

## Glossário de Métricas – Web Analytics (Versão 1 – Fev/11)

Este glossário visa auxiliar os profissionais e as empresas que estão envolvidas nas análises dos números de seus sites a entender as diversas métricas apresentadas, assim como no emprego em traduções de livros técnicos e dos próprios serviços de Web Analytics

Definição de Web Analytics:

*“Web Analytics é a medição, coleta, análise, e a comunicação dos dados de Internet com o propósito de compreender e otimizar o uso da Web.”*

WAA - Web Analytics Association

Este glossário foi elaborado pelo comitê de Web Analytics do IAB Brasil e será atualizado periodicamente. Agradecemos todas as contribuições para mudanças e adições. Sugestões poderão ser enviadas para: [iabbrasil@iabbrasil.org.br](mailto:iabbrasil@iabbrasil.org.br).

Participaram desta primeira versão:

Organização - Gerson Ribeiro – Direct Performance

Definições - Thati Victorelli – UOL, Daniel De Salles – Editora Abril, Caio Tozzini - Cadastra, Monica Klein – CLM, Andrassy Santos – WA Consulting.

São Paulo, Fevereiro de 2011

interactive advertising bureau

Ruy Carneiro

Presidente do Comitê de Web Analytics

Métrica	Tradução da Métrica	Descrição
<b>Termos básicos</b>		
Page	Página	É o que aparece na tela do seu navegador quando é acessado um endereço na internet. Uma página pode ser composta de texto, imagens, sons, vídeos, links, botões, campos para preenchimento, etc. Um conjunto de páginas relacionadas entre si formam um site na internet.
Page View	Página Vista	Quantidade de vezes que uma página foi visualizada por um visitante.
Unique Page View	Página Vista Única	Mostra quantas vezes a página foi visualizada, considerando apenas uma visualização por usuário. Se um mesmo usuário visualizou a página mais de uma vez, será considerado apenas uma página vista única.
Visits (Sessions)	Visita (Sessão)	Quantidade de vezes que um usuário visitou o site. Geralmente se considera uma sessão de 30 minutos para esta métrica, ou seja, se o usuário visitou o site mais de uma vez em um intervalo inferior a 30 minutos, será considerado apenas uma visita.
Unique Visitors	Visitantes Únicos	É o usuário identificado unicamente que realiza uma visita. Geralmente é reconhecido por um cookie ou combinações de parâmetros como IP e navegador. Muitas vezes é também chamado de browser único, pois se não há autenticação do usuário, a consolidação é feita por computador diferente.

Métrica	Tradução da Métrica	Descrição
<b>Termos de Visitação</b>		
Entry Page	Página de Entrada	São as primeiras páginas que o internauta acessa ao entrar no site. Cada vez mais a navegação em determinado site pode começar por outra página que não a homepage principal. O relatório ajuda a identificar quais são estas páginas para que se possa fazer o melhor uso delas.
Landing Page	Página de Destino	Definição bastante parecida com a da página de entrada, porém, em geral se usa o termo "landing page" para se referir a uma página que foi criada especialmente para que funcione como primeira página do internauta por meio de uma campanha ou ação.
Exit Page	Página de Saída	É a última página que o internauta acessou antes de sair do site. Avaliar páginas de saída pode ser importante para, eventualmente, entender se este comportamento acontece porque algum tipo de informação ou conteúdo não foi encontrado.
Visit Duration	Duração da Visita	Refere-se ao tempo que o internauta passou no site durante a sessão ou visita. Para sites de entretenimento, jogos, vídeos e afins, a avaliação do tempo gasto no site é um indicador muito importante para avaliar se o conteúdo realmente está sendo "consumido". No caso de sites de serviços como busca, por exemplo, o ideal é que o tempo por visita seja curto, pois evidencia que o internauta encontrou rapidamente o que buscava.
Page Referrer	Páginas de Referência	Este relatório mostra os endereços que o internauta estava imediatamente antes de acessar o site. As ferramentas de métricas registram estes sites por meio do clique que direcionou o internauta. Quando o internauta digita um novo endereço no site ou abre uma nova janela, a referência aparece como "acesso direto/bookmarked".
Referrer	Sites de Referência	Trata-se do mesmo conceito dos sites de referência, porém com o detalhamento da página que o internauta estava antes de acessar o site analisado.
Click-through	Click-through	Número de vezes que um link foi clicado por um visitante.
Click-through Rate/Ratio	Taxa de Click-through	Taxa de cliques em determinado site. Métrica bastante comum para avaliar o desempenho de campanhas publicitárias. Para calcular o CTR, basta dividir o número de cliques pelo número de vezes que o link foi visualizado (impressões).
Next Page	PáginaSeguinte	Relatório que mostra as páginas seguintes que o internauta clicou a partir do endereço selecionado para análise. Indicador importante para entender o uso da página e os conteúdos que geram maior interesse.
Previous Page	Página Anterior	Relatório que mostra as páginas anteriores que o internauta estava antes de acessar o endereço selecionado para análise. Indicador importante para entender o uso da página e os conteúdos que geram maior interesse.
Second Page	SegundaPágina da Navegação	Relatório que mostra o segundo nível da navegação do internauta. A informação é relevante para avaliar o comportamento de navegação no site.
Multi-Page Visit Entry Rate	Visita com Múltiplas Entradas	Métrica que mostra as diferentes páginas que o internauta acessou ao entrar no site diversas vezes, numa mesma visita.
Page Views/No Reloads	Páginas Vistas/Refreshes	Fórmula para dividir o número de refresh's sobre o total de páginas vistas, esta métrica ajuda a ter a taxa mais próxima do que realmente se refere a acesso não-automático de páginas pelo internauta.
Reload Percentage	Percentual de Refreshes	Percentual do que se refere a refresh em relação ao total de páginas vistas

