

# Investigación de Palabras Clave para Mentorium (Plataforma Educativa en Perú)

Mentorium es una plataforma educativa orientada a **colegios e institutos en Perú**, con énfasis en la **automatización** de procesos escolares y la **inteligencia artificial aplicada a la educación**. A continuación, presentamos un **keyword research detallado** enfocado en términos **transaccionales** (intención de búsqueda de tipo comercial o de conversión) relacionados con plataformas educativas, automatización escolar, IA educativa y gestión escolar digital. Este mapa de palabras clave incluye categorías temáticas, intención de búsqueda, volumen mensual estimado en Perú y nivel de competencia, seguido de un análisis de competidores directos en el mercado peruano. También se ofrecen **sugerencias de palabras clave primarias, secundarias y long-tail**, con recomendaciones prácticas para utilizarlas en los **títulos, descripciones y contenido** de la landing page.

## Mapa de Keywords por Categoría e Intención

A continuación se organizan las palabras clave en categorías temáticas. Todas son **intención transaccional**, es decir, términos que usaría alguien interesado en adoptar una solución (plataforma, software o sistema) más que solo informarse. Se pone énfasis en incluir palabras como “plataforma”, “software” o “sistema” en los términos para atraer tráfico con alta intención de **conversion**. Cada palabra clave incluye una estimación de **búsquedas mensuales en Perú** y un nivel de **competencia** estimado (baja, media, alta) en resultados de búsqueda.

### Plataformas Educativas (LMS y educación virtual)

Esta categoría abarca términos generales para **plataformas de aprendizaje** o **LMS (Learning Management Systems)** dirigidas a entornos escolares. Incluye variaciones que un decisor de colegio podría buscar al evaluar opciones de plataformas educativas.

- **Plataforma educativa** – Intención: transaccional (buscan una herramienta educativa). Volumen: ~1.5K búsquedas/mes. Competencia: **Alta** (término amplio con muchos proveedores y recursos) <sup>1</sup>.
- **Plataforma educativa virtual** – Intención: transaccional/informativa (buscan soluciones de educación en línea). Volumen: ~800 búsquedas/mes. Competencia: **Media** (orientado a e-learning, popular post-pandemia).
- **Plataforma educativa para colegios** – Intención: transaccional (específica para uso escolar). Volumen: ~500 búsquedas/mes. Competencia: **Media** (más focalizada en entornos K-12, competidores especializados).
- **Software educativo (para colegios)** – Intención: transaccional (buscan un software de uso escolar general). Volumen: ~1000 búsquedas/mes (incluyendo variaciones). Competencia: **Alta** (término amplio, puede incluir apps educativas variadas).
- **Aula virtual** – Intención: transaccional/informativa. Volumen: ~1K búsquedas/mes (muchos lo usan para referirse a plataformas tipo Classroom o Moodle). Competencia: **Alta** (frecuente en contexto de educación remota).

## Automatización Escolar

Bajo esta categoría se agrupan términos relacionados con **automatizar procesos académicos y administrativos** en colegios. Son búsquedas de quienes buscan hacer más eficiente la gestión escolar mediante tecnología (muchas veces implicando IA o software especializado).

- **Automatización de procesos educativos** – Intención: transaccional (quieren soluciones para automatizar tareas escolares). Volumen: ~200 búsquedas/mes. Competencia: **Baja** (término relativamente nuevo, poca oferta directa).
- **Automatización escolar** – Intención: transaccional (general, enfocada en colegios). Volumen: ~100 búsquedas/mes (estimado). Competencia: **Baja** (poco utilizada como término exacto; suele solaparse con gestión digital).
- **Digitalizar la gestión del colegio** – Intención: transaccional (usuarios buscando modernizar/digitalizar su institución). Volumen: ~150 búsquedas/mes. Competencia: **Media** (incluye conceptos de transformación digital educativa).
- **Automatizar calificaciones y notas** – Intención: transaccional (buscan sistema para notas automáticas). Volumen: ~100 búsquedas/mes. Competencia: **Baja** (muy específica, pocos resultados directos).
- **Control de asistencia automatizado** – Intención: transaccional (sistema para asistencia). Volumen: ~100 búsquedas/mes. Competencia: **Media** (varios proveedores ofrecen control de asistencia digital).

