



SFTL - Google Analytics v4

Principais indicadores por usuários

Sumário

Análise do período	3
Overview	4
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	6
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

Resumo Geral – Google Analytics 4 (Maio de 2025)

Período analisado: 1 a 31 de maio de 2025

Comparativo: Abril de 2025

Visão Geral

- **Sessões:** 3.240 (+33,6%)
- **Total de usuários:** 2.340 (+31,9%)
- **Novos usuários:** 2.180 (+32,5%)
- **Eventos de conversão:** 977 (+10,4%)
- **Taxa de conversão por evento:** 21,3% (+12,8%)
- **Taxa de rejeição:** 36,9% (+1,1%)

O mês de maio apresentou crescimento consistente em sessões e usuários, tanto novos quanto recorrentes, com destaque para um aumento expressivo na geração de eventos e interações dentro do site. A taxa de rejeição se manteve estável.

Principais Canais de Tráfego

- **Pesquisa orgânica:** 1.366 usuários (+27,8% em relação a abril)
- **Direto:** 646 usuários (+50,5%)
- **Referência:** 236 usuários (+36,4%)
- **Orgânico de redes sociais:** 29 usuários (+163,6%)

A pesquisa orgânica segue como a principal fonte de tráfego, respondendo por 57% dos usuários. Redes sociais dobraram sua contribuição, ainda que em valores absolutos modestos. O tráfego direto também teve avanço relevante.

Comportamento dos Visitantes

- **Novos visitantes:** 67,6% do total
- **Recorrentes:** 26%
- A distribuição de visitas mostra uma tendência contínua de novos usuários conhecendo o projeto, o que reforça a importância de conteúdos introdutórios e páginas institucionais bem estruturadas.

Principais Páginas do Site

As URLs mais acessadas mostram crescimento em quase todas as frentes:

- A página principal em espanhol (/es/) teve aumento de 90% nas exibições.
- A página inicial em inglês (/en/) teve crescimento superior a 110%.
- Páginas específicas de conteúdo, como desafios sociais e práticas inspiradoras, também tiveram desempenho positivo, sugerindo maior profundidade de navegação.

Destaques de Engajamento

- **Sessões engajadas:** crescimento expressivo na maioria das páginas, com algumas páginas dobrando o número de interações.
- **Tempo médio por página:** mantido entre 30 segundos e 1 minuto e meio, variando conforme o tipo de conteúdo.

Conversões e Eventos

Os principais eventos que cresceram:

- **Scroll total (sftl_rolagem):** +14,8%
- **Page_view:** +16,8%
- **User_engagement:** +17,9%
- **Cliques de saída por país (ex: México, Colômbia, Chile):** crescimento acima de 100% em alguns casos

A performance de eventos mostra que os visitantes não apenas acessaram mais, mas também se engajaram melhor com os conteúdos, inclusive com forte avanço em cliques de saída para páginas específicas por país.

Dispositivos e Demografia

- **Acesso por desktop:** 60,6% (+33,1%)
- **Mobile:** 38,2% (+30,8%)
- **Tablet:** 1,2% (+92,9%)

O desktop ainda é dominante, mas o mobile segue importante. A maioria dos acessos ainda é de visitantes com idade indefinida no sistema, mas o público de 18 a 24 anos se mantém como principal segmento conhecido (15,6%).

Overview

Sessões

3,24 mil ↑33,6%

Total de usuários

2,34 mil ↑31,9%

Novos usuários

2,18 mil ↑32,5%

Eventos de conversão

977 ↑10,4%

Taxa de eventos de conve...

