



# SFTL - Google Analytics v4

Principais indicadores por usuários

# Sumário

|                                                               |           |
|---------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Análise do período</b>                                     | <b>3</b>  |
| <b>Google Analytics (GA4)</b>                                 | <b>3</b>  |
| <b>Origem do tráfego</b>                                      | <b>3</b>  |
| <b>Perfil dos usuários</b>                                    | <b>4</b>  |
| <b>Conteúdos mais acessados</b>                               | <b>4</b>  |
| <b>Engajamento e interações</b>                               | <b>5</b>  |
| <b>Conversões principais</b>                                  | <b>6</b>  |
| <b>Dispositivos</b>                                           | <b>6</b>  |
| <b>Distribuição geográfica</b>                                | <b>6</b>  |
| <b>Conclusão estratégica</b>                                  | <b>7</b>  |
| <b>Overview</b>                                               | <b>7</b>  |
| Google Analytics v4: Gráfico de métricas                      | 9         |
| Google Analytics v4: Principais canais de tráfego por usuário | 9         |
| Google Analytics v4: Visitantes novos x recorrentes           | 9         |
| Google Analytics v4: Principais exibições de página           | 10        |
| Google Analytics v4: Conversões e eventos                     | 11        |
| <b>Key Events</b>                                             | <b>12</b> |
| <b>Audience Insights</b>                                      | <b>14</b> |
| <b>Relatórios adicionais GA4</b>                              | <b>15</b> |
| <b>Análise do período</b>                                     | <b>16</b> |
| <b>Tempo Médio Geral de Engajamento</b>                       | <b>16</b> |
| <b>Tempo Médio de Engajamento por País</b>                    | <b>16</b> |
| <b>Conteúdos com Maior Tempo de Engajamento</b>               | <b>17</b> |
| <b>Leitura Qualitativa do Engajamento</b>                     | <b>18</b> |
| <b>Análise do período</b>                                     | <b>19</b> |
| <b>Análise por Páginas</b>                                    | <b>19</b> |
| <b>Distribuição por País</b>                                  | <b>20</b> |
| <b>Leitura Qualitativa por País</b>                           | <b>20</b> |
| <b>Consolidação Final do GA4 do Mês</b>                       | <b>21</b> |

## Análise do período

### Google Analytics (GA4)

**Período:** Fevereiro/2026 vs Janeiro/2026

#### Crescimento geral do tráfego

O site apresentou **crescimento muito expressivo de tráfego e usuários no período**, indicando aumento significativo de alcance e consumo de conteúdo.

Principais indicadores:

- **Sessões:** 13,42 mil (+348,6%)
- **Usuários totais:** 6,78 mil (+176,1%)
- **Novos usuários:** 6,44 mil (+176%)
- **Eventos de conversão:** 16,12 mil (+1.400%)
- **Taxa de eventos de conversão:** 64,2% (+142,7%)
- **Taxa de rejeição:** 23,3% (+50,7%)

Esse crescimento indica uma **expansão forte de exposição e engajamento**, provavelmente associada a:

- maior distribuição de conteúdo
- campanhas institucionais
- crescimento orgânico em mecanismos de busca
- ampliação do uso dos cursos e módulos educacionais.

### Origem do tráfego

#### Distribuição por canal

Em fevereiro, a distribuição de usuários foi:

- **Direto:** 77,2%
- **Pesquisa orgânica:** 17,7%
- **Referência:** 2,6%

- **Outros:** <2% cada

Comparação com janeiro:

### Interpretação

O aumento massivo do tráfego ocorreu **principalmente via acesso direto**, o que pode indicar:

- campanhas institucionais
- divulgação em escolas ou parceiros
- tráfego vindo de plataformas externas
- compartilhamento direto de links.

Embora o volume de usuários orgânicos tenha crescido, **a participação relativa do SEO caiu**, pois o crescimento do tráfego direto foi muito maior.

## Perfil dos usuários

### Novos vs recorrentes

Fevereiro:

- **Novos usuários:** 47,8%
- **Usuários recorrentes:** 44,5%
- **Não definidos:** 7,7%

Em janeiro:

- novos usuários: 79,2%
- recorrentes: 14,9%

### Interpretação

Houve uma **mudança significativa de perfil do público**.

Em fevereiro:

- aumento expressivo de **usuários recorrentes**
- maior fidelização e retorno ao site
- indício de uso contínuo dos cursos.

Isso sugere que o site passou de um padrão de **descoberta para uso recorrente**.

## Conteúdos mais acessados

As páginas com maior crescimento foram principalmente **módulos de cursos e conteúdos educacionais baseados em projetos (PBL)**.

Principais páginas:

1. /es/modulo-curso/introduccion-al-pbl-y-evaluacion-continua-de-proyectos
2. /es/modulo-curso/empatia-y-definicion-observar-escuchar-y-comprender-los-desafios
3. /modulo-curso/introducao-ao-pbl-e-avaliacao-continua-de-projetos
4. /es/curso-aprendizaje-basado-en-proyectos
5. /es/educacion-conectada/aprendizaje-basado-en-proyectos

A principal página teve:

- **9.488 visualizações**
- **3m30s de tempo médio**
- **4.991 sessões engajadas**

### Interpretação

Isso indica que o tráfego gerado não foi apenas institucional, mas **conteúdo educacional com consumo real**, reforçando que:

- cursos e módulos são o principal motor de engajamento.