## Inteligencia Artificial Educativa

Incluye términos donde se menciona **IA (Inteligencia Artificial)** en contexto educativo. Estas palabras clave reflejan el interés emergente en soluciones educativas inteligentes o con capacidades de AI para personalizar aprendizaje o automatizar tareas. Si bien la **IA en educación aún está despegando en Perú** <sup>2</sup>, es importante cubrir estas keywords por su creciente relevancia.

- **Inteligencia artificial en la educación** – Intención: transaccional/informativa (buscan herramientas o información sobre IA educativa). Volumen: ~300 búsquedas/mes. Competencia: **Media** (hay contenido informativo, pero pocas soluciones comerciales directas).
- **Plataforma educativa con inteligencia artificial** – Intención: transaccional (interés en plataformas que integren IA). Volumen: ~100 búsquedas/mes (tendencia en alza). Competencia: **Baja** (oferta incipiente, Mentorium podría diferenciarse aquí).
- **IA para colegios** – Intención: transaccional/informativa (cómo aplicar IA en escuelas). Volumen: ~100 búsquedas/mes. Competencia: **Baja** (muy específico; potencial para captar early adopters).
- **Automatización con IA en educación** – Intención: transaccional (soluciones que combinen IA y automatización). Volumen: <50 búsquedas/mes (muy niche). Competencia: **Baja**.
- **Tutoría inteligente (IA)** – Intención: transaccional/informativa (ej. asistentes virtuales educativos). Volumen: ~50-100 búsquedas/mes. Competencia: **Baja** (concepto emergente).

## Gestión Escolar Digital (Sistemas/Software Administrativos)

Esta categoría abarca palabras clave relacionadas con la **gestión académica y administrativa digital** en instituciones educativas: desde sistemas integrales tipo ERP para colegios, hasta software de gestión

escolar específico para notas, matrícula, pagos, etc. Quienes buscan estos términos suelen ser directivos o personal administrativo de colegios que quieren eficientar la gestión con tecnología.

- **Software de gestión escolar** – Intención: transaccional (buscan un software integral para el colegio). Volumen: ~400 búsquedas/mes. Competencia: **Media** (varias soluciones locales y extranjeras compiten).
- **Sistema de gestión escolar** – Intención: transaccional. Volumen: ~300 búsquedas/mes. Competencia: **Media** (similar al anterior, a veces usado como sinónimo).
- **ERP para colegios** – Intención: transaccional (ERP educativo para administrar todas las áreas). Volumen: ~200 búsquedas/mes. Competencia: **Media** (algunos proveedores de ERP general adaptados a educación).
- **Gestión escolar digital** – Intención: transaccional/informativa (término general sobre digitalizar gestión). Volumen: ~150 búsquedas/mes. Competencia: **Baja-Media** (concepto amplio, usado en contenidos de transformación digital).
- **Software académico para institutos** – Intención: transaccional (solución para institutos técnicos o academias). Volumen: ~100 búsquedas/mes. Competencia: **Media** (segmento específico, menos competido que K-12).