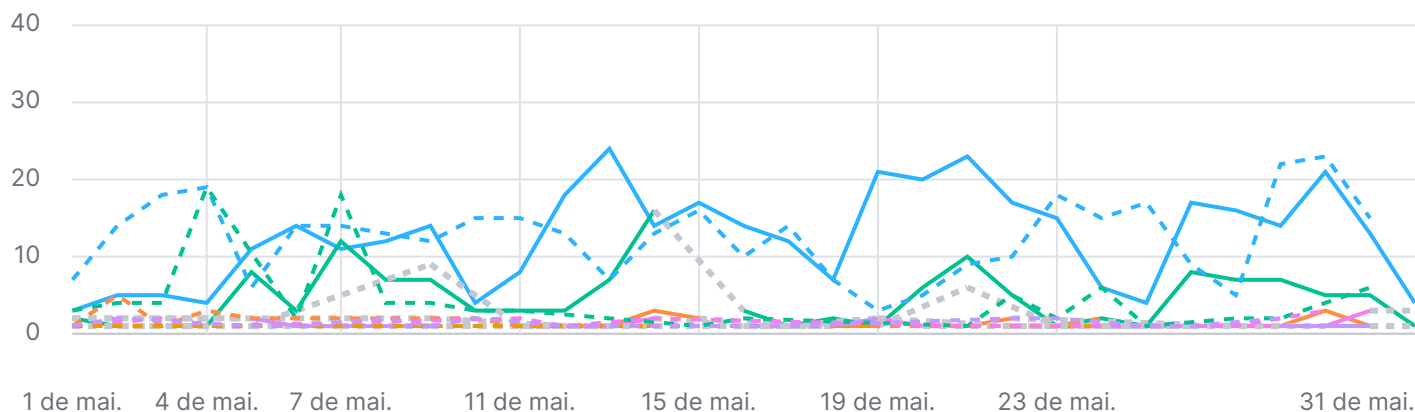
21,3% ↓12,8%

Taxa de rejeição

36,9% ↓1,1%

Usuários: Origem / Mídia

Período: May 1 - 31, 2025 | Comparar com: Apr 1 - 30, 2025 | Propriedade: Solve for Tomorrow Latam | Outbound: Todos os

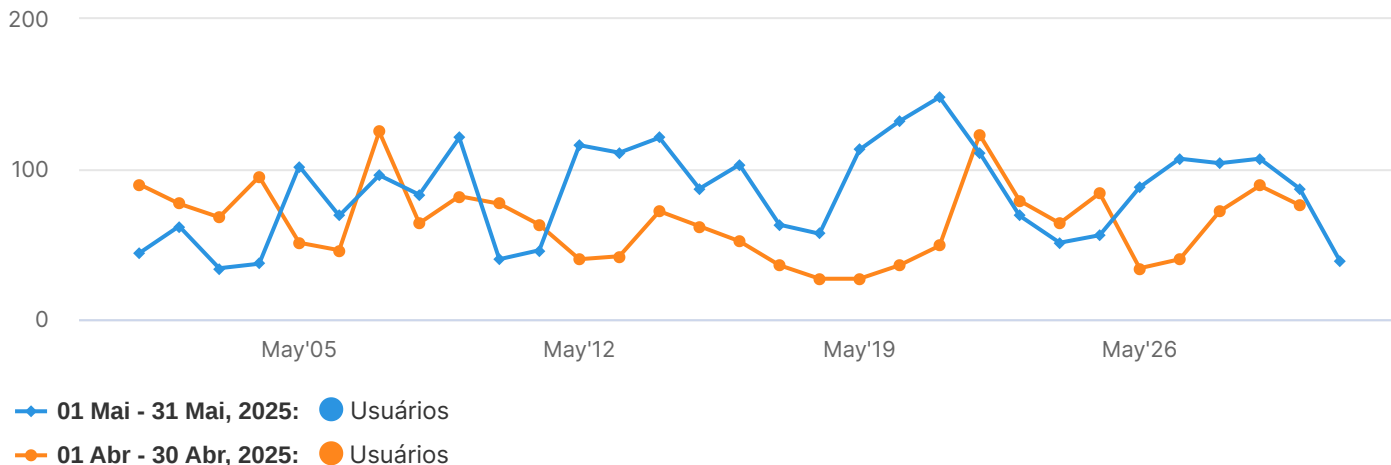


● google / orga... ● (direct) / (none) ● (not set) / mai... ● bing / organic ● samsung.com... ● solvefortomor...