Métrica	Tradução da Métrica	Descrição
<b>Visitor Characterization.</b>		
New Visitor	VisitantesNovos	A métrica de visitantes novos ajuda a identificar o número de internautas que acessa o site analisado pela primeira vez. A margem de erro fica por conta dos cookies, que podem ser apagados da máquina do usuário, o que faz com que eles sejam considerados como novos visitantes novamente.
Return(ing) Visitor	VisitantesRetornantes	A métrica mostra visitantes que acessam o site novamente em determinado período de tempo. O indicador é importante para avaliar o comportamento do usuário e o interesse em relação ao conteúdo disponível.
Visits per Visitor	VisitasporVisitante	Esta métrica é um indicador importante para apontar engajamento do usuário em relação ao site, pois mostra quantas vezes (visitas), um mesmo internauta costuma acessar o mesmo endereço, no período selecionado.
Repeat Visitor	VisitantesRepetidos	Aponta o número de visitantes únicos que tiveram duas ou mais visitas em um determinado período.
Recency	Tempo paraRetorno	Aponta o número de dias que se passaram desde a última visita de um visitante. Se for um visitante novo, esta métrica aparecerá como "0" ou "não identificada".
Frequency	Frequência	Aponta o número de vezes que uma ação foi feita por um visitante único.