## Engajamento e interações

Os eventos do GA4 mostram crescimento massivo de interação:

Principais eventos:

- **page\_view:** +148%
- **user\_engagement:** +148%
- **scroll 75%:** +174%
- **click:** +190%
- **video\_progress:** +199%
- **form\_start:** +196%

## Interpretação

Os usuários:

- estão consumindo mais conteúdo
- navegando mais profundamente
- interagindo com vídeos e formulários.

Isso confirma **engajamento real**, não apenas aumento de tráfego superficial.

## Conversões principais

Eventos relevantes:

- **form\_submit**: +64%
- **busca interna**: +71%
- **cliques para páginas de países** também cresceram

Destaques:

- Brasil
- Argentina / Uruguai / Paraguai
- México

Isso mostra que o site está sendo usado como **hub de navegação para páginas regionais do programa**.

## Dispositivos

Distribuição de usuários:

- **Desktop**: 65,1%
- **Mobile**: 33,1%
- **Tablet**: 0,9%

Apesar do desktop ainda liderar, o crescimento de mobile foi **mais acelerado**.

## Distribuição geográfica

Cidades com maior volume de usuários:

- Salta

- Mexico City
- Buenos Aires
- Mérida
- São Paulo
- Panama City
- Santiago
- Santo Domingo

### Interpretação

O tráfego é **bem distribuído pela América Latina**, reforçando a natureza regional do projeto.

## Conclusão estratégica

O período analisado mostra **expansão acelerada de audiência e uso do site**, com destaque para:

### 1) Forte crescimento de tráfego

principalmente impulsionado por acessos diretos.

### 2) Engajamento real com conteúdos educacionais

especialmente cursos e módulos de aprendizagem baseada em projetos.

### 3) Aumento de usuários recorrentes

indicando adoção do conteúdo como recurso educacional.

### 4) Conversões e interações crescendo

incluindo vídeos, formulários e navegação entre páginas de países.

### Leitura geral:

O projeto entrou em uma fase de **escala de uso**, não apenas de descoberta.

## Overview

#### Sessões

**13,42 mil** ↑348,6%

#### Total de usuários

**6,78 mil** ↑176,1%

#### Novos usuários

**6,44 mil** ↑176%

## Eventos de conversão

16,12 mil ↑ 1,4 mil%

## Taxa de eventos de conve...

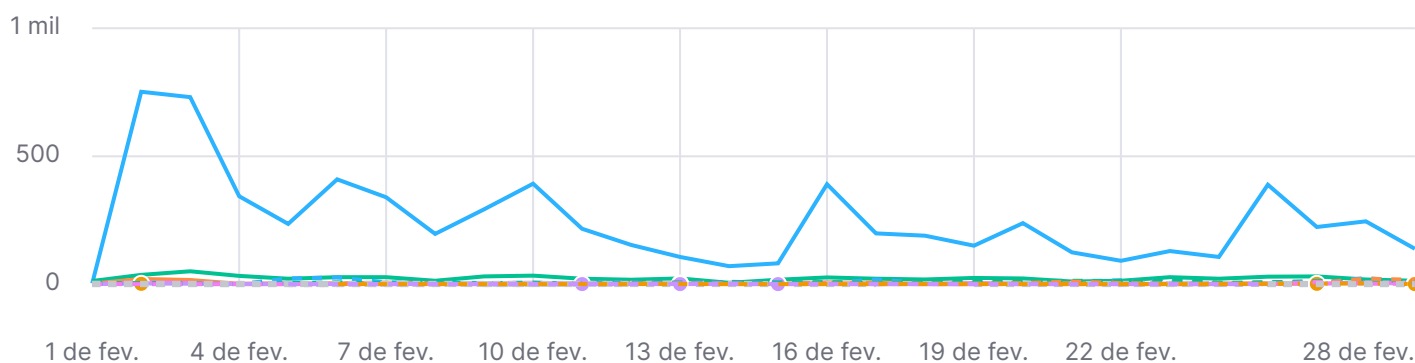
64,2% ↑ 142,7%

## Taxa de rejeição

23,3% ↓ 50,7%

## Usuários: Origem / Mídia

Período: 1–28 de fev. de 2026 | Comparar com: 1–31 de jan. de 2026 | Propriedade: Solve for Tomorrow Latam | Saída: Tod