— 1 de mai. - 31, 2025 --- 1 de abr. - 30, 2025

Google Analytics v4: Gráfico de métricas

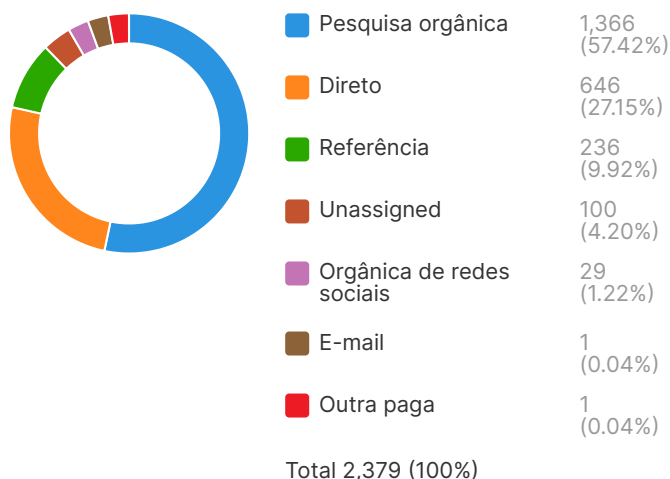
Conta: Solve for Tomorrow Latam | Canal de tráfego: Todos | Filtro: Todos os usuários



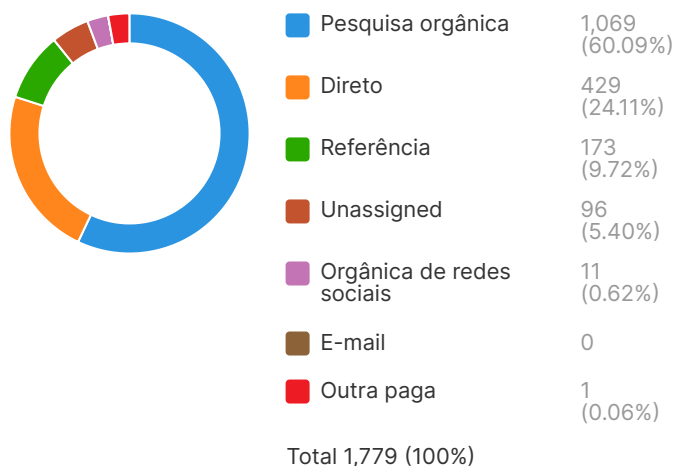
Google Analytics v4: Principais canais de tráfego por usuário

Conta: Solve for Tomorrow Latam | Filtro: All Users

01 Mai - 31 Mai, 2025



01 Abr - 30 Abr, 2025



Google Analytics v4: Visitantes novos x recorrentes

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

01 Mai - 31 Mai, 2025



01 Abr - 30 Abr, 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 Mai - 31 Mai, 2025	694 (12.70%)	00:42	583 (17.98%)	440 (21.51%)
	01 Abr - 30 Abr, 2025	365 (7.90%)	00:44	291 (12.00%)	218 (14.33%)
	% Change	+90.14%	-4.61%	+100.34%	+101.83%
2	/en/				
	01 Mai - 31 Mai, 2025	428 (7.83%)	00:32	387 (11.94%)	283 (13.83%)
	01 Abr - 30 Abr, 2025	202 (4.37%)	00:29	175 (7.21%)	130 (8.55%)
	% Change	+111.88%	+9.58%	+121.14%	+117.69%
3	/				
	01 Mai - 31 Mai, 2025	334 (6.11%)	00:36	312 (9.62%)	134 (6.55%)
	01 Abr - 30 Abr, 2025	347 (7.51%)	00:32	284 (11.71%)	136 (8.94%)
	% Change	-3.75%	+12.56%	+9.86%	-1.47%
4	/es/entrada/desafios-sociales/				
	01 Mai - 31 Mai, 2025	119 (2.18%)	01:16	96 (2.96%)	64 (3.13%)
	01 Abr - 30 Abr, 2025	301 (6.52%)	01:26	249 (10.26%)	183 (12.03%)
	% Change	-60.47%	-11.58%	-61.45%	-65.03%
5	/es/programa/				
	01 Mai - 31 Mai, 2025	159 (2.91%)	01:09	154 (4.75%)	134 (6.55%)
	01 Abr - 30 Abr, 2025	78 (1.69%)	01:10	70 (2.89%)	60 (3.94%)
	% Change	+103.85%	-1.35%	+120.00%	+123.33%
6	/es/practicas-inspiradoras/				
	01 Mai - 31 Mai, 2025	124 (2.27%)	01:31	110 (3.39%)	92 (4.50%)
	01 Abr - 30 Abr, 2025	75 (1.62%)	02:00	63 (2.60%)	57 (3.75%)
	% Change	+65.33%	-24.13%	+74.60%	+61.40%
7	/es/materiales-sugeridos-samsung-solve-for-tomorrow/				
	01 Mai - 31 Mai, 2025	110 (2.01%)	01:07	93 (2.87%)	69 (3.37%)
	01 Abr - 30 Abr, 2025	35 (0.76%)	01:01	37 (1.53%)	21 (1.38%)
	% Change	+214.29%	+8.51%	+151.35%	+228.57%
8	/en/entry/social-challenges/				