Métrica	Tradução da Métrica	Descrição
<b>Termos de Visitantes</b>		
Browser	Navegador	Relatório que aponta qual o navegador utilizado pelo usuário ao visitar o site.
Browser Version	Versão do Navegador	Relatório que aponta qual a versão do navegador utilizado pelo usuário ao visitar o site.
City	Cidade	Relatório que aponta por qual cidade o usuário visitou o site. Um ponto de atenção neste relatório é que as ferramentas de web analytics utilizam o IP do usuário para definir sua localização, o que gera uma margem de erro no Brasil, já que não temos um mapa de IPs 100% confiável.
Connection Speed	Velocidade de Conexão	Relatório que aponta o tipo de conexão do usuário que visitou o site.
Continent	Continente	Relatório que aponta por qual continente o usuário visitou o site. Um ponto de atenção neste relatório é que as ferramentas de web analytics utilizam o IP do usuário para definir sua localização, o que gera uma margem de erro no Brasil, já que não temos um mapa de IPs 100% confiável.
Country	País	Relatório que aponta por qual país o usuário visitou o site. Um ponto de atenção neste relatório é que as ferramentas de web analytics utilizam o IP do usuário para definir sua localização, o que gera uma margem de erro no Brasil, já que não temos um mapa de IPs 100% confiável.
Flash Version	Versão do Flash	Relatório que aponta a versão do Flash utilizada pelo visitante que acessou o site. Este relatório é importante para a equipe de desenvolvimento do site.
Java Enabled	Suporte a Java	Relatório que aponta o índice de usuários que possuem plataforma compatível ou não com Java. Este relatório é importante para a equipe de desenvolvimento do site.
Language	Idioma	Relatório que filtra as métricas por idioma. As informações de idioma são extraídas do navegador utilizado pelo visitante.
Latitude	Latitude	Relatório que aponta a posição geográfica do visitante, considerando a latitude.
Longitude	Longitude	Relatório que aponta a posição geográfica do visitante, considerando a longitude.
Network Domain	Domínio de Rede	Relatório que aponta o domínio de rede do visitante.
Network Location	Provedor de Internet	Relatório que aponta o provedor de internet utilizado pelo visitante.
Operating System	Sistema Operacional	Relatório que aponta o sistema operacional dos visitantes. Ex: Windows, Linux.
Operating System Version	Versão do Sistema Operacional	Relatório que aponta a versão do sistema operacional dos visitantes. Ex: Windows XP, Windows Vista, Windows 7.
Page Depth	Profundidade de Navegação	Relatório que mostra a profundidade da visita, por número de páginas vistas. Ex.: 25% das visitas visualizaram apenas 1 página, 15% visualizaram 2 páginas, 10% visualizaram 3 páginas. Este relatório aponta números importantes para o site, pois não trabalha com média, mas sim por cada grupo de visitantes separadamente.
Screen Colors	Cores da Tela	Relatório que aponta a qualidade da cor do monitor dos visitantes. Ex.: 32 bits, 16 bits.
Screen Resolution	Resolução da Tela	Relatório que aponta a resolução da tela dos visitantes. Ex.: 1024x768, 1280x1024.

Sub Continent	Subcontinente	Relatório que aponta por qual subcontinente o usuário visitou o site. Os subcontinentes não são medidas oficiais e podem variar de acordo com cada ferramenta de web analytics. Ex.: América do Sul, América Central e América do Norte são subcontinentes da América.
User Defined Value	Valor Definido pelo Usuário	Relatório que filtra as métricas por tipos de visitantes customizados pelo usuário da ferramenta de web analytics. Ex.: quando determinado visitante preenche um formulário no site apontando que ele é do sexo masculino, essa informação pode ser capturada e armazenada pela ferramenta de web analytics, que depois poderá gerar um relatório só com métricas relativas a pessoas do sexo masculino.
Visit Count	Contagem de Visitas	Relatório que filtra as métricas por número de visitas feitas pelos visitantes.
Visit Length	Duração da Visita	Relatório que mostra a porcentagem de visitas por tempo da visita ao site. Ex: 25% das visitas duraram de 0 a 10 segundos, 15% duraram de 11 a 30 segundos, 10% duraram de 31 a 60 segundos e assim por diante.
Visitor Type	Tipo de Visitante	Relatório que filtra as métricas por tipo de visitante. Ex: Visitante novo x Visitante retornante, Cadastrado x Não cadastrado, Comprador x Não comprador.