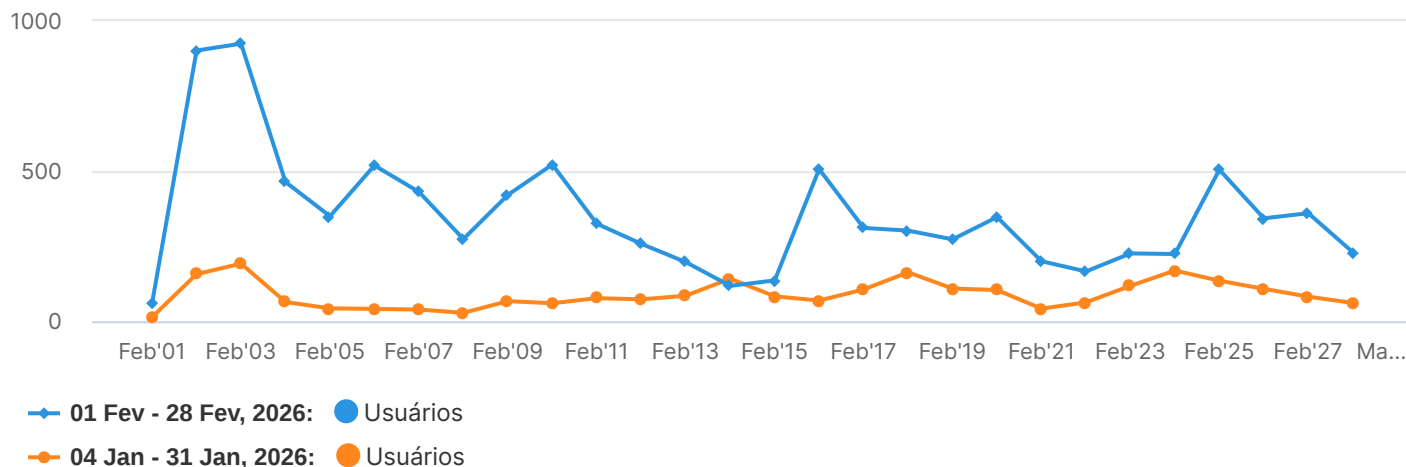


● (direct) / (none) ● google / organic ● mailchi.mp / referral ● (not set) / mailchimp ● bing / organic  
● news.samsung.com / referral

— 1 de fev. - 28, 2026 --- 1 de jan. - 31, 2026

## Google Analytics v4: Gráfico de métricas

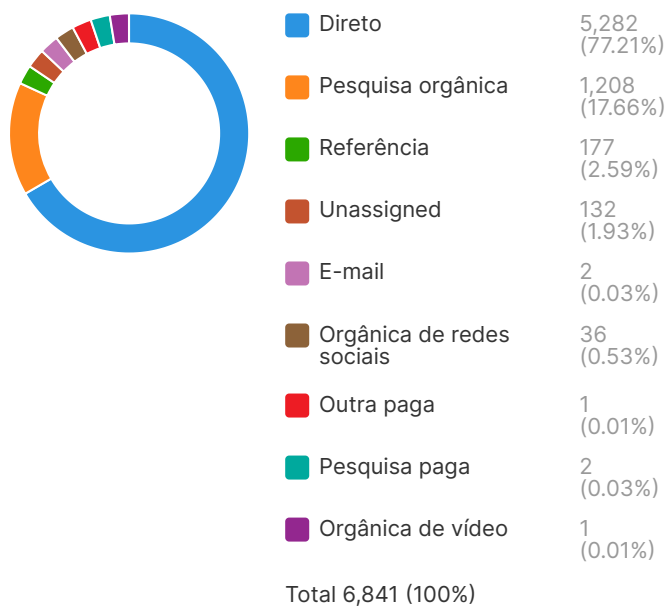
Conta: Solve for Tomorrow Latam | Canal de tráfego: Todos | Filtro: Todos os usuários



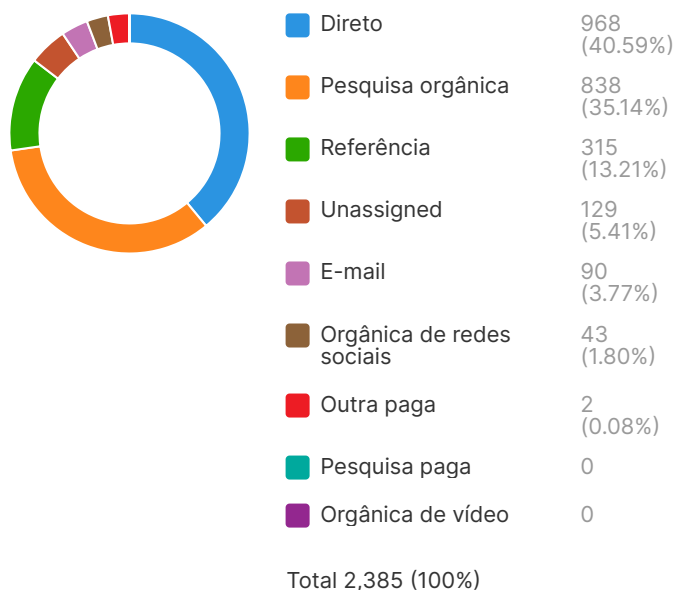
## Google Analytics v4: Principais canais de tráfego por usuário