No.	Page	Exibições de página ▼	Tempo médio na página	Sessões	Sessões engajadas
	01 Mai - 31 Mai, 2025	54 (0.99%)	00:52	48 (1.48%)	33 (1.61%)
	01 Abr - 30 Abr, 2025	97 (2.10%)	00:40	85 (3.50%)	58 (3.81%)
	% Change	-44.33%	+29.83%	-43.53%	-43.10%
9	/en/program/				
	01 Mai - 31 Mai, 2025	96 (1.76%)	00:46	86 (2.65%)	68 (3.32%)
	01 Abr - 30 Abr, 2025	61 (1.32%)	00:43	62 (2.56%)	46 (3.02%)
	% Change	+57.38%	+7.59%	+38.71%	+47.83%
10	/es/design-thinking-ruta-de-proyectos-solve-for-tomorrow/				
	01 Mai - 31 Mai, 2025	93 (1.70%)	00:30	72 (2.22%)	56 (2.74%)
	01 Abr - 30 Abr, 2025	56 (1.21%)	00:53	46 (1.90%)	31 (2.04%)
	% Change	+66.07%	-43.61%	+56.52%	+80.65%

Google Analytics v4: Conversões e eventos

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

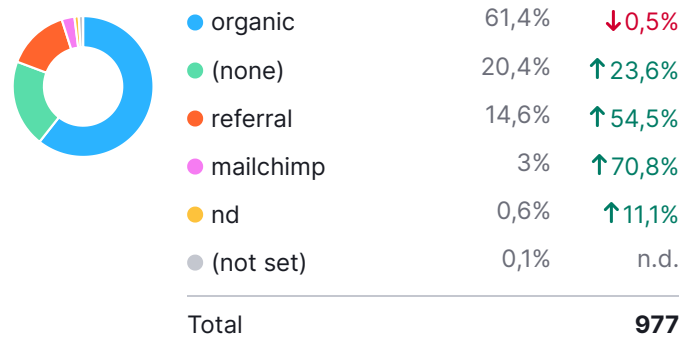
No.	Name	Conversion (01 Mai - 31 Mai, 2025)	Conversion (01 Abr - 30 Abr, 2025)	Change, %
1	sftl_rolagem	6,600	5,691	+14.79%
2	page_view	5,466	4,618	+16.82%
3	user_engagement	3,918	3,272	+17.97%
4	rolagem_25	3,226	2,735	+16.47%
5	session_start	3,217	2,396	+29.25%
6	first_visit	2,192	1,659	+27.68%
7	rolagem_50	1,963	1,662	+16.61%
8	rolagem_75	977	885	+9.88%
9	click	576	213	+92.02%
10	rolagem_90	429	408	+5.02%
11	scroll	425	404	+5.07%
12	click_saida_latam	114	40	+96.10%
13	form_start	75	80	-6.45%
14	click_saida_mexico	73	6	+169.62%
15	file_download	69	66	+4.44%
16	click_saida_colombia	62	5	+170.15%

