



SFTL - Google Analytics v4

Principais indicadores por usuários

Sumário

Análise do período	3
Resumo geral — Outubro/2025 vs. Setembro/2025	4
Canais por usuários	4
Visitantes novos x recorrentes (por sessões)	4
Conversões e eventos	5
Dispositivos (usuários, share em out/25)	5
Leitura objetiva	5
Ações rápidas	5
Overview	5
Google Analytics v4: Gráfico de métricas	7
Google Analytics v4: Principais canais de tráfego por usuário	7
Google Analytics v4: Visitantes novos x recorrentes	7
Google Analytics v4: Principais exibições de página	8
Google Analytics v4: Conversões e eventos	9
Key Events	10
Audience Insights	12
Relatórios adicionais GA4	14
Análise do período	14
Análise do período	16

Análise do período

Resumo geral — Outubro/2025 vs. Setembro/2025

- Usuários: **2.834** vs **3.538** (-19,9%).
- Sessões: **4.916** vs **6.381** (-22,9%).
- Eventos de conversão (total out/25): **3,38 mil**.

Canais por usuários

Out/25:

- Orgânico: **1.370** (48,34%).
- Direto: **1.201** (42,38%).
- Referência: **145** (5,12%).
- Unassigned: **95** (3,35%).
- Social orgânico: **22** (0,78%).
- E-mail: **1** (0,04%).
- Total **2.834**.

Set/25:

- Orgânico: **1.396** (39,46%).
- Direto: **1.331** (37,62%).
- Referência: **690** (19,50%).
- Unassigned: **97** (2,74%).
- Social orgânico: **20** (0,57%).
- Outra paga: **2** (0,06%).
- E-mail: **1** (0,03%).
- Vídeo orgânico: **1** (0,03%).
- Total **3.538**.

Visitantes novos x recorrentes (por sessões)

- Out/25: **4.916 sessões** (novos 2.498; recorrentes 2.036; indef. 382).

- Set/25: **6.381 sessões** (novos 3.048; recorrentes 2.779; indef. 554).

Conversões e eventos

Queda ampla por evento de engajamento entre set → out. Exemplos:

- session_start: **4.639** vs **6.354** (-31,2%).
- user_engagement: **5.534** vs **7.226** (-26,5%).
- click: **2.496** vs **3.480** (-32,9%).
- form_submit: **75** vs **95** (-23,5%).

Dispositivos (usuários, share em out/25)

- Desktop **67,4%**, Mobile **32,1%**, Tablet **0,9%**. Total base **~2,8 mil** usuários.

Leitura objetiva

- Queda de **~20% em usuários** e **~23% em sessões**. Perda concentra-se em **referência** (690→145) e **direto** (1.331→1.201); **orgânico** manteve volume similar (1.396→1.370).
- Engajamento caiu em eventos core (session_start, user_engagement, click), coerente com a retração de sessões.

Ações rápidas

1. **Referência:** auditar domínios que geraram 690 usuários em set/25 e caíram em out/25. Recuperar links ativos e reforçar UTMs.
2. **Direto:** checar campanhas sem UTM e acessos por materiais offline/WhatsApp; padronizar origem/mídia.
3. **Engajamento:** revisar carregamento e CLS nas páginas com maior volume em out/25; quedas de session_start e user_engagement sugerem fricção inicial.
4. **E-mail:** manter Mailchimp como apoio de pico, mas com UTMs consistentes e testes A/B de assunto.

Overview

Sessões

4,86 mil ↓23,1%

Total de usuários

2,83 mil ↓20%

Novos usuários

2,36 mil ↓22,3%

Eventos de conversão

3,38 mil ↓23,5%

Taxa de eventos de conve...