Conta: Solve for Tomorrow Latam | Filtro: All Users

01 Feb - 28 Feb, 2026



04 Jan - 31 Jan, 2026



## Google Analytics v4: Visitantes novos x recorrentes

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

01 Feb - 28 Feb, 2026



04 Jan - 31 Jan, 2026



## 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   | <b>/es/modulo-curso/introduccion-al-pbl-y-evaluacion-continua-de-proyectos/</b>           |                       |                       |                |                   |
|     | 01 Feb - 28 Feb, 2026                                                                     | 9,488 (31.20%)        | 03:30                 | 5,807 (43.26%) | 4,991 (48.47%)    |
|     | 01 Jan - 31 Jan, 2026                                                                     | 14 (0.31%)            | 00:23                 | 7 (0.23%)      | 6 (0.38%)         |
|     | % Change                                                                                  | +67671.43%            | +795.10%              | +82857.14%     | +83083.33%        |
| 2   | <b>/es/modulo-curso/empatia-y-definicion-observar-escuchar-y-comprender-los-desafios/</b> |                       |                       |                |                   |
|     | 01 Feb - 28 Feb, 2026                                                                     | 3,679 (12.10%)        | 02:37                 | 2,449 (18.24%) | 2,046 (19.87%)    |
|     | 01 Jan - 31 Jan, 2026                                                                     | 0 (0.00%)             | 00:00                 | 0 (0.00%)      | 0 (0.00%)         |
|     | % Change                                                                                  | +100.00%              | +100.00%              | +100.00%       | +100.00%          |
| 3   | <b>/modulo-curso/introducao-ao-pbl-e-avaliacao-continua-de-projetos/</b>                  |                       |                       |                |                   |
|     | 01 Feb - 28 Feb, 2026                                                                     | 3,156 (10.38%)        | 02:58                 | 2,046 (15.24%) | 1,593 (15.47%)    |
|     | 01 Jan - 31 Jan, 2026                                                                     | 48 (1.07%)            | 00:43                 | 24 (0.80%)     | 22 (1.39%)        |
|     | % Change                                                                                  | +6475.00%             | +309.76%              | +8425.00%      | +7140.91%         |
| 4   | <b>/es/curso-aprendizaje-basado-en-proyectos/</b>                                         |                       |                       |                |                   |
|     | 01 Feb - 28 Feb, 2026                                                                     | 1,969 (6.47%)         | 01:01                 | 1,235 (9.20%)  | 1,131 (10.98%)    |
|     | 01 Jan - 31 Jan, 2026                                                                     | 40 (0.89%)            | 00:11                 | 30 (1.00%)     | 23 (1.46%)        |
|     | % Change                                                                                  | +4822.50%             | +436.92%              | +4016.67%      | +4817.39%         |
| 5   | <b>/modulo-curso/empatia-e-definicao-observe-escute-e-compreenda-desafios/</b>            |                       |                       |                |                   |
|     | 01 Feb - 28 Feb, 2026                                                                     | 1,501 (4.94%)         | 01:53                 | 983 (7.32%)    | 885 (8.59%)       |
|     | 01 Jan - 31 Jan, 2026                                                                     | 13 (0.29%)            | 03:06                 | 5 (0.17%)      | 4 (0.25%)         |
|     | % Change                                                                                  | +11446.15%            | -39.26%               | +19560.00%     | +22025.00%        |
| 6   | <b>/es/educacion-conectada/aprendizaje-basado-en-proyectos/</b>                           |                       |                       |                |                   |
|     | 01 Feb - 28 Feb, 2026                                                                     | 1,008 (3.31%)         | 02:24                 | 891 (6.64%)    | 782 (7.59%)       |
|     | 01 Jan - 31 Jan, 2026                                                                     | 23 (0.51%)            | 00:57                 | 18 (0.60%)     | 17 (1.08%)        |
|     | % Change                                                                                  | +4282.61%             | +150.46%              | +4850.00%      | +4500.00%         |
| 7   | <b>/es/</b>                                                                               |                       |                       |                |                   |
|     | 01 Feb - 28 Feb, 2026                                                                     | 962 (3.16%)           | 00:27                 | 696 (5.19%)    | 590 (5.73%)       |
|     | 01 Jan - 31 Jan, 2026                                                                     | 402 (8.95%)           | 00:40                 | 335 (11.20%)   | 248 (15.72%)      |
|     | % Change                                                                                  | +139.30%              | -31.90%               | +107.76%       | +137.90%          |
| 8   | <b>/es/como-evaluar-proyectos-stem-sugerencias-y-herramientas/</b>                        |                       |                       |                |                   |

| No. | Page                                     | Exibições de página ▼ | Tempo médio na página | Sessões      | Sessões engajadas |
|-----|------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|--------------|-------------------|
|     | 01 Feb - 28 Feb, 2026                    | 771 (2.53%)           | 01:53                 | 687 (5.12%)  | 644 (6.25%)       |
|     | 01 Jan - 31 Jan, 2026                    | 34 (0.76%)            | 00:50                 | 32 (1.07%)   | 25 (1.58%)        |
|     | % Change                                 | +2167.65%             | +123.52%              | +2046.88%    | +2476.00%         |
| 9   | /curso-aprendizagem-baseada-em-projetos/ |                       |                       |              |                   |
|     | 01 Feb - 28 Feb, 2026                    | 633 (2.08%)           | 00:34                 | 448 (3.34%)  | 374 (3.63%)       |
|     | 01 Jan - 31 Jan, 2026                    | 172 (3.83%)           | 00:43                 | 42 (1.40%)   | 37 (2.34%)        |
|     | % Change                                 | +268.02%              | -20.11%               | +966.67%     | +910.81%          |
| 10  | /                                        |                       |                       |              |                   |
|     | 01 Feb - 28 Feb, 2026                    | 620 (2.04%)           | 00:25                 | 489 (3.64%)  | 410 (3.98%)       |
|     | 01 Jan - 31 Jan, 2026                    | 516 (11.48%)          | 00:26                 | 451 (15.07%) | 270 (17.11%)      |
|     | % Change                                 | +20.16%               | -1.76%                | +8.43%       | +51.85%           |

## Google Analytics v4: Conversões e eventos

Conta: Solve for Tomorrow Latam | Canal de tráfego: All | Filtro: All Users | Período: 01 Feb - 28 Feb, 2026

