr 1 - 30, 2025 | Compare to: Mar 1 - 31, 2025 | Prc



Metrics by City

Period: Apr 1 - 30, 2025 | Compare to: Mar 1 - 31, 2025 | Property: Solve for Tomorrow Latam | Outbound: All Links

Cidade	Eventos De Conversão	Visualizações	Sessões	Total De Usuários
(not set)	199 ↑99%	790 ↑52.8%	438 ↑25.5%	351 ↑17.4%
Belem	43 ↑514.3%	598 ↑1.5K%	52 ↑372.7%	9 ↑50%
Sao Paulo	42 ↑110%	302 ↓0.3%	122 ↑6.1%	62 ↓8.8%
Caracas	27 ↑237.5%	67 ↑378.6%	20 ↑233.3%	17 ↑240%
Quito	25 ↑2.4K%	135 ↑1.6K%	40 ↑566.7%	24 ↑300%
Bogota	23 ↓58.2%	144 ↓46.5%	80 ↓38%	61 ↓22.8%
San Jose	22 ↑83.3%	87 ↑4.8%	65 ↑22.6%	51 ↑10.9%
Santiago	21 ↓34.4%	94 ↓45.7%	67 ↓30.2%	38 ↓48.6%
Buenos Aires	20 ↑11.1%	104 ↑121.3%	75 ↑257.1%	55 ↑266.7%

Cidade	Eventos De Conversão	Visualizações	Sessões	Total De Usuários
Cusco	16 ↑100%	59 ↑2.9K%	16 ↑433.3%	13 ↑333.3%
Trujillo	12 ↑200%	26 ↑85.7%	14 ↑40%	12 ↑71.4%
Montevideo	10 ↑100%	41 ↑412.5%	20 ↑185.7%	14 ↑133.3%
Nuestra Senora de La Paz	10 ↓41.2%	26 ↓53.6%	17 ↓58.5%	14 ↓57.6%
Mexico City	9 ↑200%	187 ↑110.1%	53 ↑20.5%	26 ↓3.7%
Guayana City	8 n/a	13 n/a	1 n/a	1 n/a
Seoul	8 ↓57.9%	56 ↓60.3%	18 ↓52.6%	13 ↓45.8%
Arequipa	7 ↑250%	42 ↑281.8%	15 ↑87.5%	13 ↑116.7%
Medellin	7 ↑40%	19 ↓74.3%	19 ↑46.2%	14 ↑40%
Neuquen	7 ↑600%	30 ↑1.4K%	9 ↑350%	8 ↑700%
Panama City	7 ↑40%	23 ↑21.1%	22 ↑46.7%	16 ↑60%
Santiago De Los Caballeros	7 ↑100%	17 ↑1.6K%	5 ↑400%	3 ↑200%
Belo Horizonte	6 ↑100%	20 ↑11.1%	16 0%	10 0%
Cartago	6 ↑500%	12 ↑500%	9 ↑200%	7 ↑250%
Guatemala City	6 ↓45.5%	21 ↓40%	16 ↓46.7%	10 ↓50%
Juliaca	6 ↓45.5%	21 ↓4.5%	3 ↑200%	2 ↑100%

Relatórios adicionais GA4

Tempo médio geral engajamento:

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

Análise do período

Grupo 1: Argentina, Uruguai, Chile

- **Argentina:** Tempo médio caiu de **1 min 32 s para 1 min 20 s** (-13%), indicando leve perda de engajamento.
- **Uruguai:** Teve redução de **2 min 51 s para 1 min 20 s** (-53%), o que é preocupante.
- **Chile:** Caiu drasticamente de **10 min 49 s para 0 s** (-100%), sinal claro de ausência ou falha de tráfego engajado.

Recomendação: Monitorar se houve mudanças no conteúdo ou problemas de rastreamento. Reforçar ações de SEO e UX para reter usuários no Chile e Uruguai.

Grupo 2: Brasil, Paraguai, Bolívia

- **Brasil:** Variações nas entradas, com média geral de **queda de 1 min 10 s para 1 min 06 s** (-5,9%), ainda mantendo bom tempo.
- **Paraguai:** Queda expressiva de **2 min 12 s para 1 min 04 s** (-51,66%), sinal de enfraquecimento de engajamento.
- **Bolívia:** Forte recuperação, de **6s para 2 min 41 s** (+2239%), evidenciando excelente melhora.

Recomendação: Manter e ampliar esforços na Bolívia, que mostrou avanço. No Paraguai, revisar páginas de entrada e ajustar conteúdo para reter usuários.

Grupo 3: Peru, Equador, Colômbia

- **Peru:** Tempo aumentou de **1 min 42 s para 2 min 05 s** (+23,1%), bom sinal de conteúdo atrativo.
- **Equador:** Crescimento relevante de **32s para 1 min 31 s** (+183,72%).
- **Colômbia:** Aumento expressivo de **11s para 1 min 52 s** (+918,18%).

Recomendação: Grupo com excelente desempenho. Aproveitar o momento para impulsionar páginas de destaque e links internos que prolonguem a navegação.

Grupo 4: Venezuela, Panamá, Costa Rica

- **Venezuela:** Tempo caiu de **7 min 48 s para 15 s** (-96,8%), indicando problema técnico ou perda total de engajamento.
- **Panamá:** Queda severa de **2 min 51 s para 1 min 20 s** (-53,12%).
- **Costa Rica:** Aumento expressivo de **27s para 1 min 58 s** (+334,5%).

Recomendação: Investigar o que causou a queda na Venezuela (ex: erro técnico ou página fora do ar). Costa Rica merece reforço de presença orgânica.