No.	Name	Conversion (01 Mai - 31 Mai, 2025)	Conversion (01 Abr - 30 Abr, 2025)	Change, %
17	form_submit	56	70	-22.22%
18	view_search_results	53	78	-38.17%
19	video_progress	52	47	+10.10%
20	click_saida_brasil	41	31	+27.78%
21	click_saida_chile	33	4	+156.76%
22	click_saida_bolivia	31	7	+126.32%
23	click_saida_peru	30	6	+133.33%
24	video_start	23	21	+9.09%
25	click_saida_argentina_uruguai_paraguai	16	14	+13.33%
26	video_complete	9	6	+40.00%

Key Events

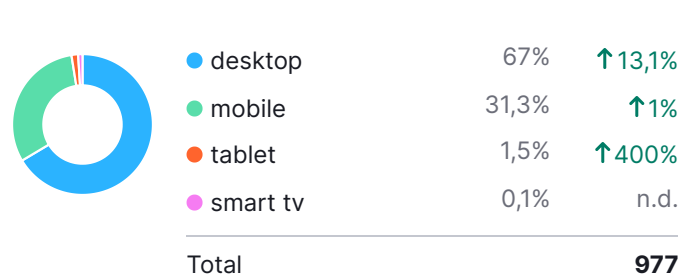
Eventos de conversão: Mídia

Período: May 1 - 31, 2025 | Comparar com: Apr 1 - 30, 2025



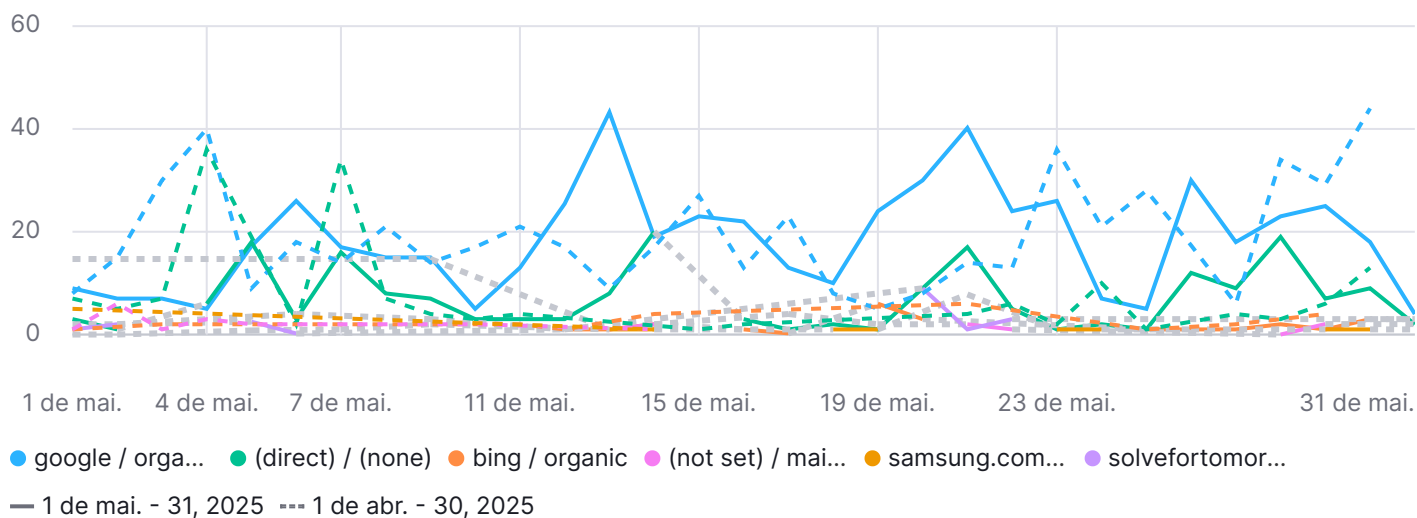
Eventos de conversão: Categoria do disp...