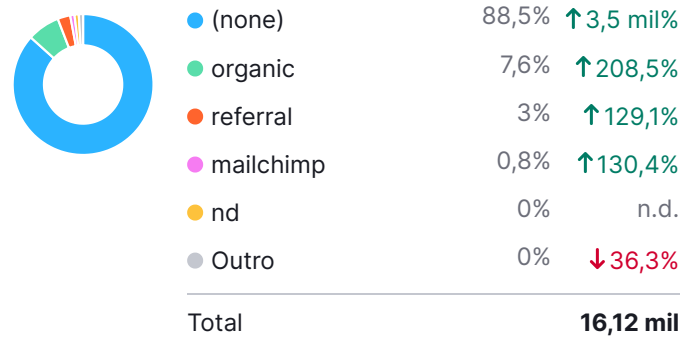
| No. | Name            | Conversion (01 Feb - 28 Feb, 2026) | Conversion (01 Jan - 31 Jan, 2026) | Change, % |
|-----|-----------------|------------------------------------|------------------------------------|-----------|
| 1   | sftl_rolagem    | 70,876                             | 5,879                              | +169.36%  |
| 2   | page_view       | 30,415                             | 4,493                              | +148.52%  |
| 3   | rolagem_25      | 24,453                             | 2,429                              | +163.86%  |
| 4   | rolagem_50      | 20,248                             | 1,723                              | +168.63%  |
| 5   | user_engagement | 18,054                             | 2,651                              | +148.79%  |
| 6   | rolagem_75      | 16,124                             | 1,107                              | +174.30%  |
| 7   | session_start   | 13,648                             | 2,964                              | +128.63%  |
| 8   | click           | 12,364                             | 313                                | +190.12%  |
| 9   | rolagem_90      | 10,036                             | 614                                | +176.94%  |
| 10  | scroll          | 9,904                              | 500                                | +180.78%  |
| 11  | first_visit     | 6,443                              | 2,334                              | +93.63%   |
| 12  | video_progress  | 5,419                              | 13                                 | +199.04%  |
| 13  | form_start      | 5,383                              | 54                                 | +196.03%  |
| 14  | video_start     | 2,451                              | 11                                 | +198.21%  |
| 15  | video_complete  | 1,156                              | 4                                  | +198.62%  |
| 16  | file_download   | 238                                | 68                                 | +111.11%  |

| No. | Name                                   | Conversion (01 Feb - 28 Feb, 2026) | Conversion (01 Jan - 31 Jan, 2026) | Change, % |
|-----|----------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|-----------|
| 17  | view_search_results                    | 40                                 | 19                                 | +71.19%   |
| 18  | form_submit                            | 35                                 | 18                                 | +64.15%   |
| 19  | click_saida_latin                      | 20                                 | 21                                 | -4.88%    |
| 20  | click_saida_brasil                     | 17                                 | 10                                 | +51.85%   |
| 21  | click_saida_argentina_uruguai_paraguai | 16                                 | 9                                  | +56.00%   |
| 22  | click_saida_mexico                     | 11                                 | 8                                  | +31.58%   |
| 23  | click_saida_bolivia                    | 7                                  | 0                                  | +100.00%  |
| 24  | click_saida_peru                       | 6                                  | 2                                  | +100.00%  |
| 25  | click_saida_colombia                   | 5                                  | 2                                  | +85.71%   |
| 26  | click_saida_chile                      | 2                                  | 0                                  | +100.00%  |