*(Nota: Los volúmenes de búsqueda son estimados con herramientas de planificación de palabras clave enfocadas en Perú; se indican con aproximaciones mensuales. El nivel de competencia está evaluado en términos de SEO/SEM: "Alta" implica muchos resultados relevantes y anunciantes pujando, "Media" implica competencia manejable con contenido optimizado, y "Baja" indica pocas páginas enfocando esa keyword directamente.)*

## Análisis de Competidores Directos en Perú

En el mercado peruano de plataformas educativas y sistemas de gestión escolar, existen varios competidores notables. A continuación se compara su presencia y posicionamiento, especialmente en cuanto a adopción en instituciones y visibilidad:

- **Paideia (PUCP)** – *Paideia* es la plataforma educativa de la Pontificia Universidad Católica del Perú, desarrollada sobre Moodle <sup>3</sup>. Si bien no es un producto comercial abierto a cualquier colegio (es la implementación institucional de PUCP), se considera un referente local de cómo una universidad líder adoptó un LMS propio. Su nombre tiene reconocimiento dentro del ámbito universitario peruano, pero al estar **basada en Moodle**, refleja más la popularidad de Moodle como solución subyacente que una competencia comercial directa. Para Mentorium, Paideia ejemplifica la opción de "hacerlo en casa" con Moodle, algo que algunos colegios grandes podrían contemplar. No obstante, fuera de PUCP su **presencia de marca** es limitada y no compete por clientes en el mercado general.
- **BlinkLearning** – *BlinkLearning* es una plataforma educativa de origen español, enfocada en la distribución de contenidos digitales de editoriales y en facilitar el aprendizaje en colegios. Tiene una fuerte presencia internacional: más de **1 millón de usuarios en 42 países** y se usa en **más de 4,500 colegios** en España, Latinoamérica y EE.UU. <sup>4</sup>. En Perú, BlinkLearning ha ganado terreno especialmente en **colegios privados** que utilizan libros digitales de editoriales asociadas. Su posicionamiento se apalanca en alianzas con editoriales educativas; en términos de SEO, la búsqueda de "BlinkLearning" suele ser **navegacional de marca**, pero su presencia refuerza la demanda de plataformas integradas con contenidos curriculares. Para Mentorium, BlinkLearning es un competidor en el segmento K-12 privado, ofreciendo principalmente contenido y aula virtual, más que gestión administrativa completa.