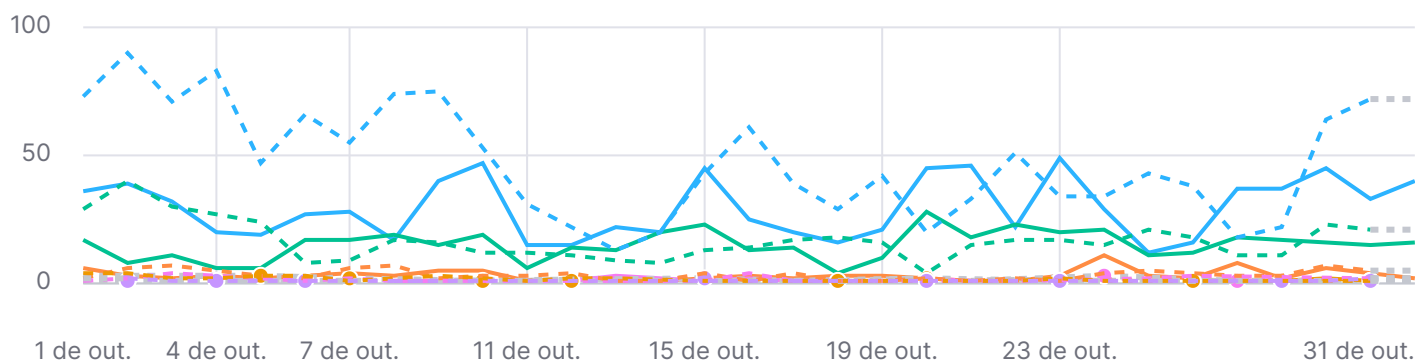
41,2% ↑2,5%

Taxa de rejeição

31% ↑6,4%

Usuários: Origem / Mídia

Período: 1 – 31 de out. de 2025 | Comparar com: 1 – 30 de set. de 2025 | Propriedade: Solve for Tomorrow Latam | Saída: Tod

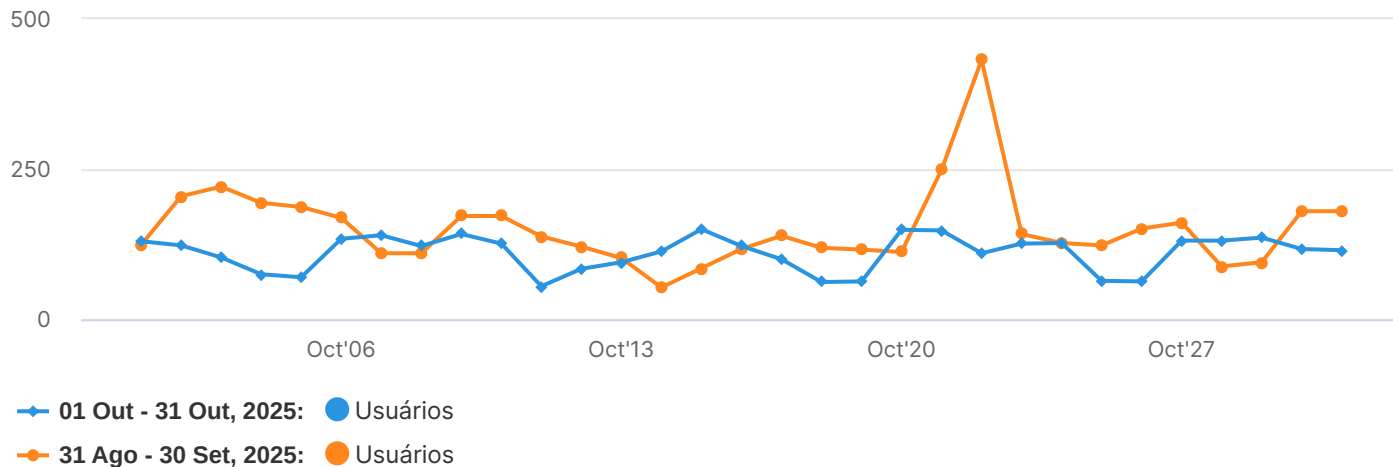


(direct) / (none) google / organic (not set) / mailchimp mailchi.mp / referral bing / organic
news.samsung.com / referral