Key Events

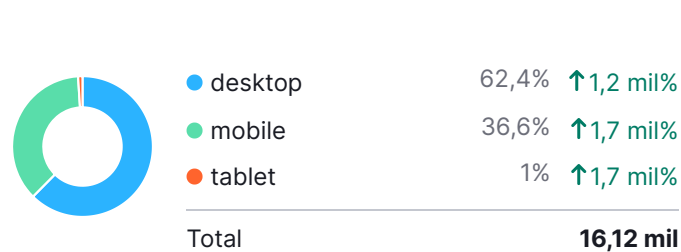
Eventos de conversão: Mídia

Período: 1 – 28 de fev. de 2026 | Comparar com: 1 – 31 de jan



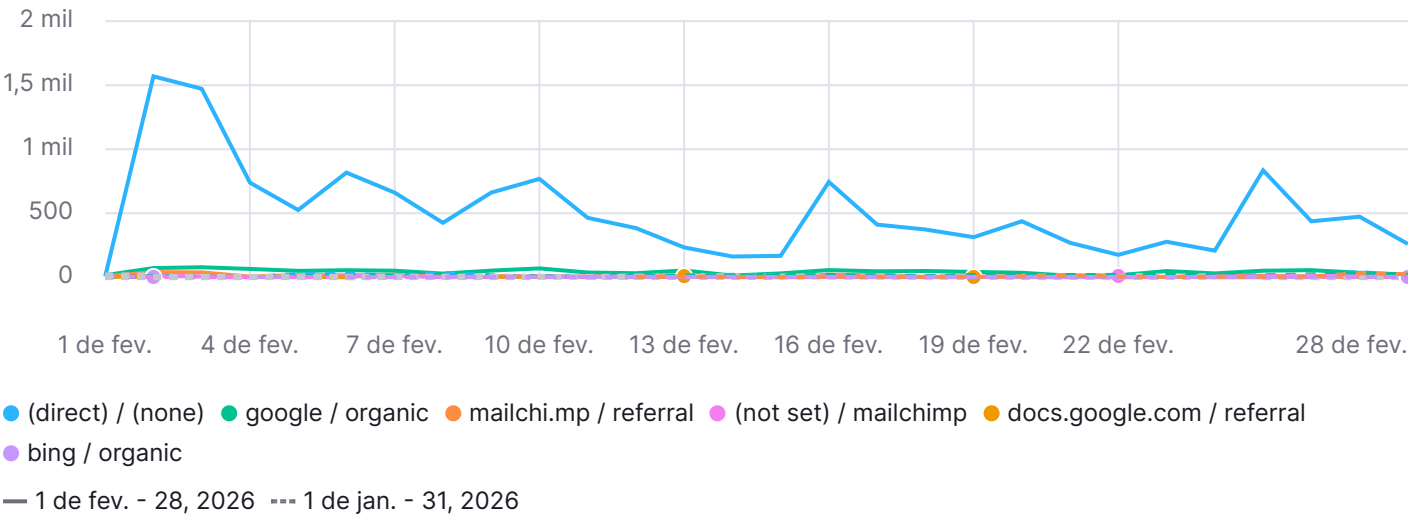
Eventos de conversão: Categoria do dispositivo

Período: 1 – 28 de fev. de 2026 | Comparar com: 1 – 31 de jan



Eventos de conversão: Origem / Mídia

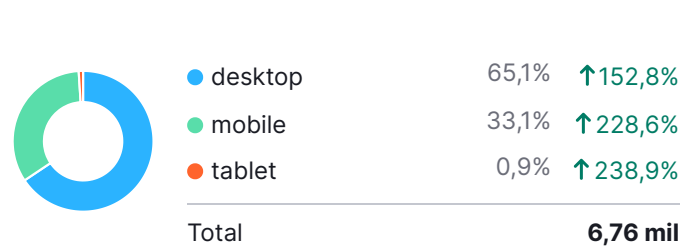
Período: 1 – 28 de fev. de 2026 | Comparar com: 1 – 31 de jan. de 2026 | Propriedade: Solve for Tomorrow Latam | Saída: Tod



Audience Insights

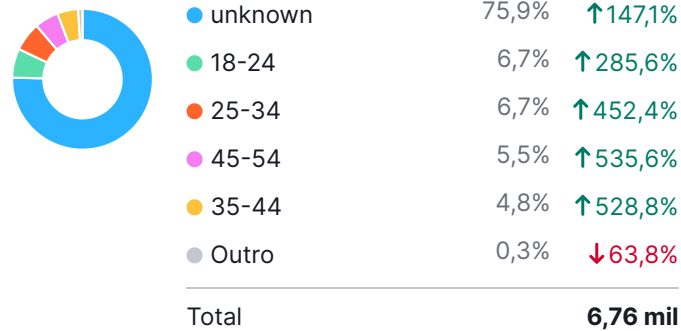
Usuários: Categoria do dispositivo

Período: 1–28 de fev. de 2026 | Comparar com: 1–31 de jan



Usuários: Idade

Período: 1–28 de fev. de 2026 | Comparar com: 1–31 de jan



Métricas: Cidade

Período: 1–28 de fev. de 2026 | Comparar com: 1–31 de jan. de 2026 | Propriedade: Solve for Tomorrow Latam | Saída: Tod

| City          | Key Events            | Views                 | Sessions              | Total Users       |
|---------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------|
| (not set)     | 2,75 mil<br>↑1,7 mil% | 4,87 mil<br>↑771,9%   | 2,34 mil<br>↑436,9%   | 1,28 mil<br>↑270% |
| Salta         | 1,63 mil<br>↑8,1 mil% | 2,76 mil<br>↑5,3 mil% | 1,16 mil<br>↑2,8 mil% | 474<br>↑1,2 mil%  |
| Mexico City   | 1,06 mil<br>↑1,3 mil% | 2,12 mil<br>↑806,4%   | 883<br>↑629,8%        | 370<br>↑330,2%    |
| Buenos Aires  | 734<br>↑8,1 mil%      | 1,13 mil<br>↑2,3 mil% | 533<br>↑1,5 mil%      | 367<br>↑1,4 mil%  |
| Merida        | 642<br>↑6,3 mil%      | 1,17 mil<br>↑3,7 mil% | 487<br>↑2,2 mil%      | 205<br>↑1 mil%    |
| Sao Paulo     | 623<br>↑456,3%        | 1,32 mil<br>↑268,2%   | 588<br>↑254,2%        | 304<br>↑207,1%    |
| Panama City   | 555<br>↑3 mil%        | 948<br>↑1,8 mil%      | 373<br>↑1,1 mil%      | 149<br>↑577,3%    |
| Santiago      | 378<br>↑1,4 mil%      | 732<br>↑761,2%        | 293<br>↑474,5%        | 136<br>↑277,8%    |
| Santo Domingo | 328<br>↑3,5 mil%      | 609<br>↑1,9 mil%      | 261<br>↑1,4 mil%      | 140<br>↑900%      |