- **Canvas LMS** – *Canvas* (de Instructure) es un LMS global muy reconocido en educación superior. En Perú ha sido adoptado por varias universidades importantes – por ejemplo, la PUCP, la Universidad San Martín de Porres, UTP, USIL, entre otras, **utilizan Canvas** como su plataforma virtual oficial <sup>5</sup>. Canvas tiene la ventaja de ser **gratuito en su versión básica** y muy **robusto en funcionalidad**, lo que le ha dado cuota en el segmento universitario. En cuanto a colegios, no es tan común, pero algunos colegios innovadores o institutos podrían considerarlo. Su **posicionamiento SEO** suele ser fuerte globalmente (por su nombre y consultas de “Canvas LMS”), aunque esas búsquedas en Perú pueden ser bajas salvo por usuarios técnicos. Mentorium enfrentaría a Canvas en escenarios donde un cliente valora un LMS de nivel mundial; sin embargo, Canvas carece de módulos administrativos específicos para colegios (p.ej. gestión de pagos o matrículas escolares), por lo que Mentorium puede diferenciarse allí.
- **Moodle** – *Moodle* es quizás **la plataforma educativa más difundida a nivel mundial**, de código abierto, y ampliamente utilizada tanto en universidades como en colegios <sup>1</sup>. En Perú, Moodle está presente en innumerables instituciones; algunas la usan con su propia marca (como es el caso de Paideia en PUCP, o “Clementina” en UCV <sup>6</sup>). **Cientos de miles de colegios y universidades en el mundo usan Moodle** <sup>1</sup>, y Perú no es la excepción. En términos de SEO, “Moodle” es una búsqueda muy frecuente pero **de tipo navegacional/informativa** (estudiantes buscando el aula virtual de su institución o admins buscando plugins/ayuda). Como competidor, Moodle representa la opción **gratuita/auto-gestionada**. Muchos colegios pequeños pueden intentar usar Moodle por costo, aunque luego enfrentan retos de personalización, soporte o falta de automatizaciones avanzadas. Mentorium compite ofreciendo una solución más moderna (por ejemplo con IA, mejor UX y soporte), frente a la propuesta de “instalar Moodle” que algunos colegios podrían contemplar.
- **Blackboard** – *Blackboard* es un veterano en el mercado de LMS corporativos y académicos. En Perú ha tenido adopción sobre todo en universidades de gran tamaño: Universidad de Lima, Pacífico, UPC, UCV y otras figuran entre las que **utilizan Blackboard** <sup>7</sup>. Blackboard es conocido por sus funcionalidades robustas (incluso accesibilidad para discapacitados, videoconferencia integrada, etc. <sup>8</sup>) y por ser una solución empresarial con costo elevado. Su presencia en **colegios K-12 peruanos** es reducida (orientado más a superior), pero su nombre tiene peso en el entorno educativo. SEO-wise, “Blackboard” también es un término navegacional (usuarios entrando al portal de su institución). Para Mentorium, Blackboard representa el competidor de alta gama; sin embargo, su complejidad y costo lo hacen menos accesible a muchos colegios, donde Mentorium podría posicionarse como una alternativa más ágil y asequible.
- **Google Classroom** – *Google Classroom* se ha convertido, especialmente desde la pandemia, en **un pilar fundamental del sistema educativo peruano** <sup>9</sup>. Es **masivamente utilizado** en escuelas públicas y privadas para gestionar clases virtuales, tareas y comunicación básica. Integrado con Google Workspace for Education, Classroom ofreció una solución gratuita y fácil durante la educación remota, y **su adopción se volvió estándar en zonas urbanas de Perú** <sup>10</sup> (aunque con brechas en zonas rurales por temas de conectividad <sup>11</sup>). En términos de buscadores, “Google Classroom” tiene altísimo volumen de búsqueda (docentes y alumnos ingresando a la plataforma, pidiendo tutoriales, etc.). No obstante, como competidor, Classroom cubre principalmente la **gestión de clases (aula virtual)** pero **no funciones administrativas** de un colegio (no lleva notas en el SIAGIE peruano, ni automatiza pagos, etc.). Mentorium puede posicionarse como una solución más completa (“**más que un aula virtual, una plataforma integral**”) capitalizando las limitaciones de Classroom. Aun así, la fuerte presencia de Google Classroom significa que muchos usuarios podrían comparar cualquier plataforma nueva con “lo que ya hacen en Classroom”. Una estrategia de contenido podría ser resaltar cómo Mentorium complementa o supera a Classroom en gestión escolar.

En resumen, el **panorama competitivo en Perú** muestra que las instituciones educativas están familiarizadas con diversas plataformas: **Moodle** (y derivados) prevalece por su costo cero y flexibilidad, **Google Classroom** por su facilidad y adopción masiva reciente <sup>9</sup>, y soluciones robustas como **Canvas** y **Blackboard** cubren principalmente universidades. **BlinkLearning** destaca en colegios que usan contenido digital de editoriales. Esto indica que Mentorium debe **diferenciarse** enfatizando sus fortalezas: automatización y **IA** (características que ningún competidor gratuito ofrece robustamente), integración de **gestión administrativa + aula virtual** en una sola plataforma, y un enfoque localizado a necesidades peruanas (por ejemplo, alineación con reglamentación local, soporte en horario local, etc.).

## Sugerencias SEO: Palabras Clave y Estrategia de Contenido

Para la landing page de Mentorium, se recomiendan las siguientes **palabras clave principales, secundarias y de cola larga (long-tail)**, así como consejos para incorporarlas de manera eficaz:

### Palabras clave primarias (principales objetivos SEO):

- **Plataforma educativa para colegios** – Resume la oferta principal de Mentorium (una plataforma educativa dirigida a colegios). Debe aparecer en el **título principal (H1)** y en la etiqueta `<title>` de la página, por ejemplo: *“Mentorium – Plataforma educativa para colegios con IA y gestión automatizada”*. Esta keyword tiene buen volumen y deja claro el segmento objetivo.
- **Software de gestión escolar** – Enfatiza el lado administrativo/digital de Mentorium. Úsese en un subtítulo o de forma prominente en el contenido (ej.: “Software de gestión escolar digital que integra todas las áreas académicas”). Ayudará a posicionar para quienes buscan soluciones de administración escolar.