Métrica	Tradução da Métrica	Descrição
<b>Termos de Engajamento</b>		
Page Exit Ratio	Taxa de Saída de Página	<p>Número de saídas de uma página dividido pelo número total de visualizações dessa página.</p> <p>Notas:</p> <p>A taxa de saída de página não deve ser confundida com a taxa de rejeição, que é um indicador de visitas com uma única visualização de página no site. A taxa de saída de página se aplica a todas as visitas, independente da duração.</p> <p>Esteja ciente de que algumas ferramentas podem calcular a taxa de saída de página usando a métrica de visitas como denominador, ao invés de visualizações de páginas. A contagem por pageviews é um denominador mais adequado, pois um visitante pode entrar na mesma página várias vezes durante uma visita.</p>
Single Page Visits (Bounces)	Visitas de Página Única (Rejeições)	<p>O mesmo que taxa de rejeição.</p> <p>Porcentagem de visitas que tiveram uma única página vista (pageview). Por padrão das ferramentas de Web Analytics, esta métrica aponta a quantidade de usuários que entraram no site e saíram do site sem fazer nenhuma interação, ou seja, não clicaram em nenhum link no site. Esta métrica deve ser analisada junto com os relatórios de entry page e landing page.</p>
Bounce Rate	Taxa de Rejeição	<p>Indica a média de visualizações de página (pageviews) por cada visita.</p> <p>Quando tempo um visitante gasta em uma determinada página ou conjunto de páginas.</p>
Page Views per Visit	Visualizações de Página por Visita	<p>Um pedido de um usuário para transferir um arquivo do servidor de FTP ou servidor de fluxo de mídia para o usuário (cliente).</p>
Time on Page	Duração na Página	<p>Um tipo especial de tagueamento de página que você pode usar para analisar quando determinados eventos ocorrem em uma página como, por exemplo, a entrega de um formulário, visualização de um vídeo, games, etc.</p>
Download	Download	<p>Uma solicitação recebida pelo servidor. Qualquer pedido ao servidor é considerado um hit. Por exemplo: quando um visitante solicita uma web page com seis imagens, são sete hits; um para a página, seis para as imagens.</p>
Event Tagging	Tagueamento de Evento	<p>Mecanismo usado para "taguear" páginas com códigos JavaScript que fazem com que o navegador do visitante envie informações sobre a visita do usuário para um servidor, que processará as informações através de alguma ferramenta de WebAnalytics.</p>
Hit	Hit	<p>Taxa de rejeição ponderada / (Acesso Único/Entradas) * (Visualizações de Página/Total de Visualizações Página) / Porcentagem / O mesmo que Taxa de Rejeição, mas dá um valor maior para as páginas que são vistas com mais frequência no site, assim, empurrando suas páginas mais populares com esse problema para o topo da lista.</p>
Page Tagging	Tagueamento de Página	
Weighted Bounce Rate	Taxa de Rejeição Ponderada	

Métrica	Tradução da Métrica	Descrição
<b>Termos de Conversão</b>		
Conversion	Taxa de Conversão	<p>A taxa de conversão sobre um denominador relevante.</p> <p>Notas:</p> <p>O cálculo da taxa de conversão exige coerência entre o numerador e o denominador, tanto com unidades (visitas ou visitantes) como com segmentos. Por exemplo, se uma conversão é definida como "o número de visitas onde uma compra foi concluída", então a taxa de conversão adequada dividiria essas conversões pelo número total de visitas onde a compra poderia ter sido feita (normalmente, o total de visitas é usado). Se você tivesse contado conversões como visitantes que fizeram uma compra, então o denominador seria os visitantes totais. Além disso, se você está considerando o número de visitas provenientes de links afiliados que geraram uma compra, então o denominador é o número total de visitas a partir de links afiliados.</p> <p>Quando uma taxa de conversão é especificada, deve sempre ficar claro se a taxa é baseada em visitas ou visitantes. Em geral, a taxa de conversão por visita é usada quando o analista está interessado na conversão que acontece dentro de uma visita, e a taxa de conversão por visitante é utilizada quando a preocupação é com as conversões que acontecem ao longo de várias visitas.</p>
Conversion Rate	Valor Médio do Pedido	Receita média obtida por pedido (Ticket Médio).
Average Order Value	Conversão de Pedidos	Conversão de Pedidos / Pedidos/Visitas / Porcentagem / Qual o percentual de visitas que resultam em um pedido?
Order Conversion	Conversão de Compradores	Percentual de visitantes únicos que resultaram em uma compra.
Buyer Conversion	Taxa de Conversão do Carrinho de Compras	Percentual de visitas que resultaram em uma compra.
Checkout Conversion Rate	Taxa de Início do Carrinho de Compras	Percentual de visitas que resultaram em início do processo de compra.
Checkout Initiation Rate	Tamanho Médio do Pedido	Média do número de itens comprados por pedido.
Average Order Size	Conversão de Evento	Porcentagem de visitas que resultaram em uma conversão específica. Exemplo: Inscrição de um formulário, realização de um download, etc.
Event Conversion	Conversão de Visualização de Produto	Porcentagem de visualizações de determinado produto que geraram uma conversão.
Product View Conversion		
Abandoned	Abandono	Quantidade de compras abandonadas dentro de um funil de conversão.