| City                     | Key Events         | Views             | Sessions          | Total Users       |
|--------------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Bogota                   | 200<br>↑ 1,3 mil%  | 402<br>↑ 658,5%   | 218<br>↑ 581,3%   | 128<br>↑ 392,3%   |
| New York                 | 147<br>↑ 100%      | 165<br>↑ 2,7 mil% | 160<br>↑ 2,6 mil% | 159<br>↑ 2,6 mil% |
| Porto Alegre             | 141<br>↑ 3,4 mil%  | 257<br>↑ 970,8%   | 100<br>↑ 3,2 mil% | 40<br>↑ 1,2 mil%  |
| Ciudad<br>Nezahualcoyotl | 132<br>n.d.        | 245<br>n.d.       | 73<br>n.d.        | 29<br>n.d.        |
| Belem                    | 118<br>↑ 168,2%    | 612<br>↑ 131,8%   | 179<br>↑ 244,2%   | 25<br>↑ 150%      |
| Belo Horizonte           | 118<br>↑ 1,1 mil%  | 251<br>↑ 1 mil%   | 107<br>↑ 664,3%   | 55<br>↑ 358,3%    |
| 22312                    | 108<br>↑ 2,6 mil%  | 176<br>↑ 2,1 mil% | 53<br>↑ 2,6 mil%  | 26<br>↑ 1,2 mil%  |
| Rio de Janeiro           | 106<br>↑ 715,4%    | 195<br>↑ 261,1%   | 119<br>↑ 395,8%   | 65<br>↑ 282,4%    |
| San Miguel de<br>Tucuman | 102<br>↑ 10,1 mil% | 155<br>↑ 7,7 mil% | 75<br>↑ 3,7 mil%  | 59<br>↑ 5,8 mil%  |
| San Luis Potosi          | 97<br>↑ 3,1 mil%   | 186<br>↑ 3 mil%   | 53<br>↑ 960%      | 20<br>↑ 300%      |
| 29173                    | 90<br>n.d.         | 159<br>n.d.       | 53<br>n.d.        | 24<br>n.d.        |
| Recife                   | 90<br>↑ 1,7 mil%   | 182<br>↑ 691,3%   | 71<br>↑ 1,1 mil%  | 44<br>↑ 1 mil%    |
| Arica                    | 84<br>↑ 8,3 mil%   | 146<br>↑ 2,3 mil% | 67<br>↑ 2,1 mil%  | 25<br>↑ 733,3%    |
| Cali                     | 84<br>↑ 100%       | 179<br>↑ 8,9 mil% | 65<br>↑ 6,4 mil%  | 34<br>↑ 3,3 mil%  |
| Asuncion                 | 82<br>↑ 4 mil%     | 129<br>↑ 2,1 mil% | 67<br>↑ 1,6 mil%  | 28<br>↑ 600%      |
| Cordoba                  | 81<br>↑ 4 mil%     | 135<br>↑ 3,3 mil% | 61<br>↑ 1,4 mil%  | 45<br>↑ 1 mil%    |

## Relatórios adicionais GA4

## Tempo médio geral engajamento:

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

## Análise do período

### Tempo Médio Geral de Engajamento

O tempo médio de engajamento do site apresentou **crescimento muito expressivo em fevereiro**, alcançando **3 minutos e 05 segundos**, o que representa **aumento de 333,56% em relação a janeiro**, quando o tempo médio era de apenas **42 segundos**.

Esse salto indica uma mudança significativa no comportamento dos usuários. Em vez de visitas rápidas e superficiais, fevereiro registrou sessões mais longas e com maior consumo de conteúdo.

Esse comportamento normalmente ocorre quando:

- o tráfego passa a acessar conteúdos mais profundos (como cursos e projetos);
- há maior navegação entre páginas;
- o conteúdo corresponde melhor à intenção de busca.

Portanto, o aumento do engajamento sugere que os usuários estão **interagindo mais com os conteúdos educacionais e módulos do projeto**, reforçando o papel do site como plataforma de aprendizado e não apenas de consulta.

### Tempo Médio de Engajamento por País

A análise por país mostra crescimento relevante de engajamento em vários mercados da América Latina.

Entre os países com maior crescimento destacam-se:

**México**, que apresentou aumento muito expressivo no tempo médio de engajamento, com várias páginas superando três minutos de permanência.

**Chile**, que também apresentou crescimento relevante, com tempo médio superior a quatro minutos em alguns conteúdos.

**Argentina**, que manteve tempo de navegação consistente, indicando leitura mais profunda de conteúdos educacionais.

**Colômbia, Panamá e Brasil** também registraram aumento significativo de engajamento, com sessões frequentemente acima de três minutos.

Em alguns países menores houve variações extremas (crescimentos percentuais muito altos ou quedas bruscas). Isso ocorre porque o volume de sessões nesses mercados ainda é pequeno, fazendo com que pequenas variações gerem oscilações percentuais grandes.

De forma geral, porém, o padrão dominante é **crescimento do tempo de permanência na maioria dos países ativos do projeto**.

## Conteúdos com Maior Tempo de Engajamento

As páginas com maior tempo médio de permanência estão associadas principalmente a conteúdos educacionais, práticas inspiradoras e módulos de cursos.

Entre os conteúdos com maior engajamento destacam-se:

- conteúdos sobre **transdisciplinaridade e aprendizagem baseada em projetos (PBL)**
- práticas educacionais ligadas a **tecnologia e combate à desinformação**
- conteúdos sobre **inovação educacional e projetos STEM**
- módulos de curso sobre **empatia e definição de problemas no método PBL**

Essas páginas apresentaram tempos de permanência que em alguns casos ultrapassam **10 minutos**, o que indica leitura completa do conteúdo ou uso do material como referência educacional.