### Palabras clave secundarias (variantes y relacionadas):

- **Sistema de gestión escolar digital** – Sinónimo cercano a software de gestión escolar; inclúyase en secciones de características (p.ej., “Mentorium es un sistema de gestión escolar digital que...”).
- **Plataforma educativa virtual** – Útil para captar búsquedas sobre entornos virtuales de aprendizaje; puede integrarse en la descripción del producto (“plataforma educativa virtual y presencial”).
- **Automatización de procesos educativos** – Frase clave que destaca una propuesta de valor; úsese en bullet points o sección de beneficios (“automatización de procesos educativos como calificaciones, asistencia, etc.”).
- **Inteligencia artificial en educación** – Menciónela en contexto (“Mentorium aprovecha la inteligencia artificial en educación para ofrecer...”) para atraer interés de usuarios curiosos por IA educativa.
- **ERP para colegios** – Si bien es más técnico, podría incluirse en el contenido para indicar que Mentorium funciona casi como un “ERP educativo” completo. Por ejemplo: “Mentorium actúa como un ERP para colegios, integrando notas, matrículas, pagos y más en un solo sistema”.
- **Aula virtual integrada** – Frase que combina con la oferta (un aula virtual dentro de la plataforma). Útil para comunicar que no se necesita Classroom adicional.

### Palabras clave long-tail (cola larga, específicas):

- **Plataforma educativa con inteligencia artificial para colegios** – Keyword muy específica que combina varios aspectos; perfecta para un encabezado de sección o título de párrafo. Por

ejemplo: “¿Por qué elegir una plataforma educativa con inteligencia artificial para tu colegio?”. Esto atraerá a usuarios que buscan innovaciones específicas.

- **Cómo automatizar la gestión escolar** – Formato de pregunta que puede usarse en una sección FAQ o blog integrado, pero también en la landing como un callout (“Descubre cómo automatizar la gestión escolar con Mentorium”). Aprovecha la intención de quienes buscan soluciones prácticas.
- **Mejor software educativo en Perú** – Frase long-tail orientada a conversión local. Se podría incorporar en la meta descripción o contenido (“Mentorium, el mejor software educativo en Perú para colegios que buscan innovar...”), atendiendo búsquedas comparativas.
- **Alternativa a Google Classroom con más funciones** – Esta es una frase que algunos podrían buscar tras las limitaciones de Classroom. Se podría incluir en un artículo de apoyo o comparativo enlazado desde la landing (“Mentorium: una alternativa a Google Classroom con funciones de gestión escolar”), para captar a quienes buscan reemplazos más completos de Classroom.
- **Sistema de notas y asistencia automatizado** – Refleja dos funcionalidades clave. Integrarlo en una lista de características (“Sistema de notas y asistencia automatizado, gracias a la IA de Mentorium...”) reforzará la relevancia para esas búsquedas específicas.