— 1 de out. - 31, 2025 --- 1 de set. - 30, 2025

Google Analytics v4: Gráfico de métricas

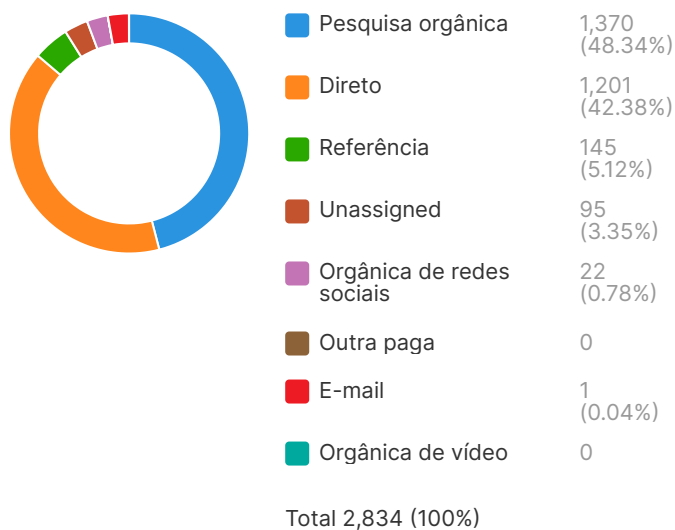
Conta: Solve for Tomorrow Latam | Canal de tráfego: Todos | Filtro: Todos os usuários



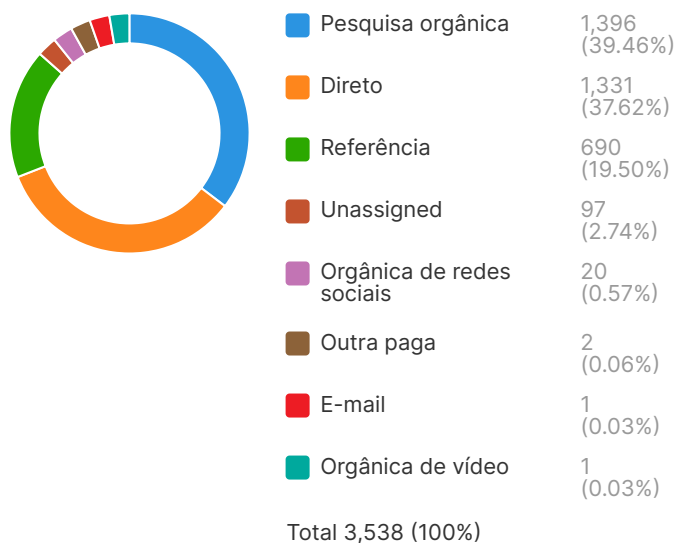
Google Analytics v4: Principais canais de tráfego por usuário

Conta: Solve for Tomorrow Latam | Filtro: All Users

01 Out - 31 Out, 2025



01 Set - 30 Set, 2025



Google Analytics v4: Visitantes novos x recorrentes

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

01 Out - 31 Out, 2025



01 Set - 30 Set, 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 Out - 31 Out, 2025	443 (5.17%)	00:34	344 (7.08%)	177 (5.28%)
	01 Set - 30 Set, 2025	1,415 (12.66%)	03:44	855 (13.54%)	680 (15.20%)
	% Change	-68.69%	-84.49%	-59.77%	-73.97%
2	/es/modulo-curso/ideacion-y-creacion-de-prototipos/				
	01 Out - 31 Out, 2025	101 (1.18%)	01:56	103 (2.12%)	93 (2.78%)
	01 Set - 30 Set, 2025	698 (6.25%)	02:31	506 (8.01%)	429 (9.59%)
	% Change	-85.53%	-23.32%	-79.64%	-78.32%
3	/es/curso-aprendizaje-basado-en-proyectos/				
	01 Out - 31 Out, 2025	640 (7.47%)	00:21	565 (11.63%)	518 (15.46%)
	01 Set - 30 Set, 2025	411 (3.68%)	00:38	251 (3.98%)	234 (5.23%)
	% Change	+55.72%	-44.99%	+125.10%	+121.37%
4	/modulo-curso/introducao-ao-pbl-e-avaliacao-continua-de-projetos/				
	01 Out - 31 Out, 2025	538 (6.28%)	01:43	413 (8.50%)	315 (9.40%)
	01 Set - 30 Set, 2025	590 (5.28%)	01:43	500 (7.92%)	397 (8.88%)
	% Change	-8.81%	+0.12%	-17.40%	-20.65%
5	/modulo-curso/ideacao-e-prototipo/				
	01 Out - 31 Out, 2025	160 (1.87%)	02:36	145 (2.98%)	110 (3.28%)
	01 Set - 30 Set, 2025	566 (5.06%)	02:31	432 (6.84%)	334 (7.47%)
	% Change	-71.73%	+3.35%	-66.44%	-67.07%
6	/es/modulo-curso/empatia-y-definicion-observar-escuchar-y-comprender-los-desafios/				
	01 Out - 31 Out, 2025	186 (2.17%)	01:34	167 (3.44%)	146 (4.36%)
	01 Set - 30 Set, 2025	551 (4.93%)	02:30	481 (7.62%)	376 (8.41%)
	% Change	-66.24%	-37.44%	-65.28%	-61.17%
7	/es/modulo-curso/introduccion-al-pbl-y-evaluacion-continua-de-proyectos/				
	01 Out - 31 Out, 2025	283 (3.30%)	01:42	250 (5.15%)	215 (6.42%)
	01 Set - 30 Set, 2025	526 (4.71%)	01:53	481 (7.62%)	385 (8.61%)
	% Change	-46.20%	-10.12%	-48.02%	-44.16%
8	/es/				