Grupo 5: Nicarágua, El Salvador, Honduras

- **Nicarágua:** Tempo aumentou de **17s para 2 min 23 s** (+729,95%), excelente melhora.
- **El Salvador:** Crescimento de **1 min 17 s para 1 min 12 s** (-5,57%), relativamente estável.
- **Honduras:** Alta significativa de **35s para 1 min 47 s** (+183,72%).

Recomendação: Reforçar a presença de conteúdo para esse grupo, aproveitando o bom momento de engajamento, principalmente na Nicarágua e Honduras.

Grupo 6: República Dominicana, Belize, Guatemala

- **República Dominicana:** Crescimento de **33s para 41s** (+24,24%), leve, mas positivo.
- **Belize:** Crescimento expressivo de **11s para 37s** (+236,36%).
- **Guatemala:** Queda acentuada de **1 min 22 s para 1 min 12 s** (-11,55%).

Recomendação: Investir em mais conteúdo otimizado para a Guatemala. Belize e República Dominicana têm sinal de recuperação.

Grupo 7: México

- **México:** Tempo subiu de **47s para 1 min 23 s** (+76,6%), indicando maior retenção.

Recomendação: Manter e fortalecer estratégias atuais, como conteúdo localizado e bom desempenho técnico, pois o México voltou a ganhar engajamento.

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%3D20250401%26_u.6E99-4FC2-B1EA-2FCA6DBB2670&collectionId=8455506105 siga

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

Q Pesquisar...

País ▼

Caminho da pági...classe da tela ▼ X

Análise do período

Análise das Páginas Mais Acessadas por País — Solve for Tomorrow Latam (Abril de 2025)

Fonte: Relatório “SFTL - País x páginas.pdf”

Visão Geral

No mês de abril de 2025, o relatório das 100 páginas mais acessadas do site <https://solvefortomorrowlatam.com/> mostra uma distribuição de tráfego ainda bastante concentrada em países-chave da América Latina, especialmente México, Brasil, Peru, Colômbia e Argentina. A maioria dos acessos segue vindo de páginas institucionais e conteúdos relacionados aos projetos STEM locais.

Destaques por Grupo de Países

Grupo 1 — Argentina, Uruguai, Chile

- **Argentina:** Crescimento discreto na participação entre as páginas mais acessadas. Destaque para conteúdos em /es/ e projetos como o “*STEAM na Prática*”.
- **Chile:** Tráfego manteve estabilidade. As páginas de projeto seguem recebendo visualizações consistentes.
- **Uruguai:** Ainda representa uma fração menor do tráfego, com poucas páginas nos rankings de acesso, o que reforça a necessidade de fortalecimento da divulgação local.

Recomendação: Explorar conteúdos com CTAs em espanhol voltados à formação de professores, que têm apresentado bom desempenho na Argentina.

Grupo 2 — Paraguai, Brasil, Bolívia

- **Brasil:** Fortemente presente nas TOP 100, com diversas URLs em destaque, incluindo conteúdos da homepage, projetos educacionais e páginas como “/pt/projeto/”.
- **Paraguai:** Baixa presença nos rankings. Precisa de maior estímulo de campanhas orgânicas.
- **Bolívia:** Aparece com mais frequência do que o Paraguai, com visitas em páginas de projeto específicas.

Recomendação: Reforçar conteúdos localizados para Paraguai e Bolívia; manter a performance do Brasil com SEO técnico e conteúdos novos para manter a posição.

Grupo 3 — Peru, Equador, Colômbia

- **Peru:** Entre os países com maior participação. Páginas de projetos locais estão entre as mais acessadas.
- **Colômbia:** Crescimento notável no volume de acessos em comparação ao mês anterior. Fortalecimento das páginas “/es/” e projetos educacionais.
- **Equador:** A presença é tímida. Poucas páginas aparecem entre as TOP 100.

Recomendação: Investir em palavras-chave de cauda longa e reforçar o conteúdo de projetos para o Equador. Peru e Colômbia podem se beneficiar de maior estruturação interna via links cruzados.

Grupo 4 — Venezuela, Panamá, Costa Rica

- **Venezuela:** Registrou bom posicionamento com páginas de projeto e conteúdo educacional geral.
- **Panamá e Costa Rica:** Baixa recorrência entre as TOP 100.

Recomendação: Criar conteúdos específicos para Panamá e Costa Rica baseados em dúvidas frequentes de professores e alunos. A Venezuela pode ser trabalhada com foco em engajamento via redes sociais.

Grupo 5 — Nicarágua, El Salvador, Honduras

- Pouca representação geral. Quase nenhuma página relacionada a esses países está entre as TOP 100.

Recomendação: Priorizar estratégias de visibilidade e aquisição orgânica para esse grupo. Explorar temas educacionais locais ou promover projetos anteriores de destaque regional.

Grupo 6 — República Dominicana, Belize, Guatemala

- **Guatemala:** Aparece com mais força que os demais do grupo.
- **República Dominicana e Belize:** Tráfego ainda muito baixo, com nenhuma página recorrente entre as principais.

Recomendação: Implementar conteúdo evergreen (como “O que é STEM?” em espanhol) e estruturar links internos para ampliar o tráfego dessas regiões.

Grupo 7 — México

- **México:** Um dos líderes absolutos de tráfego. A maioria das páginas “/es/” mais acessadas está relacionada a esse país, incluindo projetos locais e a página principal.

Recomendação: Manter o ritmo com conteúdos atualizados sobre o projeto no México e reforçar links internos entre as páginas para melhorar o tempo de sessão e engajamento.