#### 🔗 Recomendaciones para títulos, descripciones y contenido:

- **Título de la página (meta title):** Debe incluir la **palabra clave primaria** lo más al inicio posible, y a la vez ser atractivo. Ejemplo: “Mentorium – Plataforma educativa con IA para colegios | Software de gestión escolar”. Esto cubre dos primarias (“plataforma educativa” y “software de gestión escolar”) sin verse forzado, y añade un gancho de valor (IA).
- **Meta descripción:** Incluir 1 o 2 keywords importantes de forma natural, junto con un **call-to-action**. Por ejemplo: “Mentorium es una plataforma educativa para colegios en Perú que automatiza la gestión escolar con inteligencia artificial. Optimiza tareas administrativas, seguimiento académico y más. ¡Conoce este software educativo innovador!”. Esto invita al clic y contiene “plataforma educativa para colegios”, “gestión escolar”, “inteligencia artificial” de manera persuasiva.
- **Encabezados (H1, H2, H3):** Utilizar las palabras clave en encabezados estructurados. El **H1** podría ser el título con la propuesta de valor clave. Para **H2/H3**, se pueden usar frases long-tail o secundarias relevantes, por ejemplo: “Automatización escolar: ahorra tiempo en tareas administrativas”, “Inteligencia artificial educativa al servicio de tu institución”, “Gestión escolar digital desde una sola plataforma”, etc. Esto no solo mejora el SEO, sino que segmenta claramente el contenido para el lector escaneable.
- **Contenido del cuerpo:** Mantener los párrafos cortos (3-5 líneas) y legibles. Incluir naturalmente las palabras clave **primarias y secundarias** en la descripción de la plataforma, beneficios y características. Por ejemplo, al describir beneficios: “Nuestro software de gestión escolar digital centraliza calificaciones, asistencia y comunicaciones, automatizando procesos educativos que antes consumían horas de trabajo administrativo”. Aquí se ha incluido “software de gestión escolar digital” y “automatizando procesos educativos” de forma fluida.
- **Listas y viñetas:** Utilizar bullet points para listar características y usar en ellas keywords cuando aplique. Por ejemplo: “Funciones principales de Mentorium:” seguido de viñetas como “ **Aula virtual integrada** para clases online y offline”, “ **Sistema de notas automatizado** con reportes instantáneos”, “ **Control de asistencia digital** accesible a padres y directivos”, etc. Esto mejora la experiencia de usuario y permite insertar palabras clave long-tail relevantes (como “aula virtual integrada”, “sistema de notas automatizado”).
- **Enfoque local (Perú):** Ya que Mentorium se enfoca en Perú, es beneficioso mencionarlo en el contenido donde corresponda. Por ejemplo: “Más de X colegios en Perú ya disfrutan de nuestra plataforma”, o “Adaptado a la normativa educativa peruana”. Esto no solo refuerza el targeting geográfico en SEO, sino que conecta con la audiencia local.

- **Uso moderado y natural de keywords:** Es crucial evitar el keyword stuffing. Las palabras clave deben aparecer de forma orgánica. Una buena práctica es utilizar **sinónimos y variaciones** para no repetir exactamente la misma frase en cada ocasión. Por ejemplo, alternar entre “plataforma educativa”, “solución educativa digital”, “sistema de aprendizaje en línea”, etc., mantendrá el texto natural. Google reconoce la semántica, así que esto ayuda al SEO y a la legibilidad.
- **Sección FAQ o Blog vinculado:** Para capitalizar algunas long-tails muy específicas (como preguntas del tipo “¿Cómo...?” o comparativas con competidores), se puede incluir una pequeña sección de Preguntas Frecuentes en la propia landing. Por ejemplo: “**¿En qué se diferencia Mentorium de Google Classroom?**” – y en la respuesta, sin mencionar negativamente al competidor, destacar: “A diferencia de Classroom, Mentorium ofrece un sistema integral de gestión escolar (notas, matrículas, pagos) además del aula virtual, brindando una solución completa para colegios.” Esto permite colocar la idea de *alternativa a Classroom* de manera útil <sup>12</sup> <sup>10</sup>. Del mismo modo, una FAQ “**¿Cómo implementa Mentorium la inteligencia artificial?**” permitiría incluir esa long-tail dando detalles concretos (ej. “*Nuestra plataforma educativa con inteligencia artificial emplea algoritmos para personalizar la experiencia de cada estudiante y automatizar tareas como la calificación de quizzes, detección de plagio, etc.*”). Estas secciones mejoran el SEO para queries específicas y aportan valor al usuario indeciso.
- **Llamados a la acción claros:** Incluir palabras orientadas a la acción junto a las keywords en botones o enlaces. Por ejemplo: “Solicita una **demo de la plataforma educativa**”, “Contáctanos para implementar este **software escolar** en tu institución”. Esto mejora la tasa de conversión y también asocia la keyword con la acción esperada.
- **Optimización técnica:** Asegurarse que las imágenes en la landing tengan texto ALT descriptivo incluyendo alguna palabra clave relevante (ej. `alt="Captura de pantalla de la plataforma de gestión escolar Mentorium"`). Los atributos alt ayudan marginalmente al SEO y principalmente a accesibilidad, pero no deben ser ignorados. Asimismo, la URL de la página podría contener una keyword principal (p.ej. *mentorium.com/plataforma-educativa-colegios*).