Período: May 1 - 31, 2025 | Comparar com: Apr 1 - 30, 2025



Eventos de conversão: Origem / Mídia

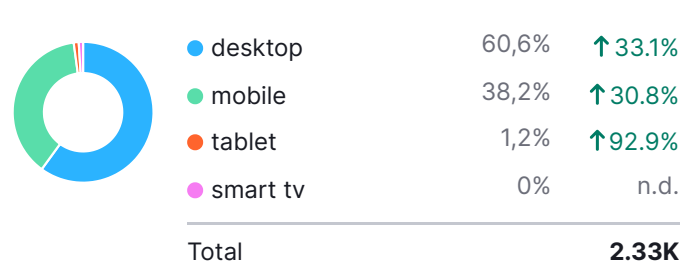
Período: May 1 - 31, 2025 | Comparar com: Apr 1 - 30, 2025 | Propriedade: Solve for Tomorrow Latam | Outbound: Todos os



Audience Insights

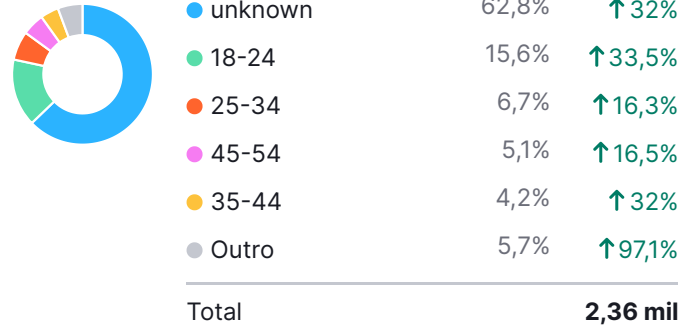
Users: Device Category

Period: May 1 - 31, 2025 | Compare to: Apr 1 - 30, 2025 | Pr



Usuários: Idade

Período: May 1 - 31, 2025 | Comparar com: Apr 1 - 30, 2025



Metrics: City

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

Cidade	Eventos De Conversão	Visualizações	Sessões	Total De Usuários
(not set)	176 ↓ 11.6%	924 ↑ 17%	622 ↑ 42%	490 ↑ 39.6%
Bogota	49 ↑ 113%	247 ↑ 71.5%	140 ↑ 75%	93 ↑ 52.5%
Nuestra Senora de La Paz	26 ↑ 160%	80 ↑ 207.7%	46 ↑ 170.6%	31 ↑ 121.4%
Buenos Aires	25 ↑ 25%	162 ↑ 55.8%	103 ↑ 37.3%	76 ↑ 38.2%
Sao Paulo	25 ↓ 40.5%	296 ↓ 2%	120 ↓ 1.6%	75 ↑ 21%
Quito	22 ↓ 12%	127 ↓ 5.9%	56 ↑ 40%	38 ↑ 58.3%
Santiago	22 ↑ 4.8%	113 ↑ 20.2%	85 ↑ 26.9%	54 ↑ 42.1%
Suwon-si	21 ↑ 100%	67 ↑ 2.1K%	33 ↑ 1.6K%	6 ↑ 500%
Caracas	18 ↓ 33.3%	100 ↑ 49.3%	44 ↑ 120%	33 ↑ 94.1%