Abandonment Rate	Taxa de Abandono	Taxa de abandono para um determinado funil de conversão ou de várias etapas de um processo, é uma porcentagem de situações iniciadas e que não foram concluídas durante uma visita. Esses cenários podem ser definidos de muitas maneiras, por exemplo, um processo de compra em um site de comércio eletrônico, um processo de registro em um site de cadastro ou um processo de busca em um site de informação.
Abandoned Revenue	Receita de Abandono	Quantidade de receita "perdida" pelo abandono. Esse cálculo é feito baseado no Ticket Médio do site e quantidade de compras abandonadas. É um percentual de um grupo (de visitas ou visitantes), que teve uma ação específica de interesse dentro do site. Essa conversão pode abranger toda a população de visitas do site, como a porcentagem de visitas que concluiu um determinado registro em relação ao total de visitas dentro do site. A conversão pode se referir a uma ação muito pequena e precisa, como a porcentagem de pessoas no passo 3 de um funil de compra que foram para o passo 4, ou ele pode ser aplicado a uma sub-população, como o percentual de pesquisas na base de conhecimento que resultaram na resolução do problema.
Conversion Rate	Taxa de Conversão	Este índice demonstra a eficácia geral das campanhas de marketing, na efetivação do registro dos visitantes no site e geração de leads. É definida quando alguém clica em algo (como uma promoção ou de navegação específico), isto irá mostrar a quantidade de receitas que foi um resultado direto de uma ação específica. (Omniture)
Campaign Conversion Rate	Taxa de Conversão das Campanha	Cálculo da receita média por item comprado.
Revenue per Action	Receita por Ação	Os eventos são atividades que acontecem dentro de uma página, por exemplo: impressões dos anúncios, início e conclusão de uma transação, mudança dos campos de um formulário, exibições multimídia, etc... Os eventos também podem ser associados com as tecnologias de web avançadas, tais como Ajax e Flash.
Average Item Value	Valor Médio por Item Comprado	Receita por rodada padrão para o dólar no SiteCatalyst. Se você quiser ver a receita por cento, crie uma métrica calculada com duas casas decimais. (Omniture)
Event	Eventos	
Unrounded Revenue	Receita por Rodadas	

Métrica	Tradução da Métrica	Descrição
<b>Termos de Campanha</b>		
Clicks	Cliques	Quantidade de vezes que um usuário clicou em um anúncio publicitário.
Cost	Investimento	Valor investido na campanha / veiculação.
CPC	Custopor Clique	Aponta o custo de cada clique. Para calcular o CPC, basta dividir o volume total de cliques pelo valor total investido na campanha.
CPM	Custopor Mil (impressões)	Métrica utilizada para precificar uma campanha de mídia, apontando o custo para cada mil exibições (impressões), de seu anúncio.
CPA	CustoporAquisição	Aponta o custo por conversão de uma campanha. Comumente utilizado por sites de e-commerce, onde aponta o quanto foi gasto com a campanha para fazer uma venda. Para cálculo do CPA, basta dividir o valor total investido pelo total de conversões da campanha.
CTR	Taxa de Cliques	Esta métrica é utilizada para mensurar o quanto o anúncio está atrativo para o público final, ou seja, qual o índice de cliques por vezes que o anúncio foi exibido. Para calcular o CTR, basta dividir a quantidade de cliques de seu anúncio pela quantidade de impressões (vezes que o anúncio foi exibido).
Impressions	Impressões	Número de vezes que o anúncio / peça foi exibido.
Ad Content	Conteúdo do Anúncio	Permite identificar através de parâmetros de campanha qual o conteúdo do anúncio. Ex. Cor da peça, texto específico, etc. É interessante utilizar este campo para segmentar cada vez mais a análise, possibilitando visualizar qual a peça está trazendo mais retorno para o site.
Campaign	Campanha	Permite identificar qual campanha está gerando maior retorno para o site.
Keyword	Palavra-chave	Comumente utilizada para Search - Busca orgânica ou Links Patrocinados, onde aponta quais foram os termos que geraram maior retorno para o site.
Medium	Mídia	Permite identificar qual mídia está gerando maior retorno para o site: Cpc, Display Ads, Busca Orgânica, etc.
Source	Origem	Permite identificar qual origem está gerando maior retorno para o site. Ex.: Cpc no Yahoo!, Google ou Bing? Em anúncios de Mídia Gráfica, conseguimos identificar qual veículo está gerando maior retorno, etc.