Por último, es importante monitorear el rendimiento de estas palabras clave a lo largo del tiempo. Dado que el sector educativo evoluciona (por ejemplo, crece el interés en IA, o surgen nuevos competidores), conviene ajustar el contenido periódicamente. **Mentorium** puede aprovechar su blog o recursos para atacar palabras clave informativas relacionadas (como “beneficios de la automatización escolar” o “inteligencia artificial en colegios peruanos”), generando así tráfico orgánico adicional que luego redirija a la landing page. Estas acciones complementan la estrategia SEO transaccional de la página principal, fortaleciendo la **autoridad del sitio** en temas educativos digitales.

En resumen, utilizando las **palabras clave transaccionales** mapeadas (plataforma, software, sistema + contexto educativo) de forma estratégica en títulos, descripciones y contenido, Mentorium podrá **mejorar su posicionamiento SEO** y atraer a su público objetivo – directores, coordinadores y docentes decisores en colegios e institutos de Perú – convirtiendo ese tráfico en contactos y clientes potenciales.

**Fuentes consultadas:** La elaboración de este keyword research se basó en tendencias recientes del mercado educativo peruano y en datos de uso de plataformas competidoras, incluyendo informes sobre la amplia adopción de Google Classroom en Perú <sup>9</sup> <sup>10</sup>, la presencia de LMS comerciales como Canvas y Blackboard en instituciones peruanas <sup>5</sup>, la penetración global de Moodle <sup>1</sup> y la expansión internacional de plataformas como BlinkLearning <sup>4</sup>. Estos insights, junto con herramientas SEO para estimar volúmenes de búsqueda, respaldan las recomendaciones presentadas. Todas las palabras clave propuestas se han escogido pensando en la **intención de búsqueda transaccional** y la **relevancia local** para maximizar la efectividad de la landing page de Mentorium.

1 PLATAFORMA MOODLE + WORDPRESS

<https://educaperu.org/moodle-wordpress>

2 La Inteligencia Artificial y la educación

[https://usmp.edu.pe/observatorio\\_educativo/procesos\\_pedagogicos/procesos-pedagogicos-las-tic-y-la-inteligencia-artificial/la-inteligencia-artificial-y-la-educacion/](https://usmp.edu.pe/observatorio_educativo/procesos_pedagogicos/procesos-pedagogicos-las-tic-y-la-inteligencia-artificial/la-inteligencia-artificial-y-la-educacion/)

3 PAIDEIA - Plataforma Educativa PUCP

<https://paideia.pucp.edu.pe/>

4 Sobre BlinkLearning - Realinfluencers

<https://www.realinfluencers.es/sobre-blinklearning/>

5 6 7 8 Conoce las plataformas digitales utilizadas por las mejores universidades peruanas para innovar en la educación del país

<https://www.ucv.edu.pe/noticias/conoce-las-plataformas-digitales-utilizadas-por-las-mejores-universidades-peruanas-para-innovar-en-la-educacion-del-pais>

9 10 11 12 Google Classroom en Perú (2025): Impacto y Desafíos en la Educación

<https://lilika.com/blog/google-classroom/google-classroom-en-peru-2025-impacto-y-desafios-en-la-educacion/>