No.	Page	Exibições de página ▼	Tempo médio na página	Sessões	Sessões engajadas
	01 Out - 31 Out, 2025	384 (4.48%)	00:34	304 (6.26%)	239 (7.13%)
	01 Set - 30 Set, 2025	521 (4.66%)	00:28	457 (7.24%)	346 (7.74%)
	% Change	-26.30%	+21.57%	-33.48%	-30.92%
9	/modulo-curso/empatia-e-definicao-observe-escute-e-compreenda-desafios/				
	01 Out - 31 Out, 2025	222 (2.59%)	02:06	188 (3.87%)	155 (4.63%)
	01 Set - 30 Set, 2025	479 (4.29%)	02:00	425 (6.73%)	316 (7.06%)
	% Change	-53.65%	+4.83%	-55.76%	-50.95%
10	/curso-aprendizagem-baseada-em-projetos/				
	01 Out - 31 Out, 2025	403 (4.70%)	00:30	328 (6.75%)	292 (8.71%)
	01 Set - 30 Set, 2025	349 (3.12%)	00:26	235 (3.72%)	199 (4.45%)
	% Change	+15.47%	+15.28%	+39.57%	+46.73%

Google Analytics v4: Conversões e eventos

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

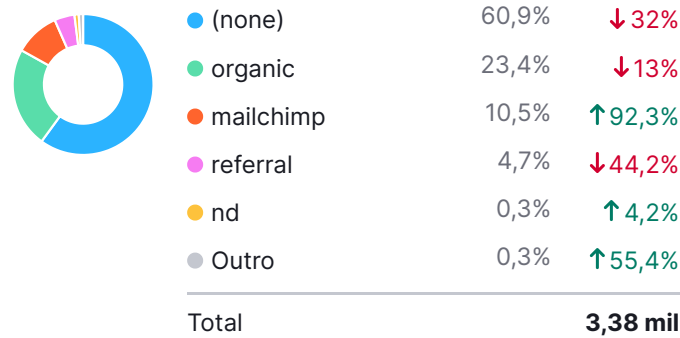
No.	Name	Conversion (01 Out - 31 Out, 2025)	Conversion (01 Set - 30 Set, 2025)	Change, %
1	sftl_rolagem	16,261	20,569	-23.39%
2	page_view	8,572	11,175	-26.36%
3	rolagem_25	5,894	7,224	-20.28%
4	user_engagement	5,534	7,226	-26.52%
5	rolagem_50	4,660	5,907	-23.60%
6	session_start	4,639	6,354	-31.20%
7	rolagem_75	3,381	4,418	-26.59%
8	click	2,496	3,480	-32.93%
9	first_visit	2,428	3,031	-22.09%
10	scroll	2,324	3,148	-30.12%
11	rolagem_90	2,323	3,012	-25.83%
12	video_progress	1,004	2,134	-72.02%
13	form_start	795	1,326	-50.07%
14	video_start	383	770	-67.13%
15	file_download	233	336	-36.20%
16	video_complete	214	482	-77.01%

No.	Name	Conversion (01 Out - 31 Out, 2025)	Conversion (01 Set - 30 Set, 2025)	Change, %
17	view_search_results	83	106	-24.34%
18	form_submit	75	95	-23.53%
19	click_saida_bolivia	46	3	+175.51%
20	click_saida_latin	45	93	-69.57%
21	click_saida_mexico	26	47	-57.53%
22	click_saida_argentina_uruguai_paraguai	25	6	+122.58%
23	click_saida_colombia	20	39	-64.41%
24	click_saida_chile	12	12	0.00%
25	click_saida_brasil	9	23	-87.50%
26	click_saida_peru	5	17	-109.09%