Cidade	Eventos De Conversão	Visualizações	Sessões	Total De Usuários
Belem	17 ↓60.5%	282 ↓52.8%	41 ↓21.2%	4 ↓55.6%
Irapuato	17 ↑750%	50 ↑1.2K%	35 ↑1.7K%	21 ↑950%
Mexico City	16 ↑77.8%	142 ↓24.1%	87 ↑64.2%	57 ↑119.2%
Panama City	16 ↑128.6%	64 ↑178.3%	36 ↑63.6%	24 ↑50%
Barrancabermeja	15 n/a	44 n/a	7 n/a	3 n/a
San Pedro	12 ↑100%	22 ↑1K%	3 ↑200%	1 0%
Belize City	11 ↑100%	22 ↑2.1K%	19 ↑1.8K%	12 ↑1.1K%
Medellin	11 ↑57.1%	57 ↑200%	40 ↑110.5%	29 ↑107.1%
San Fernando de Apure	11 n/a	17 n/a	3 n/a	2 n/a
Managua	9 n/a	59 n/a	27 n/a	17 n/a
Naucalpan de Juarez	9 ↑350%	52 ↑940%	9 ↑125%	5 ↑150%
Santa Cruz De La Sierra	8 ↑300%	31 ↑181.8%	16 ↑45.5%	12 ↑33.3%
Ashburn	7 ↑250%	9 ↑80%	9 ↑80%	9 ↑80%
Barranquilla	7 ↑133.3%	38 ↑280%	23 ↑187.5%	14 ↑100%
Penjamo	7 n/a	14 n/a	3 n/a	1 n/a
Rio de Janeiro	7 ↑40%	22 ↓42.1%	14 ↓56.3%	10 ↓16.7%

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:** 1min31s → 1min33s (+2,2%)
- Leve aumento, indicando estabilidade no consumo de conteúdo.
- **Uruguai:** 6min09s → 3min42s (-39,58%)
- Queda expressiva; pode indicar perda de interesse ou problemas de carregamento/conteúdo menos relevante.
- **Chile:** 1min02s → 1min04s (+3,2%)
- Estável, com leve alta. Manter estratégia de conteúdo atual.

Recomendação:

Melhorar o desempenho no Uruguai com revisão de páginas mais acessadas, otimização de carregamento e atualização de conteúdos locais.

Grupo 2: Brasil, Paraguai, Bolívia

- **Brasil:** 2min06s → 3min52s (+82,52%)
- Forte crescimento. Possivelmente reflexo de campanhas locais ou conteúdos mais segmentados.
- **Paraguai:** 1min59s → 3min27s (+73,91%)
- Excelente evolução. Sugere maior engajamento com os materiais publicados no mês.
- **Bolívia:** 1min12s → 4min04s (+239,37%)
- Destaque absoluto entre os países, com aumento acentuado no tempo de engajamento.

Recomendação:

Reforçar presença nesses três países com mais conteúdos similares aos acessados no período e analisar as origens de tráfego que resultaram nesse engajamento.

Grupo 3: Peru, Equador, Colômbia

- **Peru:** 1min33s → 2min02s (+34,59%)
- **Equador:** 1min37s → 1min34s (-3,07%)
- **Colômbia:** 40s → 2min28s (+270%)

Recomendação:

Destaque positivo para a Colômbia. Já no Equador, o leve recuo merece atenção — revisar títulos de páginas e estrutura do site pode ajudar a reverter.

Grupo 4: Venezuela, Panamá, Costa Rica

- **Venezuela:** 2min11s → 9s (-93,13%)
- Queda drástica, possivelmente causada por erro técnico, páginas fora do ar ou mudança brusca de conteúdo.
- **Panamá:** 44s → 1min30s (+104,55%)
- Forte aumento. Pode indicar bom alinhamento dos temas com o interesse local.
- **Costa Rica:** 45s → 1min30s (+100%)
- Também com excelente melhora.

Recomendação:

Urgente revisar a performance técnica e conteúdos exibidos para a Venezuela. Segmentar ainda mais o conteúdo para manter crescimento no Panamá e Costa Rica.

Grupo 5: Nicarágua, El Salvador, Honduras

- **Nicarágua:** 1min33s → 37s (-60,45%)
- **El Salvador:** 1min31s → 37s (-59,73%)
- **Honduras:** 1min16s → 52s (-31,58%)

Recomendação:

Atenção ao grupo: todos os países apresentaram quedas significativas. Sugere-se realizar testes de usabilidade e revisão dos principais fluxos de navegação.

Grupo 6: República Dominicana, Belize, Guatemala

- **República Dominicana:** 1min03s → 50s (-20,63%)
- **Belize:** 50s → 1min02s (+24%)
- **Guatemala:** 0s → 1min52s (nova entrada)

Recomendação:

Monitorar o comportamento recente da Guatemala, que entra com bom engajamento. Manter crescimento em Belize e reavaliar conteúdos de RD para frear a queda.