Isso confirma que o público está utilizando o site como **fonte de conteúdo educacional aprofundado**, especialmente professores e estudantes.

## Leitura Qualitativa do Engajamento

O aumento expressivo do tempo médio de engajamento indica uma evolução qualitativa no uso do site.

Os usuários passaram a:

- navegar por conteúdos mais extensos;
- consumir módulos educacionais completos;
- permanecer mais tempo nas páginas de práticas e projetos.

Esse comportamento reforça o posicionamento do site como **hub educacional de inovação e STEM**, onde o conteúdo é utilizado como material de consulta e aprendizado.

**Além disso, o crescimento do tempo de permanência sugere que o tráfego que chegou ao site em fevereiro foi mais qualificado, provavelmente oriundo de buscas mais específicas ou de divulgação direcionada.**

### 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%3D20260101%26\\_u.date01%3D20260131%26\\_r.explorerCard..rowsPerPage%3D100&r=8455508979&ruid=63CE0862-6E99-4FC2-B1EA-2FCA6DBB2670&collectionId=8455506105](https://analytics.google.com/analytics/web/#/a303136487p428259976/reports/explorer?params=_u..nav%3Dmaui%26_u.comparisonOption%3Ddisabled%26_u.date00%3D20260101%26_u.date01%3D20260131%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

### Análise por Páginas

Os dados mostram que o tráfego do site continua fortemente concentrado em conteúdos educacionais estruturados, especialmente módulos de cursos e materiais relacionados ao método **PBL (Project Based Learning)**.

A página com maior volume de visualizações no período foi:

**/es/modulo-curso/introduccion-al-pbl-y-evaluacion-continua-de-proyectos/**

Esse conteúdo aparece como a principal entrada em vários países da América Latina, incluindo Argentina, México, Chile, Colômbia e Panamá. Isso indica que o material funciona como **porta de entrada educacional para o projeto**, concentrando grande parte da descoberta orgânica e da navegação inicial.

Outro conteúdo com forte presença entre as páginas mais acessadas é:

**/es/modulo-curso/empatia-y-definicion-observar-escuchar-y-comprender-los-desafios/**

Esse módulo aparece repetidamente em diferentes países e representa a segunda etapa do processo educacional dentro da trilha de aprendizagem baseada em projetos.

Também aparecem com frequência:

- páginas do **curso completo de aprendizagem baseada em projetos**
- conteúdos da área **educación conectada**
- materiais sobre **avaliação de projetos STEM**
- conteúdos sobre **ODS e desafios sociais**

Esses conteúdos indicam que os usuários estão navegando por **trilhas educacionais completas**, passando por diferentes módulos do mesmo tema.

## Distribuição por País

A distribuição de visualizações mostra uma concentração clara em cinco países principais da América Latina.

Os países com maior volume de visualizações foram:

**Brasil**, responsável pelo maior volume absoluto de acessos ao site.

**Argentina**, que aparece como segundo maior mercado em número de visualizações.

**México**, com forte participação e alta interação com conteúdos educacionais.

**Colômbia**, que mantém presença constante entre os países com maior tráfego.

**Chile**, também com participação relevante dentro da audiência regional.

Esses cinco países concentram a maior parte do tráfego da plataforma e funcionam como os principais polos de acesso ao conteúdo educacional do projeto.

Além desses mercados principais, também aparecem acessos relevantes vindos de:

- Panamá
- República Dominicana
- Peru
- Equador
- Paraguai

Isso reforça a natureza regional do projeto, com presença distribuída em vários países da América Latina.

## Leitura Qualitativa por País

A análise combinada de visualizações, páginas acessadas e tempo médio de engajamento indica alguns padrões importantes.

Nos países com maior tráfego, os usuários tendem a acessar principalmente **módulos educacionais estruturados**, o que sugere uso do site como material de aprendizagem e não apenas como leitura informativa.

No Brasil e no México há também consumo relevante de conteúdos institucionais e páginas de programa, indicando que nesses mercados o site funciona tanto como **plataforma educacional quanto como página institucional do projeto**.

Na Argentina, Chile e Colômbia observa-se maior concentração em conteúdos diretamente ligados ao **PBL e metodologias educacionais**, sugerindo uso mais pedagógico do material.

Também aparecem acessos relevantes vindos de países fora da América Latina, como Estados Unidos e Indonésia, indicando que o conteúdo está sendo encontrado em pesquisas globais relacionadas a educação STEM.

## Consolidação Final do GA4 do Mês

A análise consolidada do Google Analytics para o período indica três tendências principais.

Primeiro, houve **crescimento significativo de tráfego e usuários**, ampliando o alcance do projeto na América Latina.

Segundo, o **tempo médio de engajamento aumentou de forma expressiva**, indicando que os visitantes estão consumindo conteúdos mais profundamente e permanecendo mais tempo no site.

Terceiro, o tráfego se concentra principalmente em **conteúdos educacionais estruturados**, especialmente módulos de cursos e materiais de aprendizagem baseada em projetos.

**Esse comportamento confirma que o site está sendo utilizado como plataforma educacional de referência para metodologias STEM e aprendizagem baseada em projetos.**