Key Events

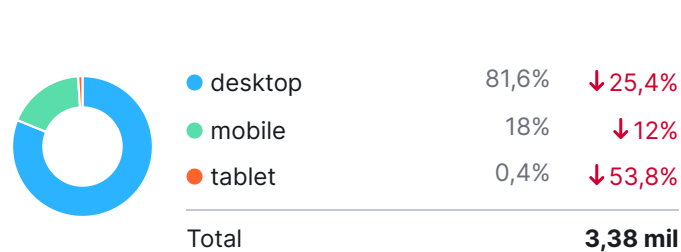
Eventos de conversão: Mídia

Período: 1 – 31 de out. de 2025 | Comparar com: 1 – 30 de se



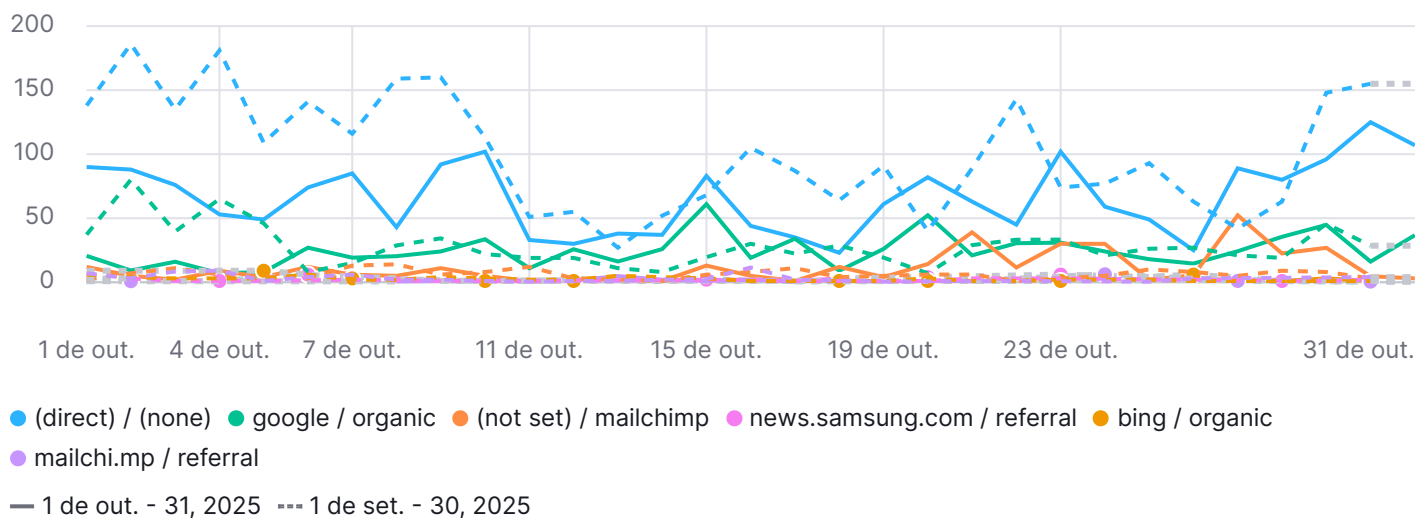
Eventos de conversão: Categoria do disp...

Período: 1 – 31 de out. de 2025 | Comparar com: 1 – 30 de se



Eventos de conversão: Origem / Mídia

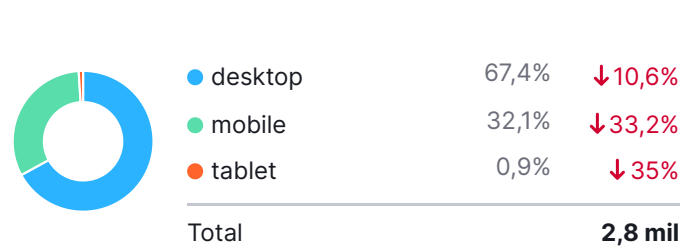
Período: 1–31 de out. de 2025 | Comparar com: 1–30 de set. de 2025 | Propriedade: Solve for Tomorrow Latam | Saída: Tod