Grupo 7: México

- **México:** 57s → 53s (-7,02%)
- Queda leve, porém contínua. Manter atenção ao desempenho e testar diferentes abordagens editoriais.

Conclusão Geral

- **Destaques Positivos:** Bolívia, Colômbia, Brasil e Paraguai apresentaram os maiores aumentos no tempo médio de engajamento.
- **Alertas:** Venezuela teve a maior queda entre todos os países. Nicarágua e El Salvador também exigem intervenção.

- **Oportunidades:** A reentrada forte da Guatemala sugere que há espaço para expansão nesse país com conteúdos adaptados.

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

- 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)

Brasil

- O Brasil manteve a liderança no volume de visualizações com mais de **5.400 acessos** ao longo do mês.
- As páginas de destaque foram:
- **Página inicial** ("/")
- Conteúdos em português com foco em **educação conectada, ODS, design thinking, e projetos práticos** (ex: /5-projetos..., /praticas-inspiradoras/, /projeto/bengala..., /educacao-inclusiva...).
- Recomenda-se manter a produção de conteúdo sobre **projetos de impacto social e educação inclusiva**, além de reforçar a **versão em português das páginas-chave**.

México

- Segundo país com maior volume de acessos, ultrapassando **2.300 visualizações**.

- Destaques:
- Página inicial em espanhol ("/es/")
- Entradas como **desafios sociais**, **programa**, e **jovens criam app para transporte público**.
- O conteúdo localizado e atualizado em espanhol segue sendo essencial. Manter títulos atrativos e páginas bem estruturadas no idioma é prioridade.

Colômbia

- Forte presença com dezenas de páginas entre as 100 mais acessadas.
- Destaques:
- "/es/", "/es/pais/colombia/", "/es/practicas-inspiradoras/", e páginas de projeto como a do **biocombustível com cactos**.
- Sugere-se reforçar a indexação das práticas locais e manter conteúdos voltados à aplicação de STEM no cotidiano.

Peru

- Teve boa distribuição entre páginas diversas de prática, projeto e entrada.
- Entre os destaques:
- Projetos como **biofiltros para rios**, **biodigestores**, **IA aplicada à linguagem de sinais**, e apoio emocional a jovens.
- O Peru se mantém como país com **forte engajamento com conteúdo técnico-pedagógico**, o que justifica seguir produzindo estudos de caso nesse formato.

Venezuela

- Páginas relevantes incluem:
- "/es/", "/es/pais/venezuela/", "/es/proyecto/planta-comunitaria...", "/es/entrada/desafios-sociales/"
- Os acessos indicam boa tração nas páginas institucionais e de apresentação de projetos.
- Investir em práticas locais e páginas de projeto específicas para o país pode gerar ainda mais visibilidade.

Outros países do projeto (presentes nas top 100):

- **Argentina:** Destaques incluem "/es/", "/es/programa/", "/es/practica/juego-com-scratch...".
- **Chile:** Acessos notáveis em "/es/practica/dispositivo..." e "/es/practicas-inspiradoras/".
- **Bolívia:** Entradas como "/es/pais/bolivia/", "/en/country/bolivia/" aparecem com frequência.
- **Ecuador, Guatemala, Belize, República Dominicana, Panamá, Honduras, Nicaragua:** Tiveram presença pontual, mas ainda com relevância em práticas específicas.

- **Estados Unidos, Índia, Malásia e Hong Kong** também aparecem, mas foram desconsiderados por não fazerem parte dos grupos-alvo.

Considerações Finais

- O padrão de acessos continua favorecendo **páginas locais** com forte apelo educativo e social, especialmente em **espanhol** e **português**.
- **Ações recomendadas:**
 1. Continuar localizando conteúdos para países-chave (Brasil, México, Colômbia, Peru e Venezuela).
 2. Priorizar páginas práticas de impacto, com exemplos de alunos e projetos reais.
 3. Monitorar URLs com tempo de engajamento acima de 1min30s para reaproveitamento em campanhas.