Métrica	Tradução da Métrica	Descrição
<b>Termos de eCommerce</b>		
Item Revenue	Receita por Produto	Aponta a receita originada para cada produto.
Item Quantity	Vendas por Produto	Aponta a quantidade de vendas de cada produto.
Transactions	Transações	Aponta a quantidade de transações feitas através da loja. Uma transação pode gerar mais de uma venda, já que o usuário pode ter comprado mais de um produto em uma única transação.
Transactions Revenue	Receita por Transação	Aponta a receita média por transação. (ticket médio)
Transactions Shipping	Frete	É possível configurar a ferramenta de web analytics para capturar o valor do frete de um pedido, permitindo análises cruzando dados de vendas, receita, frete, etc.
Transactions Tax	Imposto	É possível configurar a ferramenta de web analytics com o imposto de cada produto, permitindo ter uma visão de ROI (retorno sobre o investimento) diretamente na ferramenta.
Unique Purchases	Compras Únicas	A quantidade de produtos únicos comprados. Por exemplo, se um usuário comprar 2 frisbees e 5 bolas de tênis no seu site, dois conjuntos de produtos foram comprados.
Affiliation	Afiliação	Normalmente utilizado para designar um fornecedor ou afiliado da empresa no ato da transação.
Days to Transaction	Dias até a Transação	O número de dias entre a primeira visita do usuário e a primeira compra.
Product Category	Categoria do Produto	Todas as variações do produto (tamanho, cor), para os itens comprados, conforme fornecido pela sua plataforma de comércio eletrônico.
Product Name	Nome do Produto	O nome do produto para os itens comprados, conforme fornecido pela sua plataforma de comércio eletrônico.
Product SKU	Referência do Produto	SKU (Stock Keeping Unit) - trata-se de um número ou código de referência único que identifica um produto.
Transaction Id	Identificador da Transação	Transaction Identification - Código único utilizado como identificador da transação.
Visits to Transaction	Visitas para Transação	Número de visitas feitas para a conclusão da transação.

Métrica	Tradução da Métrica	Descrição
<b>Termos de Busca Interna</b>		
Search Depth	Profundidade da Busca	Número médio de páginas vistas após a realização de uma busca interna.
Search Duration	Duração da Busca	Tempo de duração da visita após a realização da busca interna.
Search Exits	Buscas até a Saída	Número de buscas internas realizadas antes de sair.
Search Refinements	Refinamento das Buscas	Número de vezes pesquisadas novamente após a realização da busca interna.
Search Uniques	Buscas Únicas	Número de vezes que um site de busca foi utilizado.
Search Visits	Visitas c/ Busca Interna	Número de visitas que realizaram buscas internas no site.
Search Category	Categoria da Busca Interna	Categorias utilizadas nas buscas internas.
Search Destination Page	Página de Destino após a Busca	Página para onde o visitante vai após a realização de uma busca interna.
Search Keyword	Palavras Buscadas	Palavras mais procuradas na busca interna do site.
Search Keyword Refinement	Refinamento das Palavras Buscadas	Refinamento das palavras mais procuradas na busca interna do site.
Search Start Page	Página Inicial da Busca	Páginas iniciais da busca interna.
Search Used	Buscas Utilizadas	Buscas mais utilizadas.
Local Keyword	Palavras Locais Buscadas	Palavras mais utilizadas na busca interna.

Métrica	Tradução da Métrica	Descrição
<b>Termos de Objetivo</b>		
Goal Completions	MetasRealizadas	Número total das metas atingidas ou convertidas.
Goal Starts	Início da Meta	Número de visitantes que completaram o passo inicial da meta.
Goal Value	Valor da Meta	É o total da receita obtida nas conversões ou comércio eletrônico. É o resultado da multiplicação do número de conversões da meta pelo valor atribuído a cada meta.

Métrica	Tradução da Métrica	Descrição
<b>Termos de Evento</b>		

Event	Eventos	Os eventos são atividades que acontecem dentro de uma página porém não geram uma nova página, por exemplo: impressões dos anúncios, início e conclusão de uma transação, mudança dos campos de um formulário, exibições multimídia, etc... Os eventos também podem ser associados com as tecnologias de web avançadas, tais como Ajax e Flash.
Total Events	Total de Eventos	Total de eventos registrados no site.
Unique Events	Eventos Únicos	Mostra o total de eventos únicos registrados no site.
Event Value	Valor do Evento	Mostra o resultado dos eventos registrados no site.
Event Category	Categoria do Evento	Mostra quais categorias registraram eventos.
Event Action	Ação do Evento	Mostra quais foram as ações que registraram eventos.
Event Label	Rótulo do Evento	Apresenta os rótulos ou marcadores dos eventos registrados.