Audience Insights

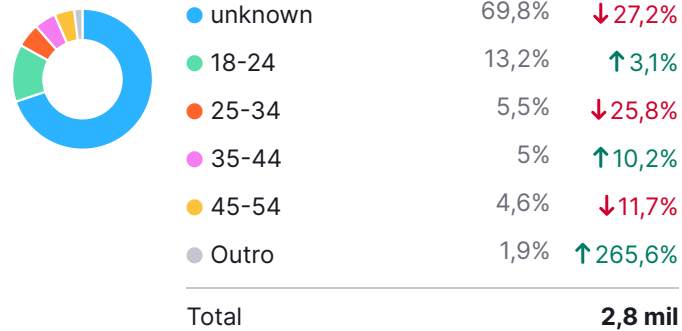
Usuários: Categoria do dispositivo

Período: 1–31 de out. de 2025 | Comparar com: 1–30 de se



Usuários: Idade

Período: 1–31 de out. de 2025 | Comparar com: 1–30 de se



Métricas: Cidade

Período: 1–31 de out. de 2025 | Comparar com: 1–30 de set. de 2025 | Propriedade: Solve for Tomorrow Latam | Saída: Tod

Cidade	Eventos De Conversão	Visualizações	Sessões	Total De Usuários
(not set)	523 ↓22,3%	1,43 mil ↓7,3%	865 ↓8,1%	543 ↓10,2%
Sao Paulo	291 ↓36%	1,15 mil ↓20,1%	427 ↓26,5%	174 ↓3,3%
Santiago	282 ↓20,8%	483 ↓23,1%	269 ↓27,1%	143 ↓16,4%
Bogota	107 ↑27,4%	212 ↓6,6%	124 ↓22%	83 ↓11,7%
Barranquilla	81 ↓26,4%	125 ↓32,8%	58 ↓38,3%	27 ↓15,6%
Mexico City	74 ↑21,3%	197 ↑15,9%	96 ↓20,7%	62 ↓17,3%
Montevideo	72 ↑24,1%	130 ↑28,7%	62 ↑8,8%	36 ↓2,7%
Rio de Janeiro	68 ↑1,5%	128 ↓8,6%	83 ↓8,8%	42 ↑10,5%
Buenos Aires	55 ↓54,5%	95 ↓60,9%	49 ↓56,6%	26 ↓43,5%

Cidade	Eventos De Conversão	Visualizações	Sessões	Total De Usuários
Recife	46 ↑70,4%	76 ↑76,7%	23 ↑4,5%	12 ↓14,3%
Sao Luis	44 ↓33,3%	102 ↓26,6%	53 ↓29,3%	17 0%
Sao Carlos	38 ↓5%	60 ↑1,7%	42 ↑40%	22 ↑15,8%
Concepcion	36 ↓46,3%	66 ↓41,1%	40 ↓13%	28 ↑21,7%
Belem	33 ↑73,7%	68 ↑142,9%	23 ↑64,3%	14 ↑16,7%
Piracicaba	32 ↑14,3%	73 ↑37,7%	26 ↓33,3%	11 ↑83,3%
Sao Bernardo do Campo	32 ↓25,6%	47 ↓6%	24 ↑4,3%	11 ↑37,5%
Asuncion	30 ↓9,1%	63 ↑8,6%	36 ↑100%	22 ↑120%
Talcahuano	29 ↑52,6%	46 ↑84%	18 ↑38,5%	4 ↓33,3%
Curitiba	28 ↑7,7%	51 ↓1,9%	27 ↑8%	13 ↓43,5%
Facatativa	22 ↓59,3%	33 ↓53,5%	23 ↓50%	5 ↓44,4%
Joao Monlevade	22 ↑1 mil%	51 ↑1,6 mil%	4 ↑300%	2 ↑100%
Bezerros	21 n.d.	30 n.d.	14 n.d.	1 n.d.
Duque de Caxias	21 ↑16,7%	22 ↑10%	25 ↑19%	15 ↑15,4%
Montes Claros	20 ↑53,8%	23 ↑53,3%	14 ↑100%	4 0%
Antofagasta	19 ↑137,5%	28 ↑211,1%	7 ↓46,2%	4 ↓55,6%

Relatórios adicionais GA4

Tempo médio geral engajamento:

<https://analytics.google.com/analytics/web/#/analysis/a303136487p428259976/edit/iM5v7OWAQGOWid9Rj7qNkw>

Análise do período

Tempo médio de engajamento por sessão

Resumo geral: queda significativa em quase todos os segmentos.

- Variação geral: **-33,66%**.
- **1 min 17 s** em outubro vs **1 min 57 s** em setembro.
- Algumas páginas isoladas tiveram retrações acima de **-70%**, como as seções *educação conectada*, *curso* e *práticas STEM*.
- Poucos casos pontuais apresentaram aumento acima de 100%, concentrados em posts de projeto e verbetes específicos.
- O total consolidado indica **queda de permanência média** em todos os idiomas (/es/, /en/, sem idioma).

Detalhes por idioma

- **Português (sem prefixo /es/ ou /en/):** variação média **-39,5%**, tempo médio **1 min 27 s** (antes 2 min 24 s).
- **Inglês (/en/):** **-16,3%**, tempo **41 s** (antes 49 s).
- **Espanhol (/es/):** **-25,8%**, tempo **1 min 17 s** (antes 1 min 44 s).

Leitura geral

O mês de outubro apresentou **redução acentuada do tempo de engajamento em todas as versões de idioma**, coerente com a queda já identificada no GA4 (-20% em usuários e -23% em sessões).

Os acessos de países latino-americanos caíram mais forte (-30% a -50%), enquanto os acessos em inglês mantiveram estabilidade.

Ações recomendadas

5. **Revisar interatividade das páginas** (vídeos, botões e formulários) — métricas de click e user_engagement também caíram.
6. **Melhorar carregamento** em seções de curso e práticas, que tiveram as maiores quedas.
7. **Monitorar comportamento por país** no próximo ciclo: Brasil, Chile, Peru e México devem ser analisados individualmente para confirmar onde o tempo caiu mais.
8. **Refinar titles e meta descriptions** — o menor CTR e menor tempo indicam menor relevância percebida.
9. **Focar no mobile**, pois o padrão de queda é maior em dispositivos móveis.

Países com mais páginas lidas:

https://analytics.google.com/analytics/web/#/a303136487p428259976/reports/explorer?params=_u..nav%3Dmaui%26_u.comparisonOption%3Ddisabled%26_u.date00%3D20251001%26_u.date01%3D20251031%26_r.explorerCard..rowsPerPage%3D100&r=8455508979&ruid=63CE0862-6E99-4FC2-B1EA-2FCA6DBB2670&collectionId=8455506105

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



País ▼

Caminho da pági...classe da tela ▼ X

Análise do período

Distribuição de visualizações por país

10. **Brasil:** 523 visualizações (6,1%) – tempo médio **2 min 41 s**.
11. **Chile:** 444 visualizações (5,18%) – tempo **2 min 09 s**.
12. **México:** 357 visualizações (4,16%) – tempo **57 s**.
13. **Peru:** 253 visualizações (2,95%) – tempo **45 s**.
14. **Colômbia:** 230 visualizações (2,68%) – tempo **44 s**.
15. **Outros países relevantes:** Argentina, Bolívia, Venezuela, Uruguai e Equador aparecem com volume entre **50 e 200 visualizações**, tempos médios variando de **1 min a 4 min**.

Total geral: 8.572 visualizações, 2.802 usuários ativos, média de **3,06 visualizações por usuário** e **2 min 12 s** de engajamento médio.

Leitura geral por país

- **Brasil:** continua liderando em volume e tempo médio. O engajamento médio de 2m41s supera a média geral (+22%).
- **Chile:** mantém segundo lugar com 5,18% das visualizações; tempo médio sólido, acima de 2m.
- **México, Peru e Colômbia:** mostram menor retenção (<1 min), coerente com o declínio no tempo médio geral de outubro.
- **Demais países:** engajamento mais estável, mas com baixa representatividade (<2% cada).

Tendência (setembro → outubro/2025)

- Queda geral nas visualizações, acompanhando a retração de usuários no GA4 (-19,9%).
- O **tempo médio de sessão** recuou para **2m12s** (-33,6%), conforme o relatório anterior.
- **México, Peru e Colômbia** concentraram as maiores quedas de tempo de permanência (-40% a -55%).
- **Brasil e Chile** mantiveram estabilidade, sendo as únicas origens com tempo médio acima da média global.

Ações recomendadas

16. **Otimizar páginas locais** de México, Peru e Colômbia (carregamento + títulos internos), pois apresentam queda